

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ І ПІДПРИЄМНИЦТВА

КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА І ТОРГІВЛІ

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Спеціальність	Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Освітня програма	Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Група	8.06.076.010.22.1

ДИПЛОМНА РОБОТА

на тему: «Запровадження інноваційних технологій з метою розвитку суб'єкта підприємницької діяльності»

Виконав: студент Владислав СИТНИКОВ

Керівник: к.е.н., доцент Дар'я БУТЕНКО

Рецензент: директор ТОВ «СВЕТОВИТ» Олег ЮСИП

Харків – 2023 рік

РЕФЕРАТ

СИТНИКОВ В. І. Запровадження інноваційних технологій з метою розвитку суб'єкта підприємницької діяльності. Дипломна робота на здобуття освітнього ступеня «магістр» зі спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Харків, 2023 р.

Дипломна робота містить 92 сторінки, 24 таблиці, 10 рисунків, список використаних джерел з 41 найменування.

Мета дипломної роботи полягає в узагальненні й розвитку теоретичних підходів й методичних положень щодо впровадження та використання інноваційних технологій з метою розвитку суб'єкта підприємницької діяльності.

Завдання дипломної роботи: уточнити визначення поняття «інноваційні технології», «інноваційний розвиток»; проаналізувати й узагальнити теоретичні підходи до оцінки інноваційного розвитку підприємства; виокремити групу зовнішніх факторів забезпечення інноваційного розвитку підприємства; проаналізувати внутрішнє середовище ТОВ «Пластик-Груп»; обґрунтувати ефективність застосування інноваційних технологій у діяльності ТОВ «Пластик-Груп».

Об'єкт дослідження – процес впровадження та використання інноваційних технологій з метою розвитку суб'єкта підприємницької діяльності.

Предмет дослідження – теоретико-методичні засади і практичні положення впровадження та використання інноваційних технологій на підприємстві.

Методи дослідження: аналіз, синтез, експертних оцінок, фінансовий, графічний метод, методи статистичного аналізу.

Наукова новизна роботи полягає в уточненні науково-методичного підходу щодо формування та удосконалення організаційного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності торговельного підприємства.

Ключові слова: інновації, інноваційний розвиток, технології, підприємство, інноваційні технології для розвитку підприємства.

ABSTRACT

SYTNIKOV V. I. Introduction of innovative technologies for the purpose of development of the subject of entrepreneurial activity. Thesis for obtaining a master's degree in the specialty "Entrepreneurship, trade and exchange activity". Kharkiv National University of Economics named after S. Kuznetsia, Kharkiv, 2023

The thesis contains 92 pages, 24 tables, 10 figures, a list of used sources with 41 titles.

The purpose of the thesis is to generalize and develop theoretical approaches and methodological provisions regarding the implementation and use of innovative technologies for the purpose of developing the subject of entrepreneurial activity.

The task of the thesis: clarify the definition of the concept of "innovative technologies", "innovative development"; to analyze and generalize theoretical approaches to the evaluation of the innovative development of the enterprise; to single out a group of external factors for ensuring innovative development of the enterprise; to analyze the internal environment of Plastic Group LLC; to substantiate the effectiveness of the application of innovative technologies in the activities of Plastic Group LLC.

The object of research is the process of introducing and using innovative technologies for the purpose of developing the subject of entrepreneurial activity.

The subject of the study is the theoretical and methodological principles and practical provisions of the introduction and use of innovative technologies at the enterprise.

Research methods: analysis, synthesis, expert assessments, financial, graphic method, methods of statistical analysis.

The scientific novelty of the work consists in clarifying the scientific and methodical approach to the formation and improvement of organizational support for the foreign economic activity of a trading enterprise.

Keywords: innovations, innovative development, technologies, enterprise, innovative technologies for enterprise development.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	8
1.1. Інноваційні технології: сутність, ознаки, класифікація	8
1.2. Роль інноваційних технологій у розвитку суб'єкта підприємницької діяльності	15
1.3. Світовий досвід впровадження інноваційних технологій для розвитку підприємства	22
Висновки до розділу 1	30
2. КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ПЛАСТИК-ГРУП»	32
2.1. Загальна характеристика діяльності ТОВ «Пластик-Груп»	32
2.2. Аналіз маркетингового середовища ТОВ «Пластик-Груп»	40
2.3. Характеристика інноваційних технологій та інноваційної діяльності ТОВ «Пластик-Груп»	48
Висновки до розділу 2	56
3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ З МЕТОЮ РОЗВИТКУ ТОВ «ПЛАСТИК-ГРУП»	59
3.1. Пропозиції щодо впровадження інноваційних технологій для розвитку ТОВ «Пластик-Груп»	59
3.2. Обґрунтування ефективності застосування інноваційних технологій у діяльності ТОВ «Пластик-Груп»	65
Висновки до розділу 3	73
ВИСНОВКИ	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	78
ДОДАТКИ	82

ВСТУП

У сучасних умовах господарювання розвиток будь-якого підприємства невіддільний від впровадження інноваційної політики, розвитку науки і техніки, модернізації обладнання. Інноваційна діяльність у будь-якій галузі є найважливішим фактором підвищення ефективності діяльності, зокрема забезпечення постійного оновлення та вдосконалення технологій виробництва продукції чи надання послуг, а також подолання кризового явища та забезпечення економічного зростання підприємства.

Зважаючи на це, українським підприємствам необхідно звернути особливу увагу на те, як покращити свою діяльність шляхом впровадження інноваційних технологій. Оскільки саме інноваційні технології є активним фактором розвитку будь-якого підприємства. У зв'язку з чим впровадження інноваційних технологій у діяльність підприємства набуває особливої актуальності.

Питання впровадження інноваційних технологій на підприємствах є досить актуальними і перебувають в центрі дослідження таких науковців як Диба О.М. [11], Мазнев Г. Є. [22], Лисюк Т.В. [21], Романишин В. О. [31], Швиданенко Г. О. [38], Завадинська О. Ю. [14], Гречаник О. Є., Хлебнікова Т. М., Темченко О. В. [8], Богуцька О. А. [4], Смесова В.Л., Іщенко І.О. [34] та інших.

Метою дипломної роботи є дослідження теоретико - методологічних засад і розроблення практичних рекомендацій щодо впровадження та використання інноваційних технологій з метою розвитку суб'єкта підприємницької діяльності.

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення таких основних завдань:

розкрити сутність, ознаки та класифікації інноваційних технологій;

визначити роль інноваційних технологій у розвитку суб'єкта підприємницької діяльності;

дослідити світовий досвід впровадження інноваційних технологій для розвитку підприємства;

навести загальну характеристику діяльності ТОВ «Пластик-Груп»;

здійснити аналіз маркетингового середовища підприємства;

надати пропозиції щодо впровадження інноваційних технологій для розвитку ТОВ «Пластик-Груп»;

обґрунтувати ефективність застосування інноваційних технологій у діяльності підприємства.

Об'єкт дослідження є процес впровадження та використання інноваційних технологій з метою розвитку суб'єкта підприємницької діяльності.

Предмет дослідження є теоретико-методичні засади і практичні положення впровадження та використання інноваційних технологій на підприємстві.

Методологія дослідження. Для досягнення поставленої мети та завдань кваліфікаційної роботи використано загальнонаукові та економічні методи: системно – структурного аналізу, аналізу і синтезу, наукового узагальнення, статистичного, порівняльного аналізу, аналогій та моделювання.

Інформаційну базу дослідження становлять концептуальні вітчизняні та зарубіжні джерела наукової інформації (монографії, статті, доповіді, тези, збірники наукових праць, тематичні дослідження), нормативні та законодавчі акти органів державного управління, статистичні дані Державної служби статистики України та інших центральних органів виконавчої влади, звітність досліджуваного підприємства, Закони України та рішення Кабінету Міністрів України.

Апробація результатів дипломної роботи. Основні результати роботи, висновки і рекомендації оприлюднено в Молодіжному економічному віснику ХНЕУ ім. Семена Кузнеця.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

1.1. Інноваційні технології: сутність, ознаки, класифікація

Дослідження сутності інноваційних технологій вимагає вивчення таких основних понять, як інновації, інноваційний процес, інноваційний потенціал, інноваційна діяльність та її характеристика. Аналіз сутності та змісту даних економічних категорій дозволять розкрити сучасну концепцію особливостей розробки і реалізації інноваційних технологій для здійснення розвитку господарюючих суб'єктів.

В науковій літературі як зарубіжних, так і українських авторів теорія інновацій представлена досить багатогранно. Відомо, що спробу всебічно розкрити сутність поняття «інновація» вперше зробив Шумпетер Й.. У той самий час Друкер П. зосередив свою увагу на виявленні тісної залежності між ефективністю сучасного бізнесу та інноваціями різних напрямків.

Спіфанова І. Ю. зазначає, що інновація – «це новий продукт, нове явище або дія на ринку, що має на меті залучити, споживача, задовольнити його потреби та одночасно принести дохід підприємцю» [13, с.37]. Звідси випливає, що інновація виступає в якості явного фактору зміни як результат діяльності, втілений у новий чи вдосконалений продукт, технологічні процеси, нові послуги та нові підходи до задоволення суспільних потреб.

Лисюк Т.В. під інновацією розуміє нововведення, що реалізоване практично у вигляді нового чи вдосконаленого товару, процесу чи методу, створене в результаті застосування нових знань та ідей для кращого задоволення потреб клієнтів [21, с.142].

Пілявоз Т.М. використовує об'єктний підхід в інтерпретації терміну «інновація», розуміючи під інновацією об'єкт, запроваджений у звернення в результаті проведеного наукового дослідження, або знову відкритого ринку, якісно відмінного від попереднього аналога. Інновація характеризується вищим

технологічним рівнем, новими споживчими якостями товару або послуги порівняно з попереднім продуктом [29, с.186].

Інші погляди щодо суті поняття «інновації» наведено в табл.1.1.

Таблиця 1.1

Основні сучасні підходи до визначення поняття «інновації»

Автор	Визначення поняття «інновації»
Горяча О. Л. [6]	«...набір оптимального поєднання мінімально можливих ресурсів організації для створення та просування інноваційного продукту в умовах обмеженого ринкового середовища для досягнення максимально можливого фінансового результату чи іншої вигоди».
Гурочкіна В.В. [9]	«будь-яке організоване рішення, система, процедура або метод управління, що істотно відрізняються від практики, що склалася і вперше використовуються в даній організації».
Діба О.М. [11]	«...результат творчої та інвестиційної діяльності, спрямованої на розробку, виготовлення та розповсюдження нових видів товарів, послуг та технологій, організаційних форм на рівні підприємства».
Завадинська О. Ю. [14]	«...це нове науково-технічне досягнення, що знайшло використання в людській діяльності».
Єпіфанова І. Ю. [13]	«... це комплексний процес створення, розповсюдження і використання нового практичного засобу (новшества) для нової або для кращого задоволення вже відомої потреби людей; одночасно це є процес пов'язаних із введенням даного новшества змін у тому соціальному і речовому середовищі, у якому здійснюється його «життєвий цикл»».
Кравчук А. В. [17]	«...матеріалізований результат, отриманий від вкладення капіталу в нову техніку або технологію, у нові форми організації виробництва праці, обслуговування і управління, аналізу тощо».
Малюта Л.Я. [23]	«...кінцевий результат креативної діяльності, втілений у виведеному на ринок новому або вдосконаленому продукті, технологічному процесі, який використовується у практичній діяльності, або новому підході в наданні споживчих послуг».
Пілявоз Т.М. [29]	«...це суспільний, технічний, економічний процес, практичне використання ідей, винаходів, яке призводить до створення кращих по своїх властивостях виробів, технологій, орієнтоване на економічну вигоду, прибуток, додатковий дохід, охоплює весь спектр видів діяльності – від дослідження і розробок до маркетингу».
Романишин В. О. [31]	«...введення у вжиток якого-небудь нового або значно поліпшеного продукту (товару чи послуги) або процесу, нового методу маркетингу або нового організаційного методу в діловій практиці, організації робочих місць або зовнішніх зв'язках».

Вважаємо більш точним та адекватним тлумачення інновації з позицій об'єктно-процесного (об'єктно-цільового) підходу. Інновація – це система

науково-дослідних, організаційно-економічних, технологічних та інших заходів та їх результатів, спрямованих на докорінне перетворення та оновлення продукту/послуги, механізму його просування та реалізації з метою досягнення соціального, економічного, екологічного чи іншого ефекту.

Інноваційний процес - це перетворення наукового знання в нововведення; його можна представити як послідовний ланцюг подій, в ході яких новація визріває від ідеї до конкретного продукту, технології або послуги і поширюється при практичному використанні [39, с.152].

Інноваційний процес можна подати у вигляді послідовності наступних етапів, що представлені на рис.1.1.



Рис.1.1. Етапи інноваційного процесу на підприємстві

[систематизовано на основі 39, с.152]

Інноваційний процес забезпечується у вигляді активізації та розвитку інноваційної діяльності господарюючого суб'єкта, а у її основі лежить інноваційний потенціал.

Інноваційний потенціал організації – це повний набір характеристик суб’єкта господарювання, що визначає його здатність здійснювати інноваційно-творчу та практичну діяльність.

Інноваційний потенціал характеризує здатність підприємства до здійснення інноваційної діяльності, безпосередньо пов’язаної зі створенням принципово нових продуктів чи технологій або модифікацією вже апробованих нововведень. Крім іншого, інноваційний потенціал може бути визначено як об’єднання джерел фінансової, матеріальної, кадрової, інтелектуальної та інфраструктурної власності [5, с.66].

Отже, інноваційний потенціал компанії у широкому сенсі – це сукупність характеристик підприємства, які визначають здатність цього підприємства до здійснення інноваційної діяльності, що включає в себе створення та практичне застосування різних технологічних та інших нововведень. Інноваційний потенціал підприємства у вузькому значенні – це сукупність матеріальних і нематеріальних ресурсів, які необхідні компанії для здійснення будь-якого виду інноваційної діяльності.

Щодо сутності інноваційної діяльності суб’єкта господарювання, то у світовій економічній літературі немає однозначного визначення поняття «інноваційна діяльність», так як воно перебуває у постійному розвитку і доповнюється деякими аспектами, які враховують особливості економічного розвитку країни. Визначення поняття «інноваційна діяльність» різними авторами наведено в табл.1.2.

Таблиця 1.2

Визначення поняття «інноваційна діяльність» різними авторами

Автор	Визначення поняття «інноваційна діяльність»
1	2
Антонюк А. А. [6]	«...це комплекс практичних дій, спрямованих на використання науково-технічних результатів для отримання нових або поліпшення існуючих виробів, технологій, методів управління та ін.»
Горяча О. Л. [9]	«...це складна динамічна система заходів з використання результатів закінчених науково-технологічних досліджень, організаційно-економічних розробок або інших науково-технологічних досягнень, яка

Продовження табл. 1.2

1	2
	функціонує під впливом факторів середовища усіх рівнів (зовнішнього та внутрішнього) з метою задоволення мінливого індивідуального попиту і потреб суспільства в цілому в конкурентоспроможній продукції (товарах, роботах, послугах)».
Спіфанова І. Ю. [13]	«...це діяльність, в результаті якої народжується щось нове (новація), яке відзначається неповторністю та оригінальністю і якого до того не існувало в природі, суспільстві».
Кравчук А. В. [17]	«...процес по стратегічному маркетингу, НДДКР, організаційно-технологічної підготовці виробництва, виробництву й оформленню нововведень, їх впровадження (або перетворення в інновацію) і поширенню в інші сфери (дифузія)».
Крючкова І. Р. [19]	«...це діяльність, що націлена на розробку, використання та комерціалізацію науково-техніко-технологічних результатів (інновацій) інноваційного процесу для виробництва продукції, розширення номенклатури (асортименту), впровадження новітньої технології (організація управління чи удосконалення тощо) та реалізації конкурентоспроможного товару (робіт, услуг) з метою отримання економічної ефективності».
Романишин В. О. [31]	«...це діяльність, спрямована на використання та комерціалізацію наукових, техніко-технологічних досліджень та розробок учасниками інноваційного процесу для випуску та реалізації нових конкурентоспроможних товарів (послуг, робіт), технологій, організації управління, гнучкої структури, механізму прийняття рішень й координації науково-інноваційного процесу».

Отже, інноваційна діяльність – це діяльність, спрямована на отримання нових знань та продуктів, результатом якої є комерційна реалізація нових технічних засобів, технологій, нової продукції, матеріалів, нових методів організації та управління виробництвом, що дає економічний (дохід, прибуток), соціальний, екологічний чи інший ефект.

Інноваційна діяльність включає низку напрямків, що передбачають проведення різних наукових, технічних робіт, а також організаційну, управлінську складові, проведення маркетингових досліджень. Усе це спрямовано на створення нових видів продукції, послуг.

Щодо сутності інноваційних технологій, то варто зазначити, що сьогодні існують розбіжності щодо чіткого визначення поняття «інноваційні технології». Нами систематизовано основні сучасні визначення поняття «інноваційні технології» в табл.1.3.

Аналіз визначень підтверджує, що на сьогодні немає єдиного визначення поняття «інноваційна технологія». На нашу думку, під інноваційними технологіями слід розуміти набори засобів та методів, що підтримують основні етапи реалізації нововведень, що забезпечують інноваційну діяльність підприємства. Певною мірою інноваційні технології можна порівняти з самими інноваціями і є однією з форм їхнього прояву.

Таблиця 1.3

Основні сучасні підходи до визначення поняття «інноваційні технології»

Автор	Визначення поняття «інноваційні технології»
Диба О.М. [11]	«...радикально нові чи вдосконалені технології, які істотно поліпшують умови виробництва або самі виступають товаром. Зазвичай мають знижену капіталомісткість, характеризуються більшою екологічністю й меншими енергопотребами».
Завадинська О. Ю. [14]	«...сукупність методів і засобів, що підтримують етапи реалізації нововведення».
Мазнев Г. Є. [22]	«...оригінальний, важко імітований і важко замінний ресурс».
Лисюк Т.В. [21]	«...сукупність новітніх засобів, які забезпечують високе зростання ефективності процесу виробництва на підприємстві».
Романишин В. О. [31]	«...невід’ємна частина успішного розвитку будь-якого підприємства, що досягається за рахунок використання новітніх екологічних, ресурсозберігаючих технологій».
Смесова В.Л., Іщенко І.О. [34]	«...сучасні передові засоби, які допомагають підприємствам значно вдосконалювати існуючий процес виробництва чи надавати більш якісні послуги».
Швиданенко Г. О. [38]	«...утворюють ресурсний ефект, який проявляється у вивільненні частини ресурсів (матеріальних, фінансових, трудових тощо), що є вкрай важливим для підвищення конкурентоспроможності підприємства».
Богуцька О. А. [4]	«...радикально нові чи вдосконалені технології, які істотно поліпшують умови виробництва або самі є товаром».
Ковчуга Л. І. [16]	«... комплекс методів та засобів, спрямованих на підтримку етапів реалізації конкретного нововведення».
Гречаник О. Є., Хлебнікова Т. М., Темченко О. В. [8]	«...повний комплекс методів та засобів. Саме за рахунок них відбувається впровадження самих нововведень – покращених продуктів, товарів чи послуг. Вони спрямовані на підвищення якості продукції або на ефективність роботи персоналу, фабрики».

Українські науковці формулюють інноваційні технології як «набори методів і засобів, що підтримують етапи реалізації нововведення» та розрізняють такі види (рис. 1.2).

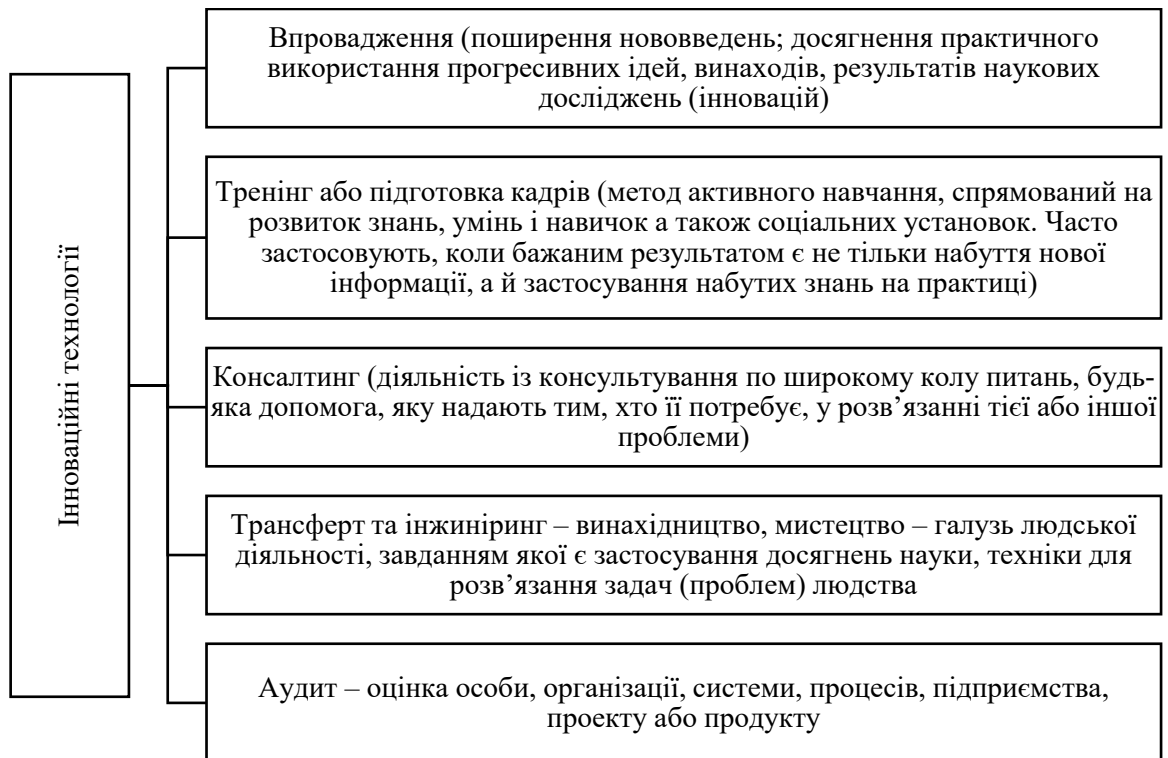


Рис.1.2. Інноваційні технології

Інноваційні технології можуть зачіпати різні сфери діяльності суб'єкта господарювання, починаючи від виробництва і закінчуючи маркетингом. Відповідно до цього визначаються їх можливі типи:

- виробничі інноваційні технології;
- організаційні інноваційні технології;
- управлінські інноваційні технології;
- маркетингові та інші інноваційні технології [26, с.141].

Незалежно від типової та видової приналежності, інноваційні технології спрямовані на формування технічного, творчого та системного мислення. Вони дають змогу генерувати під час вирішення творчих, виробничих завдань нестандартні технічні ідеї.

Інноваційні технології, їх розробка та використання відіграють найважливішу роль у діяльності сучасних підприємств. Їх застосування дозволяє вдосконалювати виробничі процеси, оновлювати асортименти та номенклатуру продукції, знижувати собівартість її виробництва, використовувати нові прогресивні принципи управління. Все це, у свою чергу,

сприяє формуванню конкурентних переваг суб'єкта господарювання і підвищує його конкурентоспроможність на ринку серед інших гравців.

Вплив інноваційних технологій на конкурентні позиції підприємства виявляється у різних напрямках. Крім простого формування конкурентних переваг у вигляді високоякісної продукції та/або низьких витрат, використання інноваційних технологій, викликаючи ефект економії від масштабу, сприяє створенню бар'єрів для входження на ринок нових гравців. Крім того, вони дозволяють змінювати структуру витрат і рамки галузей, що вже склалися, а також створюють можливості для заміни обладнання. Інноваційні технології також здатні змінювати договірні відносини зі споживачами за допомогою диференціації товарів і послуг, що випускаються і реалізуються на ринку.

1.2. Роль інноваційних технологій у розвитку суб'єкта підприємницької діяльності

Розвиток інновацій актуальний для суб'єктів господарювання будь-якого масштабу та будь-якої галузі. Сучасні тренди, такі як поява проривних технологій та цифровізація, призводять до радикальної трансформації у всіх галузях. Продовжує зростати частота появи нових можливостей та загроз та швидкість їх проникнення на ринки. Щорічно нові технології охоплюють наше життя дедалі швидше, і у підприємств для їх впровадження стає дедалі менше часу. Як наслідок, ми спостерігаємо зміни традиційної структури галузей: у багатьох секторах економіки частка інноваційних компаній вже сягає 10-20 % й у перспективі темпи зростання стрімко зростатимуть [14, с.94].

Використання повного спектру інноваційних інструментів стає запорукою стійкої конкурентної переваги та обов'язковою умовою лідерства. За таких умов, для забезпечення сталої конкурентоспроможності компаніям будь-якої галузі необхідно розробляти та впроваджувати інновації, задіявши при цьому всі три основні типи - інновації у побудові бізнес-моделі, процесні інновації та продуктові інновації.

Зараз в Україні, через зухвалий напад РФ на нашу країну, спостерігається спад інноваційного розвитку економіки. Базисом інноваційної економіки виступає вплив інноваційних технологій на конкурентоспроможність промислових підприємств. Стан та рівень розвитку світової економіки в даний час визначає вектор розвитку країн, галузей, підприємств, спрямованих на становлення та ефективну організацію інноваційної діяльності. Інноваціям, інноваційній діяльності надається першорядне значення при вирішенні завдань з досягнення стійкого економічного зростання економіки та виходу країни з кризи шляхом забезпечення високого рівня технологічного розвитку, розробки, освоєння нових видів виробництв, випуску нової продукції, конкурентоспроможної на світовому ринку. Для досягнення зазначених цілей потрібне комплексне реформування всіх галузей економіки, важливі як технологічні і виробничі інновації, так і інновації в галузі управління, в економіці та соціальній сфері. Необхідність та важливість інновацій для досягнення високого рівня розвитку підприємств та галузей підкреслюються у роботах М. Портера, який зазначає, що компанія досягає конкурентних переваг у вигляді інновації. Після того як компанія досягає конкурентних переваг завдяки нововведенням, вона може утримати їх лише за допомогою постійних покращень. Переслідуючи мету динамічного розвитку та завоювання лідерства на ринку, підприємства постійно повинні прагнути до впровадження у виробничий процес новітніх технологій, методів організації виробництва [6, с.30].

Інноваційні технології відіграють провідну роль у вдосконаленні виробничого процесу, оновлення асортименту та номенклатури продукції, зниження собівартості продукції, запровадження нових прогресивних принципів управління, тобто, вони створюють основні конкурентні переваги. Як зазначив М. Портер: «технологічні зміни все більше розглядаються як такі, що мають самостійну цінність, та будь-яке технологічне нововведення, яке застосовує організація, сприймається як позитивний чинник» [11, с.117].

Роль інноваційних технологій у бізнесі та суспільстві зростає з кожним днем. Грамотні інвестиції в інноваційні технології дозволяють підвищити ефективність управління бізнесом, тому що не тільки служать для оптимізації витрат, але також надають бізнесу гнучкість та розкривають додаткові можливості для його розвитку. Компанії, які використовують інновації, працюють ефективніше.

Інновації є необхідною умовою розвитку, підвищення якості та збільшення кількості появи нових товарів та послуг, а в умовах ринкової економіки вони є рушійною силою конкуренції, завдяки їм вдається використовувати сучасну технологію та організацію виробництва, забезпечувати успіх та ефективність діяльності підприємства. Інновації позитивно впливають на розвиток підприємств та економіки країни, тому необхідно сприяти ефективному здійсненню інноваційного процесу, систематичного створення та розповсюдження наукових досліджень та розробок, від впровадження яких залежатиме конкурентоспроможність вітчизняних підприємств та країни загалом.

Ефективне впровадження інноваційних технологій може створити значні стратегічні переваги в найбільш конкурентоспроможних галузях. Підприємства-лідери отримують конкурентну перевагу завдяки інноваціям, використовуючи нові технології та методи роботи, але коли перевага досягнута, її можна зберегти лише шляхом постійного вдосконалення, тобто постійних інновацій. Тому на сучасному етапі розвитку світової економіки основною ознакою конкурентоспроможності є інноваційність, тобто здатність системи систематично розвивати, оновлювати та змінювати господарську діяльність на основі поглинання інновацій. Вплив інновацій на формування конкурентоспроможності показано на рис. 1.3.

Інноваційна технологія може впливати на конкурентне становище підприємств та галузей у кількох напрямках:

1. Створювати бар'єри для входу нових підприємств ринку, викликаючи ефект економії від масштабу і змінюючи, наприклад, вимоги до обсягу початкового капіталу.

2. Змінювати договірні відносини з покупцями шляхом диференціації товарів та послуг.

3. Створювати можливості заміни устаткування.

4. Змінювати структуру витрат і рамки традиційно галузей, що склалися [22, с.36].



Рис. 1.3. Вплив інновацій на формування конкурентоспроможності підприємства [систематизовано на основі 22, с.36]

При розробці стратегії підприємству важливо зосередитися на тих технологіях, які можуть чинити найбільш стійкий вплив і відповідають наступним чотирьом вимогам:

Зміна технології сама по собі знижує витрати або спричиняє можливості диференціації, а підприємство має стійке технологічне лідерство.

Зміна технології викликає зсув структури витрат на користь підприємства або дає можливість виробництва унікальних продуктів.

Перехід до нових технологій викликає, крім переваг від самих технологій, інноваційний додатковий ефект.

Зміна технології принципово змінює структуру галузі промисловості.

Оскільки правильно обрані технології є основою успішної інноваційної діяльності та фактором довгострокової конкурентоспроможності, технологічні рішення повинні включатись у практику розробки стратегічних управлінських рішень.

Щоб розвинути конкурентну перевагу, щоб утримати існуючих клієнтів і залучити нових клієнтів на кожному етапі свого розвитку, підприємства повинні трансформувати різні компоненти своєї бізнес-моделі до зовнішніх умов середовища, шукаючи та впроваджуючи інновації, а також збільшуючи свою інноваційну діяльність. Основні переваги від впровадження інноваційних технологій у діяльність підприємств наведено на рис. 1.4.



Рис. 1.4. Переваги від впровадження інноваційних технологій у діяльність підприємства

Таким чином, збереження конкурентної позиції на ринку та відповідних переваг в умовах жорсткої конкуренції, розвиток суб'єкта господарювання можливі лише шляхом постійного вдосконалення існуючих інновацій та впровадження нових модифікацій на ринок, що вимагає постійної уваги до внутрішнього інноваційного процесу та відповідних тенденцій ринку. Формуючи унікальний набір конкурентних переваг у поєднанні з найкращою стратегією розвитку, підприємство може забезпечити величезний конкурентний потенціал, який забезпечить суб'єкту підприємства стійку ринкову

конкурентоспроможність і можливості довгострокового економічного зростання.

Зазначимо, що інноваційну діяльність необхідно посилювати як на макрорівні, так і на мікрорівні: перший – це організаційне, фінансове та правове забезпечення інноваційної діяльності компаній; другий – мотивація інноваційної активності керівництвом підприємств. Отже, ефективність застосування методів управління інноваційним потенціалом організації пов'язана з організаційно-економічними умовами її діяльності.

Інноваційні технології, що призводять до зниження собівартості продукції, є основними критеріями, що визначають ефективність виробничої діяльності. Досягнення максимальної ефективності базується на реалізації механізмів інноваційної діяльності. Мається на увазі прагнення підприємства до такого співвідношення, коли індекс зростання цін готової продукції випереджає індекс зростання цін на споживані ресурси. У результаті підвищується коефіцієнт доданої вартості в ціні продукту [22, с.38].

Слід звернути увагу на залежність розвитку підприємств від впроваджуваних інноваційних технологій: технологічних, організаційних та маркетингових. Технологічні інновації - це дослідження і розробки; закупівля машин і обладнання, нових технологій; проектування виробництва; навчання і навчання персоналу; маркетингові дослідження. Організаційні інновації включають: впровадження сучасних методів управління з використанням інформаційних технологій, створення нових або суттєво змінених організаційних структур, застосування сучасних систем контролю якості, сертифікацію товарів, проектів і послуг, здійснення заходів, спрямованих на розвиток таланти. Маркетингові інновації включають реалізацію маркетингових стратегій, спрямованих на розширення складу споживачів або ринків збуту; використання прогресивних методів просування товару; впровадження сучасних концепцій представлення товарів у торгівлі; застосування нових стратегій ціноутворення при продажу. товари та послуги.

Впровадження інноваційних технологій та системний розвиток підприємствами інноваційної діяльності є необхідними умовами розвитку, підвищення конкурентоспроможності підприємств та зміцнення конкурентних позицій підприємств на ринку. Це дає можливість суб'єктам господарювання подовжувати життєвий цикл свого існування та постійно підвищувати ефективність своєї діяльності [22, с.40].

Але існують і деякі перешкоди, які стримують розвиток інноваційної діяльності вітчизняних підприємств. На основі огляду літератури можна визначити такі основні бар'єри: слабкі стимули для інноваційної діяльності, недостатня врегульованість законодавчої бази та її непослідовність, висока непередбачуваність результатів інноваційної діяльності, нестабільна політична та економічна ситуація в країні, існує велика відокремленість іноземних партнерів, недостатня державна підтримка корпоративної інноваційної діяльності, нестача великої кількості висококваліфікованих кадрів.

Отже, під час економічних коливань підприємства працюють під сильним економічним тиском, що змушує їх постійно підвищувати ефективність всіх бізнес-процесів за одночасного зниження експлуатаційних витрат. Саме тому інноваційні технології відіграють важливу роль у процесі управління підприємством, будучи основою підтримки його на ринку, покращення його конкурентоспроможності. Інновації є одними з найважливіших факторів, що визначають розвиток економіки окремих країн та підприємств. Інновація вимагає від підприємств зобов'язання адекватного фінансування, відповідного персоналу, знань, правильних навичок та культури, творчості та відкритості до нових ідей. Саме інновації є рушійною силою конкуренції, яка створює переваги, забезпечує зростання, є стратегічним ресурсом та основним елементом прогресу підприємства. Інновації дозволяють знизити витрати виробництва, підвищити його якість, розширити асортимент продукції для повного задоволення потреб споживачів, оперативніше реагувати на зміни, скоротити споживання сировини та енергії, знизити шкідливий вплив на навколишнє середовище, підвищити безпеку.

1.3. Світовий досвід впровадження інноваційних технологій для розвитку підприємства

В сучасних умовах політико-економічної нестабільності і посилення конкуренції українські підприємства знаходяться в стані пошуку ефективності діяльності і в забезпеченні подальшого свого розвитку. Розвиток світової економіки доводить – інновації – один з найважливіших інструментів сприяє підвищенню конкурентоспроможності, економічного зростання, як промислових підприємств, так і соціально-економічному розвитку держави.

Інноваційні перетворення в економіці, інтеграція економіки країни у світові ринки та формування нових економічних відносин вимагають розробки нових моделей управління та критеріїв оцінки ефективності діяльності підприємств.

При аналізі міжнародного досвіду використання різних форм управління доцільно розглядати їх не як статичну систему відносин, а як мобільну, гнучку, яка адекватно може бути використана насамперед у реальному секторі економіки.

Світова економіка прискорено рухається у бік безперервних оновлень. Так як інноваційна діяльність відрізняється високим ступенем ризику і певною складністю, наявність внутрішніх мотивацій і потенціалу не є достатніми умовами для активізації інноваційної діяльності. Саме держава є рушійною силою, зовнішнім спонукачем для забезпечення підтримки інноваційних підприємств.

До цілей державної політики розвинених країн у галузі сприяння науки відносяться забезпечення впровадження науки в інноваційний процес, покращення екологічного стану, збереження та розвиток існуючих наукових інститутів, зростання конкурентоспроможності продукції на міжнародному ринку, обороноздатність та безпека держави [6]. Саме фундаментальна наука як одна із стадій інноваційного процесу і є областю державної підтримки, коли держава забезпечує підприємців науковими знаннями [15, с. 150].

Існують перелік стратегій, яким користуються зарубіжні країни: стратегія децентралізованого регулювання, стратегія активного втручання та змішана стратегія. Ці стратегії розрізняються за формами та рівнями підтримки.

Стратегія активного втручання передбачає, що інноваційна діяльність є складовою економічного прогресу країни. Держава виступає в ролі ініціатора субсидування інноваційних проектів та програм, реалізація яких робить значний внесок у економічний розвиток країни. Цю стратегію використовують у Нідерландах, Японії, Франції.

Стратегія децентралізованого регулювання – це комбінований спосіб участі держави у формуванні наукової та інноваційної галузі. При реалізації цієї стратегії держава так само має вплив на інноваційний процес, однак, відсутні суворі директивні зв'язки, специфічні для стратегії активного втручання. Функція держави зводиться до формування ним різних економічних, правових та інших умов. Стратегія децентралізованого регулювання застосовується, наприклад, у США та Великій Британії.

Змішана стратегія застосовується у країнах зі значною часткою державного сектора (Швеція, наприклад) [15, с. 151].

Особливу увагу слід звернути на позитивний підхід до стимулювання впровадження інноваційних технологій в діяльність підприємств у низці країн Європейського Союзу, які дали позитивні результати. Так, в Австрії завдяки ефективній системі оподаткування, що стимулює інноваційний розвиток суб'єктів господарювання, досягнуто високої продуктивності праці в промисловості, внаслідок чого Австрія за цим показником займає одне із провідних місць у світі.

Вважають, що Америка - країна підприємців. Щодня в США вигадують безліч цікавих ідей та нових напрямків для розвитку бізнесу. Враховуючи державний устрій США, логічним є й різноманітність податкових ставок, способів зборів податків у кожному окремому штаті. У кожному із 50 штатів свої податкові умови. Однією з переваг є те, що всі Штати мають широкую розвинену мережу обміну податковою інформацією з іншими податковими

юрисдикціями. Багато підприємців обирають штат Делавер, який вважається найкращим штатом для створення компанії.

У Делавері ставка оподаткування – 8,7%. Крім того, немає необхідності бути резидентом штату для реєстрації бізнесу. При реєстрації ТОВ у цьому штаті, податкова служба США розглядає ТОВ як самостійний суб'єкт оподаткування. Як правило, лише великим компаніям вигідно відкривати тут свій бізнес. За статистикою більше, ніж 50% компаній на Нью-Йоркській Фондовій біржі зареєстровано в Делавері. Однак у штаті Делавері встановлено податку на доходи корпорацій і фізичних осіб, і навіть створення офшорної зони біля республіки. Поки що ця ідея ще перебуває на стадії обговорення.

Механізми стимулювання інноваційних процесів в США - це найважливіший інструмент впливу на інші регіони світу шляхом залучення їх виробничих сил до американської системи виробництва та розподілу.

У Сполучених Штатах Америки, країні, орієнтованій на лідерство в науці та інноваціях, особлива увага приділяється інститутам, які допомагають полегшити комерційне користування розроблених ними результатів науково-дослідної діяльності [25, с. 53]. Незважаючи на підвищену приватну інноваційну активність, держава впливає на зростання конкурентоспроможності національного бізнесу. У США підтримуються форми взаємодії бізнесу, що займається науково-дослідними та дослідно-конструкторськими розробками з вищими навчальними закладами, що спеціалізуються на фундаментальних науках. Серед основних пріоритетів, виділених державою, належать програма з вивчення кліматичних змін на Землі, боротьба з тероризмом, програма створення нових джерел відновлюваної енергії, національна ініціатива у галузі нанотехнологій [25, с. 53].

Головним стимулом для розвитку національного інноваційного механізму є боротьба за світове лідерство шляхом залучення інших країн до американської системи розподілу. Це досягається за рахунок передачі цим країнам американських технологій виробництва та залучення їх до системи доларового грошового обігу.

Першочергова увага приділяється високій продуктивності нової продукції, а її енергоємність і матеріаломісткість мають другорядне значення через відносну дешевизну сировини. Тому основний інноваційний аспект робиться на управлінські інновації для полегшення адаптації технологій виробництва до регіональних економічних умов.

З метою підвищення ефективності розробки та впровадження інновацій, суттєвий акцент інноваційної діяльності зроблено на малу форму підприємництва на перших стадіях впровадження інновацій. Виділення найважливішим пріоритетом розвитку сфери науки та технологій дозволяє США сподіватися на збереження лідерських позицій національної конкурентоспроможності на світовій арені.

Японська модель стимулювання інноваційного механізму має низку важливих відмінностей від американської моделі. Ця країна імпортує необхідні для країни природні ресурси в обмін на експорт високоякісної продукції з більшості категорій товарів та послуг. Обмеженість національних ресурсів разом із недостатнім розвитком матеріальної бази фундаментальної науки визначили найбільше розвиток впроваджувального циклу у складі інноваційного механізму.

Основні його елементи [15, с. 150]:

1. порівняно низький рівень прямих державних витрат на НДР;
2. високий розвиток інформаційної компоненти;
3. збір та аналіз винахідницької та кон'юнктурної інформації в усьому світі про новітні відкриття;
4. ведення більшості НДДКР у науково-дослідних центрах великих корпорацій та на дослідних виробництвах;
5. активізація науково-технічного розвитку приватних корпорацій шляхом звільнення від податків дослідницької та проектної діяльності у найбільш перспективних галузях науки та техніки;

6. розвиток венчурного бізнесу, фінансування якого здійснюється із внесків фінансових органів, брокерських фірм, промислових та торгових монополій, індивідуальних вкладників та компаній венчурного капіталу;

7. участь уряду у координації технологічних пріоритетів шляхом стимулювання розвитку конкретних технологій.

Інноваційний механізм Японії дозволяє підтримувати високу продуктивність виробництва, масове виробництво продукції високого попиту з передовими споживчими якостями, залучати необхідні ідеї та необхідну сировину. Структурний акцент інноваційного механізму зроблено на користь великих підприємств, що може бути виправдано територіальною компактністю країни та недостатньою розвиненістю фундаментальної науки.

Основні економічні пріоритети - висока енергетична та матеріальна ефективність виробничого процесу та продукції за збереження її передових споживчих якостей. Проте відносно менша розвиненість малого підприємництва робить інноваційний механізм Японії залежним від суттєвої державної підтримки.

У Великій Британії ключовим механізмом державної підтримки інноваційної діяльності є надання податкових пільг компаніям, що займаються НДДКР. Право на пільговий податок на прибуток мають організації, які інвестують понад 10 000 фунтів стерлінгів у свої дослідження. Розмір пільг залежить від величини організації і становить 150% від витрат на НДДКР для малих та середніх підприємств, 125% витрат на НДДКР для великих компаній [8, с. 76].

Крім того, підприємства, які займаються науково-дослідними розробками, мають право скористатися «режимом прискореної амортизації» щодо основних засобів (обладнання, транспортні засоби).

Індія в даний час показує високі результати в технологічному розвитку підприємств. Характерною рисою інноваційної системи Індії є всеосяжна підтримка малих і середніх інноваційних підприємств, що проявляється в наданні фінансової та технологічної допомоги з боку держави, а також в

об'єднанні малих компаній у кластери та зміцненні зв'язків з найбільшими організаціями. Крім того, важливим фактом є те, що державна інноваційна політика Індії передбачає зниження ризиків інноваційної діяльності за рахунок залучення підприємств у проекти державного фінансування [15, с. 151].

Через нерівномірний розвиток інновацій у різних країнах світу сформувалися унікальні моделі підтримки впровадження інноваційних технологій у діяльність підприємств. У розвинених, інноваційних країнах ключові векторні напрямки задаються державними програмами.

Сьогодні існує чотири моделі інноваційного розвитку [8, с. 78]:

євроатлантична;

східно-азійська;

альтернативна;

модель потрійної спіралі.

1. Євроатлантична модель передбачає присутність усіх стадій інноваційного циклу – починаючи від виникнення ідеї, закінчуючи випуском готової продукції масовому масштабі.

Ця модель характерна для країн Європейського Союзу та Великобританії.

Інноваційна система Сполученого Королівства знаходиться у зосередженні навколо університетів – Оксфорда, Кембриджу та Лондонського університету. Крім того, у цій країні працюють спеціальні інноваційні центри, які спеціалізуються на просуванні технологій з урахуванням потреб людей. У Франції здійснення величезної кількості фундаментальних досліджень відбувається на базі Національного Центру наукових досліджень. У європейських державах прикладні дослідження здебільшого отримують фінансування за рахунок грантів, спільних проектів до найбільших транснаціональних корпорацій [8, с. 78].

2. Східноазійська модель відрізняється тим, що проведення фундаментальних досліджень припадає на інноваційні лабораторії при найбільших компаніях. Ця модель широке застосування отримала Японії. Саме в Країні Вранішнього Сонця витрати на прикладні дослідження покладаються

на приватний сектор. Важливим механізмом забезпечення результативної діяльності при впровадженні інновацій в найбільших японських корпораціях є створення команд розробників із співробітників різних підрозділів організації. Таким чином, революційна чи вдосконалена нова технологія японської компанії – це результат створених робочих груп у компаніях [15, с. 152].

3. Альтернативну модель можна застосувати до країн з найбільш розвиненим сільським господарством, яке не має високого потенціалу до прикладних досліджень. До цієї моделі відносять інноваційні системи таких держав, як Таїланд, Чилі, Туреччина, Португалія тощо. Таїланд та Чилі, найбільші експортери сільгосппродукції, зосереджують свою увагу на вдосконаленні інноваційного менеджменту сільськогосподарських галузей та запозиченні новітніх технологій в інших країнах.

4. Модель потрійної спіралі – це нова модель інноваційного розвитку. Її основою стала євроатлантична модель, проте в ідеальному вигляді існує вона у закінченому вигляді лише теоретично.

Модель потрійної спіралі передбачає взаємодію кількох інститутів суспільства – науки, держави та приватного сектора на всіх етапах інноваційного розвитку. Якщо в індустріальну епоху ця взаємодія була лінійною, то в постіндустріальному типі суспільства воно стає схожим на зчеплення спіральних структур ДНК. Популярність моделі потрійної спіралі росте, оскільки вона пропонує новий механізм досягнення певного консенсусу, що може забезпечити саморозвиток складних мережевих систем. Прикладом інноваційного розвитку за моделлю потрійної спіралі є Силіконова долина. Спочатку взаємодія держави, приватного сектору та науки була подвійною і «по парною» - університет та компанія, держава та університет. Основна увага приділялася розвитку фундаментальних та прикладних досліджень, які надалі застосовувалися у виробництвах компаній.

Через певний час так звані «парні стосунки» перетворилися на модель потрійної спіралі.

Отже, аналіз зарубіжного досвіду показав, що зростання інноваційного потенціалу не відбувається саме собою, без посиленої підтримки держави. Світова практика показує, що для створення єдиного інноваційного простору необхідна взаємодія наукових інститутів, бізнес-сектору та держави.

Більше того, кожна з розглянутих вище країн обирає свій інноваційний шлях розвитку: хтось наголошує на підтримці НДДКР, інша країна вибирає податкове стимулювання розробників. Проте, незважаючи на багато економічних та соціальних відмінностей, можна простежити і загальні напрями, рішення, якими розвинені країни йдуть до своїх цілей.

Висновок до розділу 1

Аналіз літератури надав можливість встановити, що не існує єдиної точки зору поняття «інновації» та «інноваційна діяльність». Тому в роботі запропоновано під інноваційним розвитком розуміти сукупність цілеспрямованих і взаємозалежних попереджувальних заходів, що забезпечують досягнення заданого економічного зростання для здійснення цілей розвитку підприємства. Воно більш успішно, коли охоплює не одну вузьку область, а включає в себе також сфери, що впливають на загальний результат (управління, маркетинг, навчання персоналу, фінанси, продажі і т. д.). А під інноваційною діяльністю – розробку та реалізацію ідей, інновацій, процесів, результату діяльності, зміну, ефективність.

Життєвий цикл інноваційного проекту, що бере початок з фундаментальних досліджень, передбачає прикладні та дослідно-конструкторські розробки. Далі відбувається освоєння промислового виробництва нових виробів (випробування та підготовка виробництва), потім настає процес промислового виробництва, де знання матеріалізуються.

Ефективність проекту інноваційного розвитку залежить від місії та правильно розробленого цілепокладання організації, вірного інноваційного настрою всіх рівнів менеджменту підприємства, де кожен учасник інноваційної

діяльності повинен мати можливість для прояву ініціативи, бути наділений конкретними повноваженнями та нести за них індивідуальну відповідальність.

Діагностику рівня інноваційного розвитку підприємства доцільно здійснювати на основі системного підходу, який розглядає організацію як відкриту систему, тобто, з одного боку організація розглядається як система, що складається з цілого ряду взаємодіючих складних підсистем, а з іншого боку, як єдине ціле по відношенню до її зовнішнього середовища.

Дослідженням методологічних аспектів інноваційного розвитку підприємства встановлено відсутність кількісних методів його оцінювання. Застосування виділених методичних підходів до кількісного оцінювання інноваційного розвитку підприємства дає змогу дослідити ступінь сформованості та встановити дієвість його впливу на загальний розвиток підприємства шляхом раціонального формування складових за напрямками.

РОЗДІЛ 2. КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ПЛАСТИК-ГРУП»

2.1. Загальна характеристика діяльності ТОВ «Пластик-Груп»

Товариство з обмеженою відповідальністю «Пластик-Груп» (ТОВ «Пластик-Груп») зареєстроване у 2004 році і є виробником та реалізатором продукції з пластмас.

Юридична адреса ТОВ «Пластик-Груп»: м. Київ, вул. Мельникова, буд.12. Форма власності підприємства – приватна власність. Основний вид діяльності ТОВ «Пластик-Груп» за КВЕД: «22.22 Виробництво тари з пластмас» [27].

Конкурентами підприємства є всі підприємства м. Києва, та Київської області, що виробляють та реалізують аналогічну продукцію. Споживачами продукції ТОВ «Пластик-Груп» є юридичні та фізичні особи. Сьогодні ТОВ «Пластик-Груп» орієнтується на новий, європейський рівень стандартів. Ідеологія ТОВ «Пластик-Груп» - Якість, Терміни, Ціна. І підприємство намагається, щоб ці критерії завжди відповідали один одному [27].

Мета ТОВ «Пластик-Груп» - вдосконалення і розвиток підприємства, незмінна висока якість продукції, гідні умови праці та соціальні гарантії свого колективу [27].

На ТОВ «Пластик-Груп» застосовується лінійно-функціональна організаційна структура управління (рис.2.1). Структура та штатна чисельність персоналу підприємства затверджується відповідно до статуту підприємства власником або уповноваженим ним органом управління.

Безперечно в такій організаційній структурі управління є недоліки, з якими ТОВ «Пластик-Груп» стикалося неодноразово:

Недостатня гнучкість при вирішенні нових завдань;

Ускладнена координація діяльності функціональних підрозділів в упровадженні нових програм;

Ускладнена реалізація внутрішньовиробничих, конструкторських і технологічних новацій без залучення керівників вищої ланки.

Однак, враховуючи недоліки лінійно-функціональної організаційної структури управління, організаційна структура управління ТОВ «Пластик-Груп» відповідає сучасним ринковим вимогам та забезпечує високу гнучкість у стратегії кожного господарського підрозділу підприємства, зумовлює звільнення керівника ТОВ «Пластик-Груп» від управління конкретними процесами і дає йому можливість зосереджуватись на загальній стратегії функціонування підприємства.



Рис.2.1 Організаційна структура управління ТОВ «Пластик-Груп»

ТОВ «Пластик-Груп» є малим підприємством з чисельністю в 61 особу. Проведемо аналіз працівників ТОВ «Пластик-Груп» на підставі показників їх фактичної чисельності за 2020-2022 роки (табл.2.1).

Таблиця 2.1

Динаміка структури персоналу ТОВ «Пластик-Груп» за 2020-2022 рр.

Категорії персоналу	2020 р.		2021 р.		2022 р.		Відхилення			
							2021/2020		2022/2021	
	осіб	%	осіб	%	осіб	%	осіб	%	осіб	%
Керівники	24	20,87	21	20	14	22,95	-3	-0,87	-7	2,95
Фахівці	21	18,26	19	18,1	11	18,03	-2	-0,16	-8	-0,07
Службовці	12	10,43	9	8,57	2	3,28	-3	-1,86	-7	-5,29
Робітники	58	50,43	56	53,33	34	55,74	-2	2,9	-22	2,41
Всього	115	100	105	100	61	100,00	-10	0	-44	0,00

Згідно даних табл.2.2, за 2021 рік в порівнянні із 2020 роком фактична чисельність персоналу ТОВ «Пластик-Груп» зменшилася на 10 осіб, а у 2022 році зменшилася на 44 особи. В 2022 чисельність персоналу ТОВ «Пластик-Груп» зменшилася на 7 керівників, 8 фахівців, 7 службовців та 22 робітника. Частина співробітників ТОВ «Пластик-Груп» пішли на фронт, а частина поїхали до безпечніших регіонів країни або за кордон.

В структурі персоналу ТОВ «Пластик-Груп» переважають група «робітники», які в 2020 році становили 50,43% від усього персоналу організації, в 2021 році їхня частка зросла до 53,33%, і в 2022 році зросла до 55,74 %. Другою за чисельністю групою є «керівники», часта яких в 2022 році становила 22,95%. Частка фахівців в організації в 2022 році складала 18,03%.

Одним із головних викликів воєнного часу – управління персоналом. Керівництво ТОВ «Пластик-Груп» намагається врахувати побажання своїх співробітників, які поїхали з міста та можуть працювати лише дистанційно. Тут у нагоді став досвід роботи під час пандемії COVID-19.

Також, протягом 2022 року, не відкривалися нові вакансії, здійснювався перерозподіл роботи між співробітниками ТОВ «Пластик-Груп» та забезпечувалася їх зайнятість. ТОВ «Пластик-Груп» з перших днів війни підтримує зв'язок з тими працівниками, хто виїхав і не може працювати дистанційно. Було надано можливість оформити оплачувану відпустку та зберегти робоче місце. Якщо дні щорічної відпустки закінчуються – співробітники подають заяву на неоплачувану відпустку. Переважна більшість

планує повернутись. А ті, хто вирішив цього не робити, поступово звільняються.

На ТОВ «Пластик-Груп» спостерігається плинність кадрів, пов'язана переважно зі звільненням за власним бажанням. Показники руху кадрів ТОВ «Пластик-Груп» подано у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Показники руху кадрів ТОВ «Пластик-Груп» за 2020-2022 рр.

Показники	2020	2021	2022	Відхилення, %		
				2021/ 2020	2022/ 2021	2022/ 2020
Коефіцієнт обороту прийому	0,044	0,079	0,121	+ 79,5	+53,1	+175,0
Коефіцієнт обороту зі звільнення	0,044	0,142	0,402	+ 222,7	+183	+813,6
Коефіцієнт загального обороту	0,087	0,220	0,520	+152,8	+136,3	+497,7
Коефіцієнт плинності	4,31	7,85	12,04	+82,13	+53,37	+179,35
Коефіцієнт стабільності персоналу	0,95	0,87	0,71	-8,4	-18,3	-25,2

При динаміці плинності робочої сили (відхилення у 2022 р до 2020 р на 179,35%) коефіцієнт стабільності персоналу за цей період знизився на 25% і дорівнює 0,71. Це вказує на те, що підприємство не здатне утримувати важливих працівників на робочих місцях. Різниця коефіцієнтів обороту з прийому та звільнення за 2022 рік також говорить про плинність кадрів на підприємстві: коефіцієнт обороту зі звільнення вищий на 0,28, ніж коефіцієнт обороту з прийому.

У ході дослідження було здійснено аналіз причин плинності на ТОВ «Пластик-Груп» на підставі обробки анкет (табл.2.3).

Таблиця 2.3

Причини плинності кадрів на ТОВ «Пластик-Груп»

Причини плинності кадрів	Відповіді опитаних працівників (%)
Незадоволеність зарплатою	69
Незадоволеність умовами праці	4
Соціально-психологічний клімат у колективі	9
Відсутність моральних заохочень	18
Разом	100

Однією з основних причин плинності кадрів на ТОВ «Пластик-Груп» є незадоволеність зарплатою, частина працівників незадоволена відсутністю моральних заохочень та соціально-психологічним кліматом у колективі.

Проведемо аналіз внутрішнього середовища ТОВ «Пластик-Груп». Аналіз внутрішнього середовища підприємства являє собою сукупну оцінку організації, яка повною мірою відображає її сильні, слабкі та нейтральні сторони. Для аналізу сильних, нейтральних та слабких сторін ТОВ «Пластик-Груп» та узагальнення вивчення внутрішнього середовища проведемо SNW-аналіз (табл.2.4).

За підсумками SNW-аналізу можна відзначити, що найкраще у підприємства розвинені фінансова, виробнича та товаропровідна сторони. На середньому рівні розвитку знаходяться стратегічна та кадрова сторони. Вимагає детального вивчення та щільної роботи логістика, оскільки є найслабшою стороною підприємства.

Таблиця 2.4

SNW -аналіз для ТОВ «Пластик-Груп»

№	Фактори	Оцінка			Коментарі
		S	N	W	
1	2	3	4	5	6
Стратегія					
1	Система планування		1		Система представлена певними людьми, до обов'язків яких входить планування діяльності підприємства.
2	Стратегічні альянси			1	Альянсів немає.
3	Стратегія розвитку підприємства	1			Складаються багаторічні плани подальшого розвитку, чого із конкурентів практично ніхто не робить.
4	НДДКР		1		Відділ НДДКР не працює постійно і не регулярно покращує технології виробництва.
Кадри					
5	Система навчання			1	Системи навчання відсутня
6	Система мотивації		1		Представлена лише преміями, стандартно для більшості підприємств
7	Плинність кадрів		1		Середня по галузі
8	Кваліфікація персоналу		1		Достатня для ефективної роботи, але не найкраща
9	Стан охорони праці		1		Відповідає законодавству

Продовження табл.2.4

1	2	3	4	5	6
10	Чисельність персоналу	1			Усі позиції укомплектовані
11	Корпоративна культура			1	Практично немає
Маркетинг					
12	Система маркетингу			1	Системи немає. Маркетинг обмежується лише рекламою та асортиментом.
13	Асортимент продукції		1		Підприємство не повністю закриває потреби клієнтів.
Збутова система (дилери та дистриб'ютори)					
14	Імідж організації			1	Імідж зіпсований старими проблемами із якістю продукції
15	Цінова політика		1		Середня для якості, ціна нижча ніж у аналогів.
16	Обсяги продажів	1			Лідери на внутрішньому ринку, понад 70% продукції йде на експорт.
17	Орієнтація на споживача		1		Намагаються догодити споживачеві.
18	Територіальне розташування			1	Власна товаропровідна мережа розвинена слабо.
Виробництво					
19	Виробничі площі		1		Достатньо для розширень у короткостроковій перспективі.
20	Об'єми виробництва	1			Лінії завантажені максимум.
21	Якість продуктів та/або послуг	1			Середня, обладнання потребує модернізації
Фінанси					
22	Фінансова стійкість підприємства	1			Становище стійке, підприємство є прибутковим, але відбуваються зниження фінансових показників
23	Заробітна плата	1			Середня по галузі
Логістика					
24	Термін виконання замовлень		1		Можливі зриви термінів доставки
25	Залежність від постачальників			1	Вкрай висока залежність

Проведемо аналіз основних фінансових показників діяльності ТОВ «Пластик-Груп» за 2020-2022 рр. у табл.2.5.

Таблиця 2.5

**Динаміка фінансових показників діяльності ТОВ «Пластик-Груп» за
2020-2022 рр., тис.грн.**

Показники	2020	2021	2022	Абсолютне відхилення, +,-		Відносне відхилення, %	
				2021/ 2020	2022/ 2021	2021/ 2020	2022/ 2021
Чистий дохід від реалізації продукції, тис.грн.	14755	20154	6150	5399	-14004	36,6	-69,5
Інші операційні доходи, тис.грн.	269	351	63	82	-288	30,5	-82,1
Інші доходи, тис.грн.	165	184	42	19	-142	11,5	-77,2
РАЗОМ ДОХОДИ	15189	20689	6255	5500	-14434	36,2	-69,8
Собівартість реалізованої продукції, тис.грн.	12350	16750	4851	4400	-11899	35,6	-71,0
Інші витрати, тис.грн.	156	201	162	45	-39	28,8	-19,4
Інші операційні витрати, тис.грн.	874	1152	601	278	-551	31,8	-47,8
РАЗОМ ВИТРАТИ	13380	18103	5614	4723	-12489	35,3	-69,0
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування, тис.грн.	1809	2586	641	777	-1945	43,0	-75,2
Податок на прибуток від звичайної діяльності, тис.грн.	326	465	115	140	-350	43,0	-75,2
Чистий прибуток, тис.грн.	1483	2121	526	637	-1595	43,0	-75,2
Витрати на 1 грн. чистої виручки від реалізації, грн.	0,84	0,83	0,79	0	0	-0,7	-5,1
Рентабельність продаж,%	10,05	10,52	8,55	0,5	-2,0	-	-
Рентабельність продукції,%	12,01	12,66	10,84	0,6	-1,8	-	-

Аналіз показав, що чистий дохід підприємства ТОВ «Пластик-Груп» у 2022 році склав 6150 тис.грн., що на 14004 тис.грн. або на 69,5 % менше, ніж у 2021 році. Такі негативні тенденції слід пов'язувати з негативними наслідками нападу рф на Україну, оскільки саме у 2022 р. під час воєнних дій підприємство змушене було значно скоротити обсяги виробничо-господарської діяльності.

Динаміка чистого прибутку ТОВ «Пластик-Груп» за 2020-2022 рр. наведена на рис.2.2.

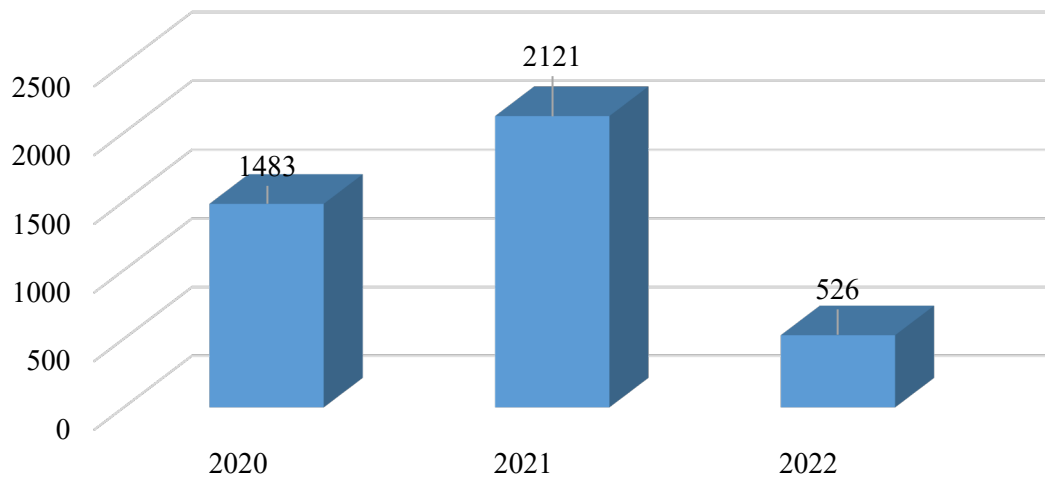


Рис.2.2 Динаміка чистого прибутку ТОВ «Пластик-Груп» за 2020-2022 рр, тис.грн

Чистий прибуток ТОВ «Пластик-Груп» становив в 2021 р. 2121 тис. грн. У 2022 році відбувається його зниження на 1595 тис.грн. (або на 75,2%). Зниження цього показника говорить про зниження здатності підприємства функціонувати на ринку протягом тривалого часу. Але керівництво ТОВ «Пластик-Груп» розуміє, що всім у кого є змога, потрібно працювати: підтримувати своїх працівників, створювати нові робочі місця, сплачувати податки, підтримувати економіку України, розподіляти чистий прибуток на допомогу ЗСУ, тобто робити все, що можливо для нашої перемоги.

Показники рентабельності ТОВ «Пластик-Груп» наведено на рис.2.3.

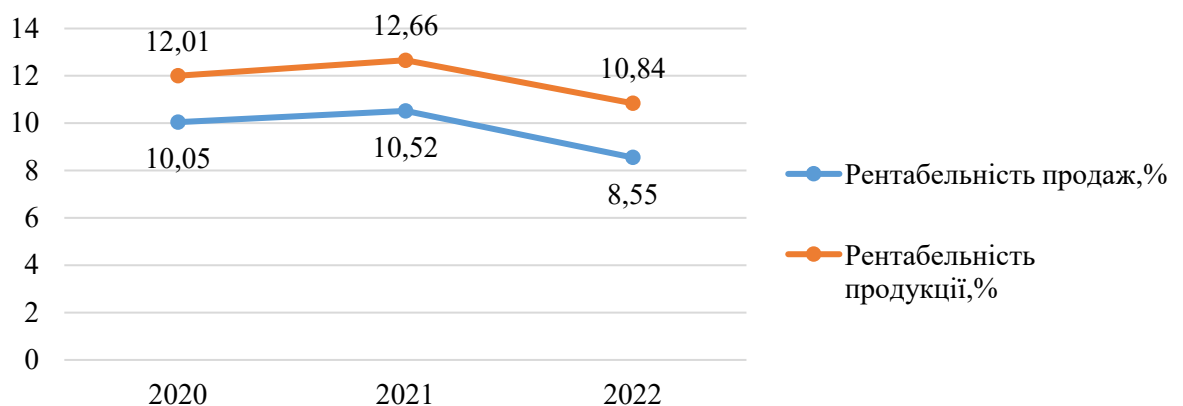


Рис.2.3 Динаміка показників рентабельності ТОВ «Пластик-Груп» за 2020-2022 рр., %

Показники рентабельності продаж та рентабельності продукції ТОВ «Пластик-Груп» значно скоротилися у 2022 році. Так, рентабельність продаж скоротилася на 2%, а рентабельність продукції на 1,8 %.

Отже, проведений аналіз фінансово-економічної діяльності ТОВ «Пластик-Груп» дозволив вивити негативні тенденції в господарській діяльності підприємства. Зниження чистого прибутку та показників рентабельності підприємства в 2022 р. чітко вказує, що необхідно активізувати раціоналізаторський і творчий потенціал управлінців для того, щоб відновити прийнятний рівень прибутковості. На поточний момент спостерігається повільна фінансова деградація ТОВ «Пластик-Груп».

2.2. Аналіз маркетингового середовища ТОВ «Пластик-Груп»

На діяльність ТОВ «Пластик-Груп» особливий вплив має зовнішнє середовище. Аналіз зовнішнього середовища непрямого впливу ТОВ «Пластик-Груп» проведемо за допомогою PEST-аналізу (табл.2.6).

Таблиця 2.6

PEST-аналіз макро-оточення ТОВ «Пластик-Груп»

Фактор впливу	Знак впливу	Ступінь впливу	Вага фактору	Важливість фактору
1	2	3	4	5
1. Політичні				
1.1. Регулювання та обмеження міжнародної торгівлі	+	5	0,3	+1,5
1.2. Поява нових законів, що стосуються галузі виробництва пластмас	-	3	0,1	-0,3
1.3. Посилення контролю з боку наглядових організацій	-	2	0,1	-0,2
1.4. Стійкість політичної влади та існуючого уряду	+	4	0,2	+0,8
1.5. Підтримка малого бізнесу з боку держави та кредитних організацій	+	5	0,3	+1,5

Продовження табл.2.6

1	2	3	4	5
Всього політичні фактори				3,3
2. Економічні				
2.1. Зростання купівельної спроможності населення	+	5	0,3	+1,5
2.2. Зміна курсу валют	-	4	0,1	-0,4
2.3. Інфляція та безробіття	-	3	0,1	-0,3
2.4. Збільшення імпорту пластмас	-	4	0,3	-1,2
2.5. Збільшення надходження інвестицій у галузь	+	3	0,2	+0,6
Всього економічні фактори				0,2
3. Соціальні				
3.1. Збільшення народжуваності у регіоні	+	3	0,1	+0,3
3.2. Нестача молодих фахівців із важливих спеціальностей	-	4	0,3	-1,2
3.3. Зниження рівня знань та навичок молодих фахівців	-	3	0,3	-0,9
3.4. Споживчі переваги	+	2	0,2	+0,4
3.5. Культурний рівень населення	+	2	0,1	+0,2
Всього соціальні фактори				-1,2
4. Технологічні				
4.1. Рівень інновацій та технологічного розвитку галузі	+	5	0,3	+1,5
4.2. Поява нових технологій виробництва	+	5	0,3	+1,5
4.3. Прогресивні результати НДДКР конкурентів	-	5	0,3	-1,5
4.4. Поява патентів	-	3	0,1	-0,3
Всього технологічні фактори				- 3,3

Згідно з проведеним PEST-аналізом, найбільший вплив на діяльність підприємства здійснюють політичні, соціальні та технологічні фактори, тому більш пильну увагу доцільно приділяти саме їх моніторингу.

Найбільш значним позитивним політичним фактором, здатним вплинути на діяльність ТОВ «Пластик-Груп», є регулювання та обмеження міжнародної торгівлі, найвагоміший негативний економічний фактор – збільшення імпорту пластмас.

Для наочності результатів, зобразимо дані табл.2.6 на рис. 2.4.

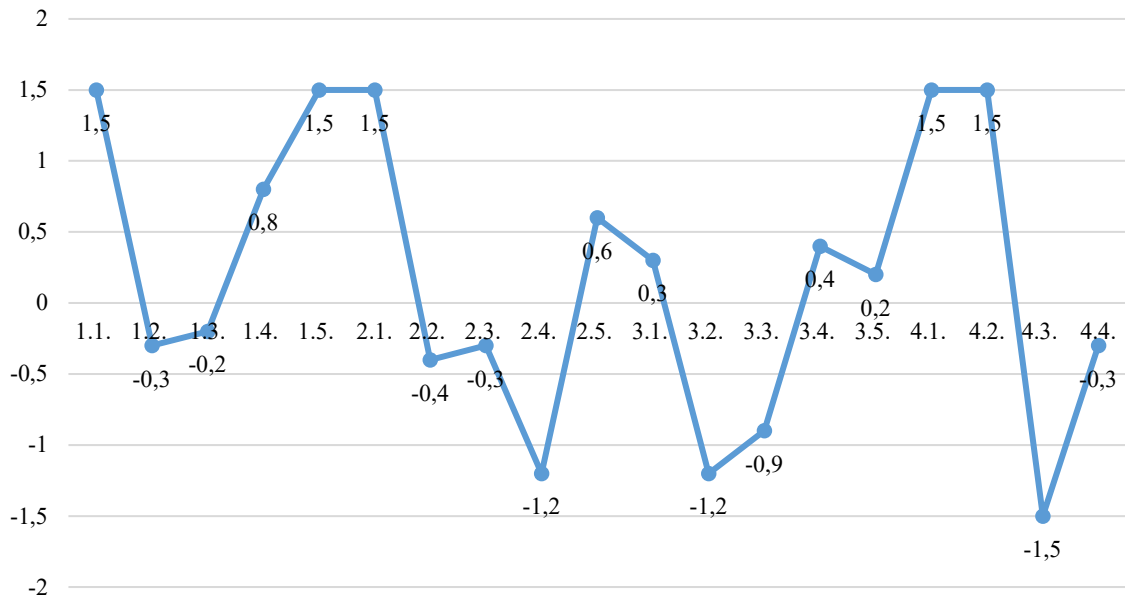


Рис.2.4. Профіль зовнішнього середовища ТОВ «Пластик-Груп»

Аналіз мікросередовища ТОВ «Пластик-Груп» здійснимо шляхом оцінки впливу 5 конкурентних сил М. Портера на діяльність підприємства.

1. Загроза появи нових учасників.

Ринки, які приносять високий прибуток, залучають нових гравців. В результаті можуть з'явитися численні нові учасники, які істотно знижують прибуток існуючих компаній. У галузі виробництва пластмас вхідними бар'єрами, що перешкоджають проникненню на ринок нових компаній, є:

ефект масштабу. Галузь виробництва пластмас не потребує великого капіталу, що становить її привабливість для появи дрібних компаній-виробників. У зв'язку з цим на територію України намагається проникнути велика кількість іноземних виробників пластмас, як малих, так і середніх і великих, що розширюють своє виробництво;

диференціація продукту. Споживачі, як правило, віддають перевагу продукції тієї компанії, ім'я якої відоме на ринку. Тут основним бар'єром для нових компаній є відсутність лояльності споживачів та необхідність високих

витрат на рекламу та просування своєї продукції. Давні гравці на ринку вже завоювали свою нішу та мають свою базу споживачів, партнерів, постачальників та здатні підтримувати ефективність своєї діяльності;

переваги у витратах, що не залежать від масштабу. Більш тривала присутність у галузі існуючих компаній може означати наявність у цих компаній абсолютної переваги у витратах порівняно з новачками;

доступ до каналів розподілу. Головним бар'єром для втручання в галузь може виявитися нездатність нових компаній отримати доступ до каналів розподілу продукції, що виробляється;

державне регулювання. Серйозним обмеженням нових компаній є бар'єри, створювані державою. Такими бар'єрами можуть бути регулюючі закони, наявність ліцензій у компаній. У такий спосіб держава намагається захистити галузь від несанкціонованого проникнення компаній.

2. Конкуренція у галузі.

Важливим аспектом характеристики галузі виробництва пластмас є рівень конкуренції. На українському ринку виробники цих товарів представлені як вітчизняними, і зарубіжними компаніями. Основним бар'єром на шляху збільшення номенклатури вироблених в Україні пластмас є гострий дефіцит сировини для виробництва. У зв'язку з цим зарубіжні компанії успішно конкурують з вітчизняними у виробництві пластмасових виробів, а також прагнуть зайняти лідируючі позиції та в інших напрямках виробництв.

Проведемо оцінку конкурентоспроможності ТОВ «Пластик-Груп» (табл.2.7). Для цього визначимо конкурентні фактори у розрізі параметрів та ступеня їх вагомості. Найбільшою значимістю наділені якість виробництва та ділові зв'язки організації. Оцінка давалася експертами (генеральним директором, комерційним директором, заступником директора з питань розвитку ТОВ «Пластик-Груп») за 5-бальною шкалою.

Таблиця 2.7

Оцінка конкурентоспроможності ТОВ «Пластик-Груп» та його основних конкурентів

Деталізація КФУ	Вага показника	ТОВ «Пластик-Груп»		ТОВ «Ніка-Пласт»		ТОВ «Агротехмаш»		ТОВ «Полімер»	
		Бал	Зважена оцінка	Бал	Зважена оцінка	Бал	Зважена оцінка	Бал	Зважена оцінка
Якість	0,2	5	1	4	0,8	4	0,8	4	0,8
Ціна	0,15	4	0,6	5	0,75	3	0,45	2	0,3
Реклама	0,05	2	0,1	4	0,2	3	0,15	3	0,15
Ділові зв'язки	0,2	3	0,6	5	1	3	0,6	2	0,4
Репутація, імідж	0,15	5	0,75	5	0,75	4	0,6	3	0,45
Кваліфікація персоналу	0,15	4	0,6	4	0,6	4	0,6	3	0,45
Фінансовий стан	0,1	5	0,5	4	0,4	3	0,3	3	0,3
Всього	1	-	4,15	-	4,5	-	3,5	-	2,85

З таблиці видно, найбільш конкурентоспроможним підприємством є ТОВ «Пластик-Груп», зважений рейтинг якого становить 4,5. Високий рейтинг обумовлений гарною репутацією підприємства, діловими зв'язками, ефективною рекламою та стійким фінансовим станом. ТОВ «Пластик-Груп» впевнено посідає друге місце за конкурентними перевагами. Його виважений рейтинг становив 4,15.

Наочне порівняння параметрів деталізації ключових факторів успіху досліджуваного підприємства та його основних конкурентів може бути представлено у вигляді «багатокутника конкурентоспроможності», рис. 2.5.

ТОВ «Пластик-Груп» програє своїм конкурентам за такими показниками:

слабка рекламна діяльність;

недостатні ділові зв'язки.

Основним ключовим фактором успіху ТОВ «Пластик-Груп» є невисока ціна на продукція та її висока якість, саме за рахунок даних факторів підприємство змогло збільшити свій дохід порівняно з попередніми періодами.

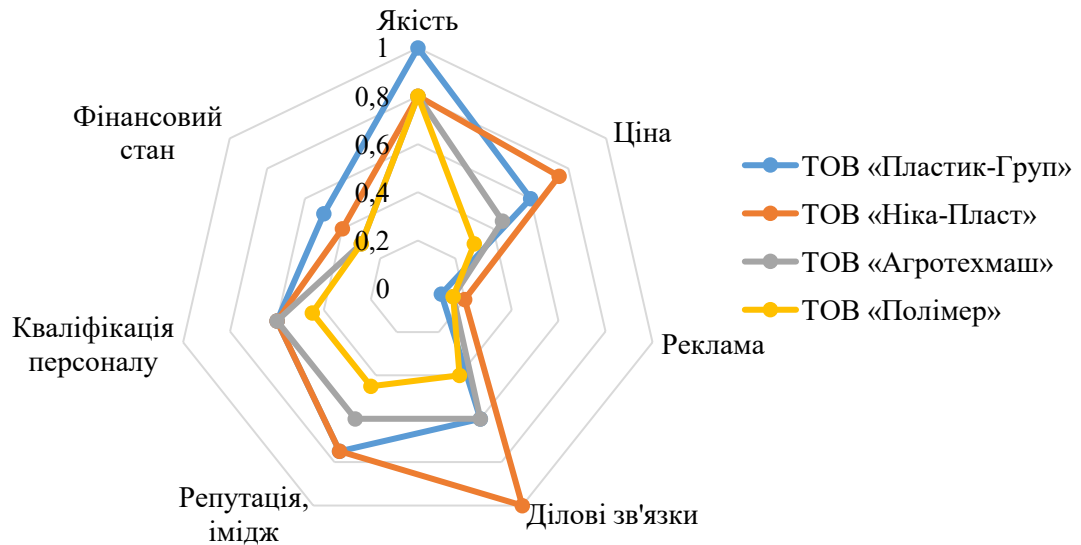


Рис. 2.5. Багатокутника конкурентоспроможності ТОВ «Пластик-Груп» та його основних конкурентів

3. Ринкова влада покупців.

Діяльність будь-якої організації побудована на задоволенні потреб споживачів. Від того, наскільки задоволені вимоги споживачів до продукції залежить попит на цю продукцію і, відповідно, прибуток підприємства, що виробляє цю продукцію. Тому у галузі виробництва пластмас важливі такі характеристики товару: якість, надійність, довговічність, ремонтпридатність, універсальність та цінова доступність.

Оскільки в досліджуваній галузі відносно невелика кількість компаній-конкурентів, які виробляють аналогічну продукцію, то ринкова влада покупців має незначну вагу.

4. Ринкова влада постачальників.

Для виробництва будь-якої продукції потрібна сировина та матеріали, які надають підприємствам компанії-постачальники. Ринкова влада постачальників тим вища, чим:

вищий ступінь концентрації постачальників у порівнянні зі ступенем концентрації покупців (виробників пластмас);

менше замінників існує у постачальників, що постачають товари;

вище ступінь диференціації товарів, що поставляються постачальниками;

реальніша загроза вертикальної інтеграції постачальників.

Ринкова влада постачальників на ринку виробників пластмас набуває середнього значення, тому що ступінь концентрації постачальників нижчий від ступеня концентрації споживачів, ступінь диференціації товарів постачальників низька, але загроза вертикальної інтеграції постачальників присутня через невисокі фінансові бар'єри для входу в галузь і у постачальників відсутні замінники.

5. Товари - замінники.

Якщо в продукції підприємства існують замінники, то вони можуть суттєво вплинути на продаж цієї продукції. Ще замінники обмежують потенціал галузі, створюючи межу цін, які можуть встановлюватись у ній. У галузі виробництва пластмас у продукції є замінники, але вони обходяться споживачам набагато дорожче, тому не популярні у вітчизняних споживачів. Отже, загроза з боку підприємств, які б випускати товари-замінники зі схожими якостями, майже відсутня.

Таким чином, найбільш важливими силами є конкуренція в галузі, яка відзначається не тільки між українськими, а й із зарубіжними виробниками пластмас, а також ринкова влада постачальників, що існує через відсутність замінників сировини, що поставляється ними.

Для виявлення сильних та слабких сторін, можливостей та загроз ТОВ «Пластик-Груп» проведемо SWOT-аналіз (табл.2.8).

Слабкою стороною підприємства є не ефективна комунікаційна та PR діяльність, що негативно впливає на інформування споживачів про діяльність та продукцію ТОВ «Пластик-Груп».

Таблиця 2.8

SWOT-аналіз ТОВ «Пластик-Груп»

	МОЖЛИВОСТІ:	ЗАГРОЗИ:
	<ul style="list-style-type: none"> - вихід на нові ринки збуту; - поява нових постачальників; - стимулювання підвищення обсягу продажу за допомогою знижок, подарунків, акцій; - зниження цін на сировину та готову продукцію 	<ul style="list-style-type: none"> - зниження вартості товарів-субститутів; - збільшення конкурентних переваг з боку виробників та розробників товарів-субститутів; - поява нового товару; - зміна рівня цін; - патентування та сертифікація інновацій у виробництві продукції у конкурентів.
СИЛЬНІ СТОРОНИ:	СИЛА І МОЖЛИВОСТІ:	СИЛА І ЗАГРОЗИ:
<ul style="list-style-type: none"> - швидка реакція на зміни на ринку; - налагоджена збутова мережа; - широкий асортимент продукції; - високий контроль якості; - стабільний темп розширення виробництва; - висока кваліфікація персоналу; - використання економії у масштабах виробництва, цінова перевага; - гнучка цінова політика; - власний капітал; - наявність власної бази НДДКР 	<ul style="list-style-type: none"> - стабілізація ціни товару за рахунок освоєння нового ринку закупівель; - максимальна реалізація гнучкої цінової політики (проведення конкурсів, акцій, знижок, можливе заохочення покупців супутніми предметами інтер'єру); - розширення торгової мережі у регіоні – виробників; 	<ul style="list-style-type: none"> - відстеження зміни цін товарів-субститутів; адекватна, своєчасна реакція на зміни; - реакція на появу нового товару – виробництво товару-субституту; - прагнення до лідерства у галузі; - відкриття цеху з виробництва механізмів, комплектуючих, які купуються у конкурентів.
СЛАБКІ СТОРОНИ:	СЛАБКІСТЬ І МОЖЛИВОСТІ:	СЛАБКІСТЬ І ЗАГРОЗИ:
<ul style="list-style-type: none"> - практично повна відсутність маркетингової діяльності. - багато потенційних споживачів не знають про компанію. - у багатьох конкурентів є свій сайт, який вони активно просувають в мережі. - слабка політика просування; - недоліки в рекламній діяльності 	<ul style="list-style-type: none"> - розвиток маркетингової діяльності дозволить знайти і отримати нових споживачів і розширити сегмент цільового ринку; - грамотне використання сайту як інструменту маркетингу; - інформування усіма можливими засобами вже наявних і потенційних споживачів про діяльність компанії дозволить отримати вигідних клієнтів раніше, ніж це зможуть зробити конкуренти 	<ul style="list-style-type: none"> - вдосконалення сайту і здійснення роботи щодо його просування; - вдосконалення рекламної діяльності; - можливості «вербування» працівників підприємств-конкурентів з метою вдосконалення виробничого циклу, розробка нового модельного ряду тощо

У даному аналізі необхідно звернути увагу на «можливість» більш сучасного іміджу, стильної реклами (в тому числі, своєчасне оновлення сайту), для підвищення статусу підприємства і відкриття нових можливостей. Найбільш актуальними, разом з тим і витратними будуть рішення в області створення ефективної служби маркетингу на підприємстві.

2.3. Характеристика інноваційних технологій та інноваційної діяльності ТОВ «Пластик-Груп»

Фінансове становище ТОВ «Пластик-Груп» є нестабільним, а організація хоч і отримала прибуток у 2022 році, але має середні перспективи розвитку. Оцінка ефективності діяльності аналізованого підприємства дозволила визначити його середній потенціал, як у сфері виробництва, так і у сфері реалізації продукції. Актуальність інноваційного розвитку ТОВ «Пластик-Груп» визначається тим, що в сучасних умовах інноваційна діяльність – основна позиція організації на ринку в умовах жорсткої конкуренції, яка має забезпечувати сталий економічний розвиток, підвищення конкурентоспроможності виробленої продукції та послуг.

Вибір інноваційної дії залежить від багатьох факторів, в числі яких – ринкове позиціонування підприємства, динаміка змін; виробничо-технологічний потенціал; зовнішні фактори; вигляд виробленого товару. При цьому є кілька основних підходів вироблення стратегії інноваційного розвитку та стратегічного управління інновацією. З погляду офіційної звітності, ТОВ «Пластик-Груп» є інноваційно-активним, оскільки займається впровадженням інновацій усіх видів щороку.

З продуктивних інновацій підприємство здійснило випуск нових видів продукції. Якщо в 2020 році ТОВ «Пластик-Груп» переважно здійснювало естетичні зміни, незначні технічні або зовнішні зміни в продукті, що залишають незмінним його конструктивне виконання, не достатньо помітного впливу на параметри, властивості, вартість того чи іншого виробу, то надалі ситуація

покращилася. У 2021 році підприємство почало випускати абсолютно нову для себе продукцію, таку як солерозчинники, лотки і піддони для агресивних середовищ та понтони для човнів і плавучих альтанок. Підприємство не купує і не передає нові технології (технічні досягнення), програмні засоби.

Серед процесних інновацій, запроваджених підприємством за аналізований період можна перерахувати: запровадження сучасних систем контролю якості, сертифікації продукції. Також підприємством було здійснено низку маркетингових інновацій:

1. Проведено заходи у 2020 році щодо переходу на пакувальну плівку з тисненням, цей захід дозволив відмовитися від використання клею в процесі формування палети - клієнт отримав можливість швидко розтарювати палету, та вдруге переробляти пакувальну плівку (раніше залишки клею не дозволяли це зробити, а також при швидкому та неакуратному розтарюванні відбувалися пориви пакувальної плівки).

2. У 2021 році перейшли на бічне маркування готової продукції, цей спосіб маркування значно покращив візуалізацію продукції.

Серед організаційних інновацій - передано непрофільні функції підприємства на аутсорсинг.

До екологічних інновацій, здійснених підприємством відносяться скорочення енерговитрат, скорочення обсягу утилізації відходів.

Проведемо оцінку показників інноваційної активності ТОВ «Пластик-Груп» для визначення подальшої стратегічної поведінки. Метод, що використовується, дозволяє проаналізувати стан підприємства у сфері НДДКР з використанням економічних показників і порівняти їх з еталонними величинами. Проведення такого аналізу дозволяє оцінити накопичений досвід та можливості підприємства в інноваційній сфері.

Аналіз показників інноваційної активності ТОВ «Пластик-Груп» за 2020-2022 рр. наведено в табл.2.9.

Проаналізувавши показники інноваційної активності ТОВ «Пластик-Груп» спостерігаємо за певними показниками підтримання стратегії лідера:

коефіцієнт персоналу, зайнятого в НДДКР. Інші показники спрямовані на стратегію послідовника.

Таблиця 2.9

**Динаміка показників інноваційної активності ТОВ «Пластик-Груп»
за 2020-2022 рр.**

Характеристика	Базові величини	Розрахункові дані			Середнє значення	Висновки
		2020	2021	2022		
1	2	3	4	5	6	7
1. Коефіцієнт забезпеченості інтелектуальною власністю						
Визначає наявність у підприємства інтелектуальної власності	Кіс $\geq 0,10-0,15$ – стратегія лідера Кіс $\leq 0,09-0,05$ – стратегія послідовника	0	0	0	0,000	Підприємство практично не приділяє уваги правовому захисту об'єктів економічної охорони від несанкціонованого доступу та копіювання
2. Частка робітників, зайнятих дослідженнями та розробками						
Характеризує професійно-кадровий склад	Кпр $\geq 0,20-0,25$ – стратегія лідера Кпр $\leq 0,19-0,15$ – стратегія послідовника	1,16	1,21	1,03	1,132	Підприємство має не велику кількість персоналу, здатного освоїти покращуючі та, можливо, нові технології.
3. Коефіцієнт майна, призначеного для НДР та ДКР.						
Показує частку дослідницького та технологічного майна	Кнв $\geq 0,25-0,30$ – стратегія лідера Кнв $\leq 0,24-0,20$ – стратегія послідовника	0,101	0,201	0,028	0,110	Підприємство слабо оснащене дослідно-приладовою базою, необхідною для розробки та ефективного освоєння нових технологій.
4. Коефіцієнт освоєння нової техніки						
Оцінює здатність підприємства до освоєння нових виробництв	Кот $\geq 0,35-0,40$ – стратегія лідера Кот $\leq 0,34-0,30$ – стратегія послідовника	0,248	0,402	0,163	0,271	Підприємство не активно освоює нову техніку, не своєчасно здійснює модернізацію та технічне переозброєння виробництва.
5. Коефіцієнт освоєння нової продукції						
Аналізується здатність підприємства до впровадження	Квп $\geq 0,45-0,50$ – стратегія лідера Квп $\leq 0,44-0,40$ – стратегія послідовника	0,152	0,198	0,087	0,146	Підприємство паралельно з освоєнням нової техніки впроваджує

нової продукції	послідовника					вдосконалені продукти та послуги у невеликому обсязі
-----------------	--------------	--	--	--	--	--

Продовження табл.2.9

1	2	3	4	5	6	7
6. Коефіцієнт інвестицій в інноваційні проекти						
Розкриває стійкість інноваційного зростання	К _{нв} ≥ 0,25-0,30 – стратегія лідера К _{нв} ≤ 0,24-0,20 – стратегія послідовника	0,010	0,020	0,004	0,011	Підприємство пасивно виділяє кошти на власні, спільні науково-дослідні технологічні розробки.

З проведеного аналізу видно, що:

1. найвищі показники інноваційної активності у ТОВ «Пластик-Груп» спостерігаються за коефіцієнтом освоєння нової техніки (27%) та коефіцієнтом впровадження нової продукції (14,6%). Це свідчить про те, у що підприємства значна кількість обладнання саме для науково-дослідних робіт та ТОВ «Пластик-Груп» оновлює та розширює асортимент своїх послуг на базі власних розробок;

2. найнижчим показником інноваційної активності є коефіцієнт забезпеченості підприємства інтелектуальною власністю, що свідчить про фінансову залежність та нездатність забезпечувати підприємство інтелектуальною власністю.

Для розрахунку інтегрального показника інноваційного розвитку підприємства необхідно призначити вагові коефіцієнти відповідно до важливості і впливу показників на підсумковий показник. Сума вагових коефіцієнтів всіх показників не повинна перевищувати одиницю.

Для призначення вагових коефіцієнтів при розрахунку інтегрального показника інноваційного розвитку ТОВ «Пластик-Груп» був обраний експертний метод. Група була сформована в складі представників відділів: технологічного обладнання та технічного сервісу ТОВ «Пластик-Груп».

Вагові коефіцієнти представлених показників в загальній частці інтегрального показника інноваційного розвитку наведено в табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Вагові коефіцієнти показників інноваційної активності в загальній частці інтегрального показника інноваційного розвитку ТОВ «Пластик-Груп»

Назва показника	Середнє
Рівень освоєння нової техніки	0,17
Рівень освоєння нової продукції	0,1
Частка матеріальних ресурсів для НДР і ДКР	0,08
Частка робітників, зайнятих дослідженнями та розробками	0,2
Рівень забезпеченості підприємства інтелектуальною власністю	0,15
Частка інвестицій в інноваційні проекти	0,3
Всього	1

Розраховуємо інтегральний показник інноваційного розвитку підприємства, використовуючи середні значення показників за аналізований період і призначені вагові коефіцієнти за формулою:

$$\text{ІПР} = \sum_{i=1}^6 W_i K_i, \quad (2.1)$$

де ІПР – інтегральний показник інноваційного розвитку аналізованого підприємства;

W_i – вагомість i -го показника в загальній сумі.

$$\text{ІПР} = 0,271*0,17+0,146*0,1+0,110*0,08+1,132*0,2+0*0,15+0,011*0,3 = 0,3.$$

Розрахований за три роки інтегральний показник інноваційного розвитку ТОВ «Пластик-Груп» склав 0,3.

Оцінка рівня інноваційного розвитку підприємства за величиною інтегрального показника наведена в табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Оцінка рівня інноваційного розвитку ТОВ «Пластик-Груп» за величиною інтегрального показника

Група	Базові величини	Характеристика	Рекомендації
1	2	3	4
	ППР < 0,3	<p>Підприємство має низький рівень інноваційного розвитку:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) помірна частка співробітників, зайнятих дослідженнями та розробками; 2) середній рівень освоєння нової техніки; 3) низький показник освоєння нової продукції; 4) низька частка матеріальних ресурсів, що спрямовуються на інноваційно-інвестиційні проекти; 5) низький рівень забезпеченості інтелектуальною власністю; 6) дуже низький рівень фінансування інноваційно-інвестиційних проєктів. 	<p>Пошук шляхів розвитку інноваційної діяльності:</p> <ol style="list-style-type: none"> «1) раціоналізація ресурсної бази; 2) підвищення ефективності використання кадрового та інформаційного потенціалу; 3) підвищення якісного рівня техніко-технологічної бази виробництва; 4) підвищення якісного рівня науково-дослідної та дослідно-конструкторської бази; 5) вдосконалення раніше освоєних продуктів і технологій; 6) створення, освоєння і використання нових продуктів і процесів; 7) придбання об'єктів інтелектуальної власності; 8) вкладення коштів в інноваційно-інвестиційні проекти»
2	$0,3 \leq \text{ППР} < 1$ ТОВ «Пластик-Груп»	<p>Підприємство із середнім рівнем інноваційного розвитку:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) помірна частка співробітників, залучених в ППП; 2) середній рівень освоєння нової техніки; 3) низький показник освоєння нової продукції; 4) низька частка матеріальних ресурсів, що спрямовуються на дослідження та розробки; 5) забезпечено об'єктами інтелектуальної власності; 6) помірні обсяги фінансування досліджень та розробок. 	<p>Нарощування потенціалу за рахунок:</p> <ol style="list-style-type: none"> «1) раціоналізації ресурсної бази; 2) підвищення ефективності використання кадрового та інформаційного потенціалу; 3) підвищення якісного рівня техніко-технологічної бази виробництва; 4) розвитку виробничих потужностей і реалізації досліджень та розробок, створення, освоєння і використання нових продуктів і процесів; 5) придбання об'єктів інтелектуальної власності;

			6) вдосконалення організації та управління інноваційною
--	--	--	---

Продовження табл.2.11

1	2	3	4
			діяльністю».
3	ШІР ≥ 1	Підприємство з стійко високим рівнем інноваційного розвитку: 1) помірна частка співробітників, залучених в дослідження та розробки; 2) високий рівень освоєння нової техніки; 3) помірний показник освоєння нової продукції; 4) помірна частка матеріальних ресурсів, що спрямовуються на дослідження та розробки; 5) високий рівень забезпеченості інтелектуальною власністю (продаж патентів і ліцензій іншим організаціям); 6) висока частка інвестицій в дослідження та розробки.	Утримання позицій за рахунок: «1) підвищення ефективності використання кадрового та інформаційного потенціалу; 2) вдосконалення раніше освоєних продуктів і технологій; 3) створення, освоєння і використання нових продуктів і процесів; 4) досягнення конкурентних переваг інноваційного продукту перед аналогічними продуктами на внутрішньому і зовнішньому ринках; 5) забезпечення екологічної безпеки інноваційної діяльності»

Розраховане значення інтегрального показника дозволяє віднести ТОВ «Пластик-Груп» до другої групи – підприємство із середнім рівнем інноваційного розвитку.

Найбільший вплив на даний результат надали такі показники, як ступінь забезпеченості інтелектуальною власністю, рівень освоєння нової техніки і показник інвестицій в інноваційні проекти.

Розглянемо фактори, що перешкоджають інноваційному розвитку ТОВ «Пластик-Груп» (табл.2.12).

Таблиця 2.12

**Фактори, що перешкоджають інноваційному розвитку ТОВ
«Пластик-Груп» протягом 2020-2022 рр.**

Фактори	Оціночні бали, 2020	Оціночні бали, 2021	Оціночні бали, 2022	Середній бал
1	2	3	4	
Загальноекономічні фактори				

Нестача власних коштів	3	3	3	3
Нестача фінансової підтримки з боку держави	1	1	2	1,3

Продовження табл.2.12.

1	2	3	4	5
Низький попит на нові товари, роботи, послуги	1	1	2	1,3
Висока вартість нововведень	2	2	2	2,0
Високий економічний ризик	1	1	1	1,0
Тривалі терміни окупності нововведень	3	3	3	3,0
Внутрішні фактори				
Низький інноваційний потенціал організації	2	1	1	1,3
Нестача кваліфікованого персоналу	1	1	1	1,0
Нестача інформації про нові технології	1	2	1	1,3
Нестача інформації про ринки збуту	1	1	2	1,3
Несприйнятливність організації до нововведень	1	1	1	1,0
Нестача можливостей для кооперування з іншими організаціями	1	1	1	1,0
Інші фактори				
Недостатність законодавчих та нормативно-правових документів, що регулюють та стимулюють інноваційну діяльність	1	1	1	1,0
Низький попит із боку споживачів на інноваційну продукцію (послуги)	1	1	2	1,3
Нерозвиненість інноваційної інфраструктури (посередницькі, інформаційні, юридичні, банківські та інші послуги)	1	1	1	1,0
Невизначеність термінів інноваційного процесу	1	1	2	1,3
Нерозвиненість ринку технологій	1	1	1	1,0

Інноваційній діяльності ТОВ «Пластик-Груп» у більшій мірі перешкоджають такі фактори, як недолік власних коштів, тривалі терміни окупності нововведень. Малоістотні фактори – високий економічний ризик, нестача кваліфікованого персоналу, нерозвиненість інноваційної інфраструктури.

Необхідно зазначити, що на аналізованому підприємстві не виділено відповідної інноваційної структури, яка б комплексно здійснювала інноваційне управління на всіх стадіях інноваційного циклу, включаючи генерацію та пошук ідей (у співпраці із зовнішніми та внутрішніми організаційними структурами), розробку механізмів фінансування інноваційних проектів, ресурсне забезпечення та контроль за їхньою реалізацією.

На досліджуваному підприємстві не здійснюється бізнес-планування інноваційної діяльності загалом у межах місії та стратегії підприємства. Крім того, спостерігається недостатня мотивація працівників щодо інноваційного розвитку підприємства.

Практично не використовується творчий потенціал персоналу, недостатньо висококваліфікованих фахівців з нестандартним нелінійним мисленням, відповідним реальним економічним умовам, що склалися через напад РФ на Україну.

Низька чисельність співробітників схильних до новаторства, які мають власне бачення проблеми, які мають ініціативу, які вміють приймати сміливі рішення та організовувати їхнє високоефективне виконання. Становлення таких фахівців – результат повсякденної, кропіткої роботи. Для цього керівництву ТОВ «Пластик-Груп» необхідно переглянути кадрову політику на підприємстві.

Провівши аналіз коефіцієнтів інноваційної активності підприємства, ми можемо зробити висновок про те, що підприємство не має інноваційної стратегії послідовника або лідера, оскільки здійснює інновації поступово і з урахуванням виникаючих для нього потреб, не маючи здійснення інновацій головним стратегічним завданням, а лише механізмом оптимізації та покращення роботи підприємства. З проведеного аналізу можна зробити висновок, що на ТОВ «Пластик-Груп» не достатньо ефективно здійснюється впровадження інноваційних технологій.

Висновок до розділу 2

ТОВ «Пластик-Груп» зареєстроване у 2004 році і є виробником та реалізатором продукції з пластмас. Найкраще у підприємства розвинені фінансова, виробнича та товаропровідна сторони. На середньому рівні розвитку знаходяться стратегічна та кадрова сторони. Вимагає детального вивчення та щільної роботи логістика, оскільки є найслабшою стороною підприємства.

Зниження чистого прибутку та показників рентабельності підприємства в 2022 р. чітко вказує, що необхідно активізувати раціоналізаторський і творчий потенціал управлінців для того, щоб відновити прийнятний рівень прибутковості. На поточний момент спостерігається повільна фінансова деградація ТОВ «Пластик-Груп».

Найбільший вплив на діяльність підприємства здійснюють політичні, соціальні та технологічні фактори, тому більш пильну увагу доцільно приділяти саме їх моніторингу. Найбільш значним позитивним політичним фактором, здатним вплинути на діяльність ТОВ «Пластик-Груп», є регулювання та обмеження міжнародної торгівлі, найвагоміший негативний економічний фактор – збільшення імпорту пластмас. Найбільш важливими силами є конкуренція в галузі, яка відзначається не тільки між українськими, а й із зарубіжними виробниками пластмас, а також ринкова влада постачальників, що існує через відсутність замінників сировини, що поставляється ними. Слабкою стороною підприємства є не ефективна комунікаційна та PR діяльність, що негативно впливає на інформування споживачів про діяльність та продукцію ТОВ «Пластик-Груп».

Розраховане значення інтегрального показника дозволяє віднести ТОВ «Пластик-Груп» до другої групи – підприємство із середнім рівнем інноваційного розвитку. Найбільший вплив на даний результат надали такі показники, як ступінь забезпеченості інтелектуальної власністю, рівень освоєння нової техніки і показник інвестицій в інноваційні проекти. Інноваційній діяльності ТОВ «Пластик-Груп» у більшій мірі перешкоджають такі фактори, як недолік власних коштів, тривалі терміни окупності нововведень. Малоістотні фактори – високий економічний ризик, нестача кваліфікованого персоналу, нерозвиненість інноваційної інфраструктури. Підприємство не має інноваційної стратегії послідовника або лідера, оскільки здійснює інновації поступово і з урахуванням виникаючих для нього потреб, не маючи здійснення інновацій головним стратегічним завданням, а лише механізмом оптимізації та покращення роботи підприємства. Зроблено

висновок, що на ТОВ «Пластик-Груп» не достатньо ефективно здійснюється впровадження інноваційних технологій.

РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ З МЕТОЮ РОЗВИТКУ ТОВ «ПЛАСТИК-ГРУП»

3.1. Пропозиції щодо впровадження інноваційних технологій для розвитку ТОВ «Пластик-Груп»

Економічна ситуація в Україні і у світі характеризується зростаючою конкуренцією на ринку товарів і послуг, де кожен агент шукає шляхи зниження витрат. У сучасному світі особливо важливо встигати йти в ногу з часом і застосовувати інноваційні технології. Їх розвиток є найважливішим фактором у підвищенні конкурентоспроможності підприємства та подальшому розвитку економіки країни.

Сучасний науково-технічний прогрес неможливий без інтелектуального продукту, одержуваного в результаті інноваційної діяльності. Залежно від технологічних параметрів, інновації поділяються на продуктові та процесні. Продуктові інновації включають застосування нових матеріалів, нових напівфабрикатів та комплектуючих; отримання принципово нових товарів. Процесні інновації означають нові методи організації виробництва (нові технології).

Для забезпечення майбутнього розвитку ТОВ «Пластик-Груп» необхідно прислухатися до запитів споживачів, що постійно змінюються, необхідно використовувати нові, інноваційні технології. Для підвищення рівня конкурентоспроможності та рівня інноваційного розвитку на ринку України ТОВ «Пластик-Груп» необхідно здійснювати процесні інновації.

Для ТОВ «Пластик-Груп» пропонується впровадження такої нової прогресивної техніки і технології, що забезпечить максимально можливе зменшення технологічних відходів і втрат матеріальних ресурсів підприємства

у процесі виробництва продукції як технологію ротаційного формування пластику.

Ротаційне формування пластику – технологія виробництва легких та безшовних полімерних виробів великих розмірів із поліетилену. Вироби, вироблені за цією технологією особливо міцні, так як матеріал не піддається тиску при виробництві і в результаті в ньому відсутні внутрішні напруження.

Розглянемо процес виробництва ротаційного формування пластику.

Перший етап ротаційного формування пластику.

Форма виробу кріпиться до одного з маніпуляторів (так звана «рука») на ротоформувальній машині. У неї завантажуються певна кількість полімерного матеріалу. Після цього форму щільно закривають. Маніпуляторів у машини кілька, тому можна одночасно виготовляти велику кількість виробів. Час етапу: 2-5 хв.

Другий етап ротаційного формування пластику.

Форму переміщують у камеру нагрівання. Там вона обертається у двох взаємоперпендикулярних площинах зі швидкістю від 4 до 20 об/хв. Під дією температури печі поліетилен плавиться і покриває внутрішню поверхню форми рівномірним шаром. Час етапу: 40-60 хв.

Третій етап ротаційного формування пластику.

Форма переміщається у сектор охолодження. Під час третього етапу форма продовжує обертання, тим самим досягається рівнотовщинність стінок виробу. Після охолодження виріб готовий і його можна витягати з форми. Час етапу: 15-30 хв. Далі виріб витягується з форми і повторюється процес для наступного виробу.

Під час процесу швидкість обертання і температура печі знаходяться під постійним контролем оператора. Для ТОВ «Пластик-Груп» пропонується застосовувати машину з кількома незалежними «руками», що дозволить вести формування кількох різних виробів за один цикл, кожний за програмою.

Конструкції всіх виробів, що виробляються за даною технологією, відповідатимуть найвищим європейським вимогам та виготовлятимуться з

високоміцного, морозостійкого, світлостабілізованого харчового поліетилену. Температура навколишнього середовища роботи виробів, виготовлених методом ротаційного формування від -40°C до $+60^{\circ}\text{C}$. Враховуючи те, що формування відбувається без застосування тиску, усі вироби виходять безшовними та дуже міцними. Крім цього, вироби зручні як в експлуатації, так і при транспортуванні. Вони легко миються, зокрема, і агресивними миючими засобами.

Переваги та недоліки технології ротаційного формування пластику наведено на рис.3.1.



Рис.3.1. Переваги та недоліки технології ротаційного формування пластику

Вироби із пластику потрібні при виробництві автомобілів, побутової техніки та електроніки, предметів побуту та ін. При цьому різні замовники ТОВ «Пластик-Груп» пред'являють до пластмасових виробів різні вимоги: комусь потрібні великі партії однакових виробів, комусь важливо дотримання гігієнічних вимог, а для когось найважливішими параметрами є міцність і термін служби. Для того, щоб врахувати всі побажання споживачів ТОВ «Пластик-Груп» змушене підтримувати широкую номенклатуру своєї продукції.

Широкий асортимент виробів, що випускаються, необхідно враховувати і при плануванні виконання замовлень, оскільки перехід до випуску нових виробів, як правило, вимагає значних тимчасових (і не тільки) витрат - потрібно замінити прес-форму, налаштувати параметри роботи термопластавтомату, вивести його на режим. Тому керівникам ТОВ «Пластик-Груп» і цехів доводиться шукати компроміси і намагатися розподілити виконання замовлень так, щоб і зробити мінімальною кількість переналагодок, і зберегти різноманітність виробів, що випускаються. Також не можна забувати і про необхідність періодичного технічного обслуговування термопластавтоматів, верстатів, прес-форм та іншого обладнання.

Велика кількість замовлень часто призводить до неможливості сказати, коли буде закінчено випуск того чи іншого замовника. Для того щоб відповісти на це питання необхідно постійно контролювати виробничий процес. Дані про хід виробничого процесу можуть знадобитися і для того, щоб визначити причину браку готового виробу.

На ТОВ «Пластик-Груп» всі ці проблеми можна вирішити самостійно, проте при зростанні кількості замовників, номенклатури, обладнання для пошуку найкращого рішення набагато краще буде вдатися до допомоги сучасних інформаційних технологій.

Отже, скорочення термінів, підвищення ефективності, зниження витрат, звільнення фахівців від рутинних операцій потребує комплексної автоматизації всіх етапах проектування і виробництва на ТОВ «Пластик-Груп». Тому, для підвищення ефективності діяльності та рівня конкурентоспроможності на

ринку, ТОВ «Пластик-Груп» пропонується впровадити таку процесну інновацію як інформаційну систему «MES-система PHARIS Plastics».

«MES-система PHARIS Plastics» – модульна система управління виробничими процесами, здатна вирішувати різноманітні завдання, що постають перед співробітниками виробництв, цехів та виробничих ділянок.

Дана інформаційна система дозволяє комплексно вирішити всі завдання цехового управління виробництвом, зокрема:

- організувати збір даних про роботу термопластавтоматів та іншого виробничого обладнання;

- розподіляти виконання виробничих замовлень з обладнання та відстежувати виконання замовлень;

- формувати електронні паспорти партій, що містять дані про те, хто, коли, на якому обладнанні та з яких матеріалів зробив той чи інший виріб;

- виконувати моніторинг роботи термопластавтоматів, прес-форм, промислових роботів, верстатів для підрахунку часу напрацювання та контролю значень технологічних параметрів (температура, тиск, час циклу тощо);

- автоматично формувати повідомлення для ремонтного персоналу (SMS, електронна пошта) у разі виходу значень технологічних параметрів за допустимі межі;

- відображати поточний стан обладнання на робочих місцях користувачів або великих екранах, розташованих у цехах;

- вести централізовану базу технічної документації та керуючих програм, а також пересилати керуючі програми на обладнання;

- вести облік енергоресурсів та визначати найбільш енергоємні виробничі машини, вироби, а також періоди пікового навантаження.

Дана система дозволяє пов'язати в єдиний комплекс усі виробничі центри на підприємстві, забезпечити моніторинг у реальному часі процесу виробництва, зв'язати в єдиний інформаційний простір рівні MES та ERP,

забезпечити технологічну підготовку виробництва у зв'язку з реальними виробничими можливостями.

«MES-система PHARIS Plastics» побудована за модульним принципом, тому можна реалізувати лише необхідні функції, а потім поступово нарощувати функціональність системи. Застосування веб-технологій дозволяє організувати зручні робочі місця як для керівників та інженерів, так і для операторів термопластавтоматів та ремонтників.

У постачання «MES-система PHARIS Plastics» входить драйвер для обміну даними за протоколом EUROMAP63, широко застосовуваний виробниками термопластавтоматів, а також драйвери для закритих протоколів виробників обладнання, наприклад Arburg.

Можливість роботи зі штрих-кодами та RFID-мітками дозволяє спростити ідентифікацію прес-форм, а засоби управління технічним обслуговуванням – організувати планові ремонти термопластавтоматів та прес-форм з мінімальними збитками для виробничого процесу.

Широкі можливості щодо інтеграції з корпоративними інформаційними системами та системами управління, а також можливість організації робочих місць прямо у виробничому цеху дозволяє практично повністю відмовитися від паперового документообігу - всі дані, починаючи від складу замовлення та закінчуючи напрацюванням прес-форм, зберігаються в системі та доступні всім її користувачам.

Системні вимоги запропонованого програмного продукту [29]:

процесор Intel Pentium Celeron 2400 МГц та вище;

оперативна пам'ять 1024 Мб та вище;

жорсткий диск 40Гб та вище;

SVGA-відеокарта.

На ТОВ «Пластик-Груп» в якості робочої станції використовуються системні блоки Lenovo IdeaCentre N520s. На кожному комп'ютері встановлено операційну систему MS Windows 10. У таблиці 3.1 представлені

характеристики технічних компонентів ІТ-інфраструктури ТОВ «Пластик-Груп».

Таблиця 3.1

**Характеристики технічних компонентів ІТ-інфраструктури
ТОВ «Пластик-Груп»**

Компонент	Найменування	Платформа	Основні характеристики
Материнська плата	Micro-ATX	Socket LGA1155	Чіпсет Intel H61 Express
Процесор	Intel Celeron Dual-Core G1610		2 ядра, кіл-сть процесів: 1, Частота: 2.60 ГГц, Кеш: 2 Мб
Оперативна пам'ять	PC3-10660 DDR3 SDRAM	-	ГБ (розш. до 8 ГБ), 1333 МГц
Накопичувач	Serial ATA II		HDD: 500 ГБ, SATA III
Блок живлення (разом із корпусом)	Lenovo IdeaCentre H520s		Внутрішній блок живлення, 220 Вт
Відеокарта	Intel GMA HD		Вбудована, SMA
Операційна система	Windows 10		-

Виходячи з даних таблиці 3.1, можна дійти до висновку, що наявне апаратне забезпечення ТОВ «Пластик-Груп» забезпечить ефективну роботу обраного програмного засобу.

Отже, в умовах жорсткої конкурентної боротьби головною умовою для збереження та збільшення обсягів продажу та ефективного функціонування ТОВ «Пластик-Груп» є розвиток інноваційної діяльності, спрямованої на створення сучасної, якісної та надійної продукції, за рахунок раціонального та ефективного використання обладнання та виконання технологічних процесів.

Розвиток інновацій дозволяє швидко реагувати на умови зовнішнього середовища, що змінюються, і уникнути кризових ситуацій. Розвиток інновацій підвищує конкурентоспроможність підприємства як на регіональному, так і на державному та світовому рівнях.

3.2. Обґрунтування ефективності застосування інноваційних технологій у діяльності ТОВ «Пластик-Груп»

Для обґрунтування ефективності застосування запропонованих інноваційних технологій у діяльності ТОВ «Пластик-Груп» спочатку складемо кошторис витрат (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Кошторис витрат на впровадження інноваційних технологій на ТОВ «Пластик-Груп»

№ з/п	Найменування		Вартість, тис. грн.
1	2	3	4
1. ПОЧАТКОВІ ВИТРАТИ			
1	Впровадження ротаційне формування пластику	Придбання ротоформу-вального обладнання	205,3
2		Придбання ротомолдингів	82,5
3		Придбання рото форм	65,3
4		Навчання співробітників з роботою ротоформу-вального обладнання	12,4
5	Впровадження інформаційної системи «MES-система PHARIS Plastics»	Програмний продукт «MES-система PHARIS Plastics»	25,9
6		Додаткова ліцензія на 5 робочих місць	18,7
7		Роботи спеціаліста з встановлення та налаштування системи	5,6
8		Проходження курсів навчання роботи в програмі «MES-система PHARIS Plastics»	10,5
ВСЬОГО ПОЧАТКОВИХ ВИТРАТ			426,3
2. Поточні витрати			
1	Впровадження ротаційне формування пластику	Витрати на щомісячне обслуговування ротоформу-вального обладнання, на рік = 630 грн.*12 міс.	9
2		Витрати на щомісячне обслуговування інформаційної системи «MES-система PHARIS Plastics», на рік = 630 грн.*12 міс.	7,56
ВСЬОГО ПОТОЧНИХ ВИТРАТ			16,56
ВСЬОГО ВИТРАТ ПО ПРОЄКТУ			442,76

Отже, згідно табл. 3.2, вартість початкових витрат на впровадження інноваційних технологій на ТОВ «Пластик-Груп» становитиме 426,3 тис. грн.

Вартість поточних витрат на впровадження запропонованих заходів становитиме 16,56 тис. грн.. Загальні витрати на впровадження запропонованих заходів на ТОВ «Пластик-Груп» становитимуть 442,76 тис.грн. Необхідна сума буде профінансована шляхом рефінансування прибутку підприємства за 2022 рік.

Проведемо аналіз економічної доцільності впровадження запропонованих інноваційних технологій для ТОВ «Пластик-Груп».

Аналіз сценаріїв розвитку проєкту дозволяє оцінити вплив на проєкт можливої одночасної зміни декількох змінних через ймовірність кожного сценарію: оптимістичного, реалістичного, песимістичного (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Розрахунок річного ефекту від запропонованого проєкту

Показник	Проєкт заходів		
	Оптимістичний прогноз	Реалістичний прогноз	Песимістичний прогноз
% від абсолютного значення чистого доходу	7	5	3
Розрахунок показника	6150*0,07	6150*0,05	6150*0,03
Всього, тис. грн.	430,5	307,5	184,5

Як видно з таблиці 3.2, загальногосподарським ефектом від впровадження інноваційних технологій у діяльність ТОВ «Пластик-Груп» за песимістичним сценарієм фінансового відділу підприємства є збільшення чистого доходу від реалізації послуг на 3 %, або 184,5 тис.грн., за реалістичним сценарієм – на 5%, чи 307,5 тис. грн., за оптимістичним сценарієм – на 7%, чи 430,5 тис. грн.

Фінансові результати проєкту за різних сценаріїв реалізації наведено в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Фінансові результати впровадження запропонованих інноваційних технологій у діяльність ТОВ «Пластик-Груп» за різних сценаріїв реалізації, тис. грн.

Показник	Проєкт заходів		
	Оптимістичний прогноз	Реалістичний прогноз	Песимістичний прогноз
Чистий дохід від реалізації продукції	430,5	307,5	184,50
Адміністративні витрати	16,56	16,56	16,56
Прибуток від реалізації продукції	413,94	290,94	167,94
Податок на прибуток підприємства	74,51	52,37	30,23

(18 %), тис.грн.			
Чистий прибуток, тис.грн.	339,43	238,57	137,71
Рентабельність реалізації,%	78,8	77,6	74,6

Отже, згідно табл. 3.4, чистий прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства становитиме:

339,43 тис.грн. (78,8% чистого доходу) за оптимістичним сценарієм;

238,57 тис.грн. (77,6% чистого доходу) за реалістичним сценарієм;

137,71 тис.грн. (74,6% чистого доходу) за песимістичним сценарієм;

Отже, на підставі аналізу результативності впровадження запропонованих інноваційних технологій у діяльність ТОВ «Пластик-Груп» можна зробити висновок, що дані заходи є прибутковими за всіма прогнозами вже у перший рік реалізації.

При проведенні розрахунку запропонованих заходів використано класичну систему показників оцінки ефективності реальних інвестицій: чистий приведений дохід (NPV); індекс прибутковості (ARR); період окупності інвестицій (PP); індекс рентабельності (PI); внутрішня ставка прибутковості (IRR).

Схема грошових потоків від впровадження запропонованих інноваційних технологій у діяльність ТОВ «Пластик-Груп» за оптимістичним сценарієм наведена в табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Грошові потоки від впровадження запропонованих інноваційних технологій у діяльність ТОВ «Пластик-Груп» за оптимістичним сценарієм

Параметр	Значення параметру по роках						
	0	1	2	3	4	5	Разом
1	2	3	4	5	6	7	8
Інвестиції	426,3						
Чистий прибуток тис.грн.		339,43	339,43	339,43	339,43	339,43	1697,15
Амортизація, тис.грн		130,31	82,22	51,88	32,73	20,65	317,79
Грошовий потік по проекту, тис.грн		469,74	421,65	391,31	372,16	360,08	2014,94
Коефіцієнт		0,8000	0,6400	0,5120	0,4096	0,3277	-

дисконтування при ставці дисконту $d = 25\%$							
--	--	--	--	--	--	--	--

Продовження табл. 3.5

1	2	3	4	5	6	7	8
Дисконтовані грошові потоки		375,79	269,86	200,35	152,44	117,99	1116,43
Чиста теперішня вартість проекту (NPVt), тис.грн		690,13					
Індекс прибутковості (PI)		2,62					
Термін окупності інвестицій (PBP), років		1,94					
Внутрішня норма рентабельності (IRR), %		59,44					

Схема грошових потоків від впровадження запропонованих інноваційних технологій у діяльність ТОВ «Пластик-Груп» за реалістичним сценарієм наведена в табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Грошові потоки від впровадження запропонованих інноваційних технологій у діяльність ТОВ «Пластик-Груп» за реалістичним сценарієм

Параметр	Значення параметру по роках						
	0	1	2	3	4	5	Разом
Інвестиції	426,3						
Чистий прибуток тис.грн.		238,57	238,57	238,57	238,57	238,57	1192,85
Амортизація, тис.грн		130,31	82,22	51,88	32,73	20,65	317,79
Грошовий потік по проекту, тис.грн		368,88	320,79	290,45	271,30	259,22	1510,64
Коефіцієнт дисконтування при ставці дисконту $d = 25\%$		0,8000	0,6400	0,5120	0,4096	0,3277	-
Дисконтовані грошові потоки		295,10	205,31	148,71	111,13	84,94	845,19
Чиста теперішня вартість проекту (NPVt), тис.грн		418,89					

Індекс прибутковості (PI)		1,98
---------------------------	--	------

Продовження табл.3.6

1	2	3
Термін окупності інвестицій (PBP), років		2,52
Внутрішня норма рентабельності (IRR), %		37,92

Схема грошових потоків від впровадження запропонованих інноваційних технологій у діяльність ТОВ «Пластик-Груп» за песимістичним сценарієм наведена в табл. 3.7.

Таблиця 3.7

Грошові потоки від впровадження запропонованих інноваційних технологій у діяльність ТОВ «Пластик-Груп» за песимістичним сценарієм

Параметр	Значення параметру по роках						
	0	1	2	3	4	5	Разом
1	2	3	4	5	6	7	8
Інвестиції	426,3						
Чистий прибуток тис.грн.		137,71	137,71	137,71	137,71	137,71	688,55
Амортизація, тис.грн		130,31	82,22	51,88	32,73	20,65	317,79
Грошовий потік по проекту, тис.грн		268,02	219,93	189,59	170,44	158,36	1006,34
Коефіцієнт дисконтування при ставці дисконту $d = 25\%$		0,8000	0,6400	0,5120	0,4096	0,3277	-
Дисконтовані грошові потоки		214,42	140,76	97,07	69,81	51,89	573,95
Чиста теперішня вартість проекту (NPVt), тис.грн		147,65					
Індекс прибутковості (PI)		1,35					
Термін окупності інвестицій (PBP), років		3,71					
Внутрішня норма рентабельності		14,50					

(IRR), %		
----------	--	--

У табл. 3.8 подано порівняння показників ефективності впровадження запропонованих інноваційних технологій у діяльність ТОВ «Пластик-Груп» за різними сценаріями розвитку.

Таблиця 3.8

Показники ефективності від впровадження запропонованих інноваційних технологій у діяльність ТОВ «Пластик-Груп»

Показники	За оптимістичним прогнозом	За реалістичним прогнозом	За песимістичним прогнозом
NPV, тис. грн	690,13	418,89	147,65
PI	2,62	1,98	1,35
PP, років	1,94	2,52	3,71
IRR, %	59,44	37,92	14,50

Як видно з таблиці 3.8, індекс прибутковості впровадження проекту запропонованих інноваційних технологій у діяльність ТОВ «Пластик-Груп» становить:

за оптимістичним сценарієм – 2,62%;

за реалістичним сценарієм – 1,98%;

за песимістичним сценарієм – 1,35%.

Отже, впровадження запропонованих інноваційних технологій у діяльність ТОВ «Пластик-Груп» дозволить утримати ефективність операційної діяльності підприємства на рівні не нижче 1,35%.

Період окупності проекту становить:

за оптимістичним сценарієм – 1,94 роки.

за реалістичним сценарієм – 2,52 роки;

за песимістичним сценарієм – 3,71 роки;

Внутрішня норма рентабельності проекту становить:

за оптимістичним сценарієм – 59,44%

за реалістичним сценарієм – 37,92%;

за песимістичним сценарієм – 14,50%.

На підставі аналізу показників ефективності інвестиційного проекту можна зробити висновок, що проект впровадження запропонованих інноваційних технологій у діяльність ТОВ «Пластик-Груп» є ефективним та доцільним для реалізації.

Також, з метою оцінки результативності впровадження запропонованих інноваційних технологій у діяльність ТОВ «Пластик-Груп» порівняємо такі ключові показники ефективності інноваційної діяльності підприємства, як кількість випробуваних технологій, кількість впроваджених технологій за результатами випробувань і впровадження нових технологій (табл. 3.9).

Таблиця 3.9

Прогнозні показники ефективності інноваційної діяльності

ТОВ «Пластик-Груп»

Показник	До впровадження заходів	Після впровадження заходів	Відхилення	
			+/-	%
1	2	3	4	5
Коефіцієнт освоєння нової техніки	0,163	0,224	0,061	37,4
Коефіцієнт освоєння нової продукції	0,087	0,096	0,009	10,3
Частка матеріальних ресурсів для НДР і ДКР	0,028	0,03	0,002	7,1
Частка робітників, зайнятих дослідженнями та розробками	1,03	1,53	0,5	48,5
Коефіцієнт забезпеченості інтелектуальною власністю	0	0,012	0,012	-
Коефіцієнт інвестицій в інноваційні проекти	0,004	0,009	0,005	125,0

З таблиці бачимо, що відбулося зростання за всіма показниками інноваційної діяльності ТОВ «Пластик-Груп», що наочно показує високу результативність від провадження запропонованих інноваційних технологій у діяльність підприємства.

Висновки до розділу 3

Для підвищення рівня конкурентоспроможності та рівня інноваційного розвитку на ринку України ТОВ «Пластик-Груп» необхідно здійснювати процесні інновації. Для ТОВ «Пластик-Груп» пропонується впровадження такої нової прогресивної техніки і технології, що забезпечить максимально можливе зменшення технологічних відходів і втрат матеріальних ресурсів підприємства у процесі виробництва продукції як технологію ротаційного формування пластику. Також, для підвищення ефективності діяльності та рівня конкурентоспроможності на ринку, ТОВ «Пластик-Груп» пропонується впровадити таку процесну інновацію як інформаційну систему «MES-система PHARIS Plastics».

Загальні витрати на впровадження запропонованих заходів на ТОВ «Пластик-Груп» становитимуть 442,76 тис.грн. Загальногосподарським ефектом від впровадження інноваційних технологій у діяльність ТОВ «Пластик-Груп» за песимістичним сценарієм фінансового відділу підприємства є збільшення чистого доходу від реалізації послуг на 3 %, або 184,5 тис.грн., за реалістичним сценарієм – на 5%, чи 307,5 тис. грн., за оптимістичним сценарієм – на 7%, чи 430,5 тис. грн. Відбудеться зростання за всіма показниками інноваційної діяльності ТОВ «Пластик-Груп», що наочно показує високу результативність від провадження запропонованих інноваційних технологій у діяльність підприємства. На підставі аналізу показників ефективності інвестиційного проєкту зроблено висновок, що проєкт впровадження запропонованих інноваційних технологій у діяльність ТОВ «Пластик-Груп» є ефективним та доцільним для реалізації.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі здійснено дослідження теоретико – методологічних засад і розроблено практичні рекомендації щодо впровадження та використання інноваційних технологій з метою розвитку суб'єкта підприємницької діяльності.

Визначено, що інновація – це система науково-дослідних, організаційно-економічних, технологічних та інших заходів та їх результатів, спрямованих на докорінне перетворення та оновлення продукту/послуги, механізму його просування та реалізації з метою досягнення соціального, економічного, екологічного чи іншого ефекту. Під інноваційними технологіями слід розуміти набори засобів та методів, що підтримують основні етапи реалізації нововведень, що забезпечують інноваційну діяльність підприємства. Певною мірою інноваційні технології можна порівняти з самими інноваціями і є однією з форм їхнього прояву. Інноваційні технології можуть зачіпати різні сфери діяльності суб'єкта господарювання, починаючи від виробництва і закінчуючи маркетингом. Інноваційні технології, їх розробка та використання відіграють найважливішу роль у діяльності сучасних підприємств. Їх застосування дозволяє вдосконалювати виробничі процеси, оновлювати асортименти та номенклатуру продукції, знижувати собівартість її виробництва, використовувати нові прогресивні принципи управління. Все це, у свою чергу, сприяє формуванню конкурентних переваг суб'єкта господарювання і підвищує його конкурентоспроможність на ринку серед інших гравців.

Встановлено, що роль інноваційних технологій у бізнесі та суспільстві зростає з кожним днем. Грамотні інвестиції в інноваційні технології дозволяють підвищити ефективність управління бізнесом, тому що не тільки служать для оптимізації витрат, але також надають бізнесу гнучкість та розкривають додаткові можливості для його розвитку. Компанії, які використовують інновації, працюють ефективніше. Ефективне впровадження інноваційних технологій може створити значні стратегічні переваги в найбільш

конкурентоспроможних галузях. Підприємства-лідери отримують конкурентну перевагу завдяки інноваціям, використовуючи нові технології та методи роботи, але коли перевага досягнута, її можна зберегти лише шляхом постійного вдосконалення, тобто постійних інновацій. Тому на сучасному етапі розвитку світової економіки основною ознакою конкурентоспроможності є інноваційність, тобто здатність системи систематично розвивати, оновлювати та змінювати господарську діяльність на основі поглинання інновацій.

Аналіз зарубіжного досвіду показав, що зростання інноваційного потенціалу не відбувається саме собою, без посиленої підтримки держави. Світова практика показує, що для створення єдиного інноваційного простору необхідна взаємодія наукових інститутів, бізнес-сектору та держави. Більше того, кожна з розглянутих вище країн обирає свій інноваційний шлях розвитку: хтось наголошує на підтримці НДДКР, інша країна вибирає податкове стимулювання розробників. Проте, незважаючи на багато економічних та соціальних відмінностей, можна простежити і загальні напрями, рішення, якими розвинені країни йдуть до своїх цілей.

Визначено, що ТОВ «Пластик-Груп» зареєстроване у 2008 році і є виробником та реалізатором продукції з пластмас. ТОВ «Пластик-Груп» є малим підприємством з чисельністю в 61 особу. Найкраще у підприємства розвинені фінансова, виробнича та товаропровідна сторони. На середньому рівні розвитку знаходяться стратегічна та кадрова сторони. Вимагає детального вивчення та щільної роботи логістика, оскільки є найслабшою стороною підприємства. Проведений аналіз фінансово-економічної діяльності ТОВ «Пластик-Груп» дозволив вивити негативні тенденції в господарській діяльності підприємства. Зниження чистого прибутку та показників рентабельності підприємства в 2022 р. чітко вказує, що необхідно активізувати раціоналізаторський і творчий потенціал управлінців для того, щоб відновити прийнятний рівень прибутковості. На поточний момент спостерігається повільна фінансова деградація ТОВ «Пластик-Груп».

Встановлено, що найбільший вплив на діяльність підприємства здійснюють політичні, соціальні та технологічні фактори, тому більш пильну увагу доцільно приділяти саме їх моніторингу. Найбільш значним позитивним політичним фактором, здатним вплинути на діяльність ТОВ «Пластик-Груп», є регулювання та обмеження міжнародної торгівлі, найвагоміший негативний економічний фактор – збільшення імпорту пластмас. Найбільш важливими силами є конкуренція в галузі, яка відзначається не тільки між українськими, а й із зарубіжними виробниками пластмас, а також ринкова влада постачальників, що існує через відсутність замінників сировини, що постачається ними. Слабкою стороною підприємства є не ефективна комунікаційна та PR діяльність, що негативно впливає на інформування споживачів про діяльність та продукцію ТОВ «Пластик-Груп».

Розраховане значення інтегрального показника дозволяє віднести ТОВ «Пластик-Груп» до другої групи – підприємство із середнім рівнем інноваційного розвитку. Найбільший вплив на даний результат надали такі показники, як ступінь забезпеченості інтелектуальної власністю, рівень освоєння нової техніки і показник інвестицій в інноваційні проекти. Інноваційній діяльності ТОВ «Пластик-Груп» у більшій мірі перешкоджають такі фактори, як недолік власних коштів, тривалі терміни окупності нововведень. Малоістотні фактори – високий економічний ризик, нестача кваліфікованого персоналу, нерозвиненість інноваційної інфраструктури. Підприємство не має інноваційної стратегії послідовника або лідера, оскільки здійснює інновації поступово і з урахуванням виникаючих для нього потреб, не маючи здійснення інновацій головним стратегічним завданням, а лише механізмом оптимізації та покращення роботи підприємства. Зроблено висновок, що на ТОВ «Пластик-Груп» не достатньо ефективно здійснюється впровадження інноваційних технологій.

Для забезпечення майбутнього розвитку ТОВ «Пластик-Груп» необхідно прислухатися до запитів споживачів, що постійно змінюються, необхідно використовувати нові, інноваційні технології. Для підвищення рівня

конкурентоспроможності та рівня інноваційного розвитку на ринку України ТОВ «Пластик-Груп» необхідно здійснювати процесні інновації. Для ТОВ «Пластик-Груп» пропонується впровадження такої нової прогресивної техніки і технології, що забезпечить максимально можливе зменшення технологічних відходів і втрат матеріальних ресурсів підприємства у процесі виробництва продукції як технологію ротаційного формування пластику. Також, для підвищення ефективності діяльності та рівня конкурентоспроможності на ринку, ТОВ «Пластик-Груп» пропонується впровадити таку процесну інновацію як інформаційну систему «MES-система PHARIS Plastics».

Загальні витрати на впровадження запропонованих заходів на ТОВ «Пластик-Груп» становитимуть 442,76 тис.грн. Необхідна сума буде профінансована шляхом рефінансування прибутку підприємства за 2022 рік. Загальногосподарським ефектом від впровадження інноваційних технологій у діяльність ТОВ «Пластик-Груп» за песимістичним сценарієм фінансового відділу підприємства є збільшення чистого доходу від реалізації послуг на 3 %, або 184,5 тис.грн., за реалістичним сценарієм – на 5%, чи 307,5 тис. грн., за оптимістичним сценарієм – на 7%, чи 430,5 тис. грн. Відбудеться зростання за всіма показниками інноваційної діяльності ТОВ «Пластик-Груп», що наочно показує високу результативність від провадження запропонованих інноваційних технологій у діяльність підприємства. На підставі аналізу показників ефективності інвестиційного проєкту зроблено висновок, що проєкт впровадження запропонованих інноваційних технологій у діяльність ТОВ «Пластик-Груп» є ефективним та доцільним для реалізації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Актуальні проблеми інноваційної діяльності та трансферу технологій // Матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 18 трав. 2018 р., / Держ. наук. установа «Укр. ін-т наук.-техн. експертизи та інформації» – Київ : УкрІНТЕІ, 2018. – 191 с.
2. Антонюк А. А. Актуальні проблеми розвитку інноваційної діяльності в Україні. Держава та регіони. / Антонюк А. А., Сьомченко А. А. // Економіка та підприємництво. – 2017. – № 2. – С. 45-50.
3. Беспалов А. Управлінські інновації, як важіль забезпечення стратегічного розвитку. / Беспалов А., Горбаченко С. // Наук. вісн. Одес. нац. екон. ун-т. – 2018. – № 1. – С. 59-70.
4. Богуцька О. А. Пріоритети та оптимальна структура фінансування інноваційних витрат промислових підприємств в Україні. / Богуцька О. А., Брюховецький Я. С. // Бізнес Інформ. – 2018. – № 4. – С. 62-67.
5. Володін С.А., Теоретичні засади формування і реалізації інноваційного потенціалу в розвитку економіки. / Володін С.А., Чекамова О.І. // Економіка АПК. – 2017. – № 5. – С. 65–72.
6. Горяча О. Л. Концепція формування системи стратегічного управління інноваційною діяльністю на підприємствах. / Горяча О. Л., Калюжний А. А. // Вісн. Бердян. ун-ту менеджменту і бізнесу. – 2018. – № 2. – С. 28-31.
7. Грабчук І., Стратегія інноваційного розвитку підприємства. Економіка та суспільство. / Грабчук І., Бугайчук В., Аляб'єва В. // Економіка та Суспільство – 2022. – № (44). – С. 150.
8. Гречаник О. Є., Сучасні проблеми управління інноваційно-активними підприємствами: досвід України та ЄС. / Гречаник О. Є., Хлебнікова Т. М., Темченко О. В. // Інвестиції: практика та досвід. – 2022. – № 2. – С. 74–80.
9. Гурочкіна В. В. Інноваційний потенціал та активізація

емерджентних властивостей для цілей розвитку промислового підприємства. / Гурочкіна В.В. // Соціальна економіка. – 2020. – № 60 (1). – С. 87-96.

10. Гусаріна Н. В. Компетентнісна модель готовності підприємств до інноваційної діяльності. / Гусаріна Н. В. // Бізнес Інформ. – 2018. – № 9. – С. 220-225.

11. Диба О. М. Інноваційний розвиток підприємств в умовах глобалізації. / Диба О. М. // Стратегія економічного розвитку України. – 2018. – № 42. – С. 111–118.

12. Ємельянов О. Інноваційність економічного розвитку підприємств: сутність, види та особливості оцінювання. / Ємельянов О., Петрушка Т., Симак А. // Економіка та суспільство. – 2022. – № 37.

13. Єпіфанова І. Ю. Управління інноваційною діяльністю промислових підприємств: монографія за ред. С. В. Філіппова, В. Я. Брич, В. В. Зянько. – Вінниця : ВНТУ, 2019. – 383 с.

14. Завадинська О. Ю. Інноваційні технології господарювання в ресторанному бізнесі. Ресторанний і готельний консалтинг. / Завадинська О. Ю., Борисова О. В. // Інновації. – 2018. – № 3 – С. 93–102.

15. Кваша О. С. Інноваційний розвиток економіки України: світовий досвід та рекомендації для України. / Кваша О. С. // Науковий вісник – 2016. – Вип. 6(1). – С. 150–154.

16. Ковчуга Л. І. Про взаємообумовленість конкуренції, інновацій та конкурентоспроможності підприємств. / Ковчуга Л. І. // Економічний Вісник Донбасу – 2018. – № 2. – С. 124-133.

17. Кравчук А. В. Сучасний стан і перспективи розвитку інноваційної діяльності промислових підприємств України. / Кравчук А. В., Переправа П. Г. // Бізнес Інформ – 2018. – № 7. – С. 57-65.

18. Крилов Д. В. Аналіз рейтингового оцінювання розвитку інноваційної діяльності в Україні. / Крилов Д. В. // Ефективна економіка. – 2022. – № 5.

19. Крючкова І. Р. Інноваційно-інвестиційна діяльність промислового

підприємства: симбіоз економічного оцінювання та залучення джерел фінансових та альтернативних ресурсів : монографія; за ред. І. Р. Крючкова, С.В. Філіппова. – Одеса : ФОП Бондаренко М. О., 2015. – 189 с.

20. Кухта П. В. Алгоритм оцінювання перспектив реалізації інноваційних проектів на металургійних підприємствах України. / Кухта П. В., Свідерська С. Є. // Ефективна економіка. – 2018. – № 12.

21. Лисюк Т. В. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі. / Лисюк Т. В. // Карпатський край. – 2016. – № 1(8). – С. 141–149.

22. Мазнєв Г. Є. Інноваційні технології як фактор підвищення ефективності виробництва. / Мазнєв Г. Є. // Актуальні проблеми інноваційної економіки. – 2016. – № 2. – С. 36-47.

23. Малюта Л. Я. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства : навчальний посібник / Малюта Л. Я. – Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2016. 232 с.

24. Маркіна І. А. Управління інноваційним потенціалом як фактор стратегічного розвитку та конкурентних переваг підприємства. / Маркіна І. А., Вороніна В. Л., Хорошко Д. Р. // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2020. – № 3 (26). – С. 76–81.

25. Морозова С. А. Досвід Європейського Союзу щодо стимулювання інноваційної діяльності. / Морозова С. А. // Економіка і регіон. – 2017. – № 5. – С. 54-58.

26. Офіційний сайт. Державна статистика України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>

27. Офіційний сайт. Маркетингово-аналітична компанія «Semantrum» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://promo.semantrum.net/uk/golovna>

28. Офіційний сайт. ТОВ «Пластик-Груп» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://plastic-group.kiev.ua>

29. Пілявоз Т. М. Інноваційний розвиток підприємства як важливий аспект розвитку економіки. / Пілявоз Т. М. // Інноваційна економіка – 2018. –

№ 4. – С. 185-190.

30. Пілявський В. І. Інноваційна складова потенціалу підприємств агропромислового виробництва. / Пілявський В. І., Могилат М. Г. // Ефективна економіка. – 2019. – № 5.

31. Романишин В. О. Інноваційна діяльність за умов кризи та її вплив на конкурентоспроможність вітчизняних підприємств. / Романишин В. О., Гавриш О. М. // Економічний вісник, держ. пед. ун-т ім. Г. Сковороди. – 2018. – Вип. 37(1). – С. 42-50.

32. Савастєєва О. Державна фінансова підтримка інноваційної діяльності в національних умовах недоіндустріального розвитку. / Савастєєва О., Журавльова Т., Склярів Д. // Економіка та суспільство. – 2022. – № 35.

33. Серебряк К. І. Дослідження формування інноваційної інфраструктури: організація інноваційного процесу на підприємстві. / Серебряк К. І. // Економіка. Фінанси. Право. – 2019. – № 6. – С. 33-38.

34. Смєсова В. Л. Інновації як основа підвищення якості продукції та забезпечення конкурентоспроможності підприємства. / Смєсова В. Л., Іщенко І. О. // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету – 2020. – Вип. 43. – С. 76–82.

35. Фінансові механізми інноваційного економічного розвитку України в умовах євроінтеграції : колект. монографія / Б. В. Буркінський та ін., за ред. проф. В. В. Лойко, А. Ю. Рамського. – Київ : Київ. ун-т ім. Бориса Грінченка, 2019. – 252 с.

36. Чабан В. Г. Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємств / Чабан В. Г. // Економічний вісник ун-ту Переяслав-Хмельниц. держ. пед. ун-т ім. Г. Сковороди. – 2018. – Вип. 37(1). – С. 139-143.

37. Черноіванова Г. С. Формування підходу до оцінювання макросередовища інноваційної сфери підприємств. / Черноіванова Г. С. // Бізнес Інформ. – 2018. – № 6. – С. 145-152.

38. Швиданенко Г. О. Інноваційний розвиток підприємств у контексті ціннісних орієнтацій. / Швиданенко Г. О., Бойченко К. С. // Вісн. Нац. ун-ту

«Львів. політехніка». – 2017. – № 875. – С. 254-261.

39. Шевченко Н. Ю. Управління інноваційною діяльністю підприємства: концепція та методи прийняття рішень. / Шевченко Н. Ю., Мала Ю. В. // Економічний вісник Донбасу. – 2018. – № 2. – С. 151-154.

40. Шкарлет С. М. Інноваційна політика та фінансове забезпечення / Шкарлет С. М., Ільчук В.П., Анопрієнко В.О., Лисенко І.В. – Чернігів : ЧНТУ, 2018. – 477 с.

41. Яковлев А. І. Аналіз стану інноваційної діяльності в Україні та шляхи його поліпшення / Яковлев А. І. // Наука та наукознавство. – 2018. – № 2. – С. 29-44.

ДОДАТКИ

Додаток А

Консолідована фінансова звітність підприємства за 2020-2022 рр.

Баланс підприємства (звіт про фінансовий стан) за 2020-2022 рр.

Актив	2020	2021	2022
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи			
Первісна вартість			
Накопичена амортизація	()	()	
Незавершені капітальні інвестиції			
Основні засоби:	438,8	355,1	684,4
первісна вартість	729,5	803,9	13,279
знос	(290,7)	(448,8)	(643,5)
Довгострокові біологічні активи			
Довгострокові фінансові інвестиції			
Інші необоротні активи			
Усього за розділом I	438,8	355,3	684,4
II. Оборотні активи			
Запаси:	2302,9	1692,2	2971,6
у тому числі готова продукція	2295,4	1681,8	2910,1
Поточні біологічні активи			
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	5640,7	1037,1	884,2
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	-	18,5	95,6
у тому числі з податку на прибуток		18,5	95,6
Інша поточна дебіторська заборгованість	1109,2	820,3	174,4
Поточні фінансові інвестиції			
Гроші та їх еквіваленти	659,5	1503,5	2237,3
Витрати майбутніх періодів	8,0	6,3	13,9
Інші оборотні активи	19,9	41,4	147,0
Усього за розділом II	9740,2	5123,3	6524,0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття			
Баланс	10179,0	5478,6	7208,4

Пасив	2020	2021	2022
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	43,8	43,8	43,8
Додатковий капітал	786,3	786,3	786,3
Резервний капітал	7,5	7,5	7,5
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	2138,3	3593,7	4778,8
Неоплачений капітал	()	()	()
Усього за розділом I	2975,9	4431,3	5616,4
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	139,6	103,7	248,6

III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків			
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями			
товари, роботи, послуги	4104,3	465,3	243,9
розрахунками з бюджетом	642,0	147,3	143,5
у тому числі з податку на прибуток	209,2	-	
розрахунками зі страхування	4,9	15,3	10,3
розрахунками з оплати праці	133,5	33,5	46,0
Доходи майбутніх періодів			
Інші поточні зобов'язання	2178,8	282,2	899,7
Усього за розділом III	7063,5	943,6	1343,4
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Баланс	10179	5478,6	7208,4

Звіт про фінансові результати підприємства (Звіт про сукупний дохід) за 2020-2022 рр.

Показники	2020	2021	2022
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис.грн.	14755	20154	6150
Інші операційні доходи, тис.грн.	269	351	63
Інші доходи, тис.грн.	165	184	42
РАЗОМ ДОХОДИ	15189	20689	6255
Собівартість реалізованої продукції, тис.грн.	12350	16750	4851
Інші витрати, тис.грн.	156	201	162
Інші операційні витрати, тис.грн.	874	1152	601
РАЗОМ ВИТРАТИ	13380	18103	5614
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування, тис.грн.	1809	2586	641
Податок на прибуток від звичайної діяльності, тис.грн.	326	465	115
Чистий прибуток, тис.грн.	1483	2121	526

Соціальне підприємництво та корпоративна соціальна відповідальність бізнесу
УДК

Сороченко Дмитро Михайлович

Ситніков Владислав Ігорович

Гуща Дарина Сергіївна

Анотація. Стаття розглядає два важливі аспекти сучасного бізнесу, а саме соціальне підприємництво та корпоративну соціальну відповідальність. У контексті наростаючої глобальної соціальної та екологічної нестабільності, підприємці та компанії стикаються з необхідністю не тільки прибуткового ведення бізнесу, а й задоволення соціальних та екологічних потреб суспільства.

Abstract. The article examines two important aspects of modern business, namely social entrepreneurship and corporate social responsibility. In the context of growing global social and environmental instability, entrepreneurs and companies are faced with the need not only to run a profitable business, but also to meet the social and environmental needs of society.

Ключові слова. Соціальне підприємництво, корпоративна соціальна відповідальність, сталість бізнесу, соціальні та екологічні ініціативи, інновації у сфері соціального бізнесу, спільнота та соціальний вплив, стратегічне управління CSR, підприємництво з суспільною місією.

Keywords. Social entrepreneurship, corporate social responsibility, business sustainability, social and environmental initiatives, social business innovation, community and social impact, strategic CSR management, entrepreneurship with a social mission.

Сьогодні майже в усіх країнах Світу людство стикається з численними проблемами соціального, економічного та екологічного характеру. Розв'язання цих проблем вимагає свідомої поведінки і активної діяльності в цьому напрямку кожної людини та сфери бізнесу. Бізнес-середовище також несе свою відповідальність, а саме: свідоме виробництво, зменшення негативного впливу

на навколишнє середовище, відповідальний підхід до споживачів та поширення у суспільстві усвідомленого підходу до соціальної відповідальності.

Сфера підприємництва не є винятком: важливо активно демонструвати соціально-відповідальну позицію, докладаючи зусилля до розв'язання важливих соціальних питань. Це можна зробити шляхом активної участі у вирішенні цих проблем та популяризації підходу, який враховує соціальні, економічні і екологічні аспекти у власній діяльності. Саме тому, більшість країн у світі зараз беруть участь у розробці та впровадженні концепції соціальної відповідальності на різних рівнях - як на місцевому, регіональному, так і на національному рівні. Україна теж не залишається осторонь цього процесу. В основному, активну роль у цій сфері відіграють представництва іноземних компаній, які переносять сучасний світовий досвід і стандарти на український ґрунт. Однак для успішного розвитку цього процесу необхідна активна участь держави. Держава має бути координатором і стимулятором соціальної відповідальності бізнесу.

Аналіз наукової літератури [1]; [2] надав можливість встановити, що існують два різні поняття, що характеризують соціально відповідальну поведінку бізнесу.

По-перше, є поняття соціальна відповідальність бізнесу, під якою розуміють відповідальне ставлення підприємства до свого продукту (послуги), споживачів, працівників, акціонерів, партнерів і активна соціальна позиція, що полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі з представниками адміністрації, комерційного сектору й суспільства, зацікавленими сторонами з метою надання ефективного сприяння рішенню гострих економічних, соціальних, гуманітарних і екологічних проблем [3]. Також слід відзначити, що поряд с поняття «соціальна відповідальність бізнесу» вживають поняття «корпоративна соціальна відповідальність» можна сказати, що вони є тотожними, адже походять від англійського слова «corporate social responsibility».

По-друге, існує поняття «соціальне підприємництво» – підприємницька діяльність спрямована на інноваційну, суттєву та позитивну зміну у суспільстві [2]. Отже, основною відмінністю соціальної відповідальності від соціального підприємництва є те, що перша фокусуються на досягненні фінансового прибутку, а друга – зосереджена на розвитку соціального капіталу.

А основною відмінністю соціального підприємництва від благодійності є те, що соціальне підприємництво не залежить від зовнішніх джерел фінансування і здобуває прибуток від власної діяльності, яка спрямована на пом'якшення або вирішення конкретних соціальних проблем. Зароблений прибуток у соціальному підприємстві реінвестується в мету соціальної діяльності, відтак відрізняючись від благодійності, де прибуток взагалі відсутній, і від традиційного бізнесу, де прибуток розподіляється серед акціонерів.

Лауреат Нобелівської премії миру за 2006 рік, Мохаммад Юнус, який є засновником понад 50 соціальних компаній у Бангладеш, розпочав впроваджувати нову економічну модель у сфері підприємництва – соціальне підприємництво. Основною метою цієї діяльності, на відміну від традиційного підприємництва, було досягнення соціальних результатів, а не максимізація прибутку.

Банк Grameen, який був заснований Мохаммадом Юнусом, став першим, хто почав надавати мікрокредити в Азії, Африці та Латинській Америці. Ця інноваційна програма мікрокредитування для бідного населення, при цьому без потреби в заставі, сприяла запуску власного бізнесу та збільшенню рівня зайнятості, підвищенню добробуту серед менш забезпечених верств населення.

Створення та розвиток соціальних підприємств є відповіддю на потреби, які наразі держава не може повністю задовольнити з різних причин. Нинішня криза стала масштабним потрясінням, з яким стикається українське суспільство.

Зовнішнє середовище стало надзвичайно турбулентним через пандемію COVID-19, але ще більше загострилося через введення воєнного стану та бойові дії на значній частині території України. Ці події спричинили раптове зростання безробіття, збільшення чисельності вразливих груп населення та послаблення їх соціального захисту. В науковій літературі наводять невтішні результати опитувань, а саме: станом на початок квітня 2022 року понад половина (53%) українців втратили роботу через війну, тоді як лише 2% змогли знайти нове місце роботи. Особливо високі показники втрат роботи спостерігаються серед мешканців східних областей України. Ці високі показники свідчать про те, що більшість українців втратили стабільний джерело доходу, яке забезпечувало базові потреби та відчуття безпеки.

Економічне становище погіршилося для 52% і дещо погіршилося для більшості за результатами опитування. Найбільше труднощів відчувають ті, хто був змушений змінити місце проживання, особливо це стосується мешканців східних областей [4].

Таким чином, важливість соціального підприємництва в Україні під час війни може відігравати важливу роль у підтримці спільнот та розвитку країни, незважаючи на виклики конфлікту. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні під час війни має особливе значення і може бути спрямована на допомогу спільнотам і покращення гуманітарної ситуації. Нижче наведені деякі аспекти корпоративної соціальної відповідальності:

Підтримка вразливих груп: Соціальні підприємства можуть створювати робочі місця та надавати підтримку людям, які стали постраждалими від конфлікту, таким як ветерани, біженці, члени сімей загиблих та інші вразливі групи.

Постачання послуг: Соціальні підприємства можуть надавати необхідні соціальні послуги, такі як психологічна підтримка, реабілітація, освіта та інші види допомоги.

Підвищення свідомості: Сприяти підвищенню обізнаності та освіти щодо соціального підприємництва серед громадян та підприємців може допомогти розвитку цього сектору навіть у важких умовах.

Міжнародна співпраця: Співпраця з міжнародними організаціями та іншими країнами може допомогти залучати ресурси та підтримку для соціальних підприємств у військовий час.

Гуманітарна допомога: Компанії можуть надавати гуманітарну допомогу, таку як продукти харчування, медичні засоби або фінансову підтримку для ліквідації наслідків конфлікту.

Сприяння освіті та розвитку: Підприємства можуть запускати програми для підтримки освіти та розвитку молоді, включаючи надання стипендій та доступ до освітніх ресурсів.

Екологічна відповідальність: Зменшення негативного впливу бізнесу на навколишнє середовище і впровадження сталого виробництва.

Спроможність соціального підприємництва адаптуватися та реагувати на потреби громади може мати важливе значення в умовах конфлікту і сприяти покращенню ситуації в Україні.

Дослідження літератури [5],[6] надало можливість встановити, що є низка факторів в Україні, які прямо чи опосередковано впливають на збільшення кількості соціальних підприємств:

Економічна ситуація. Відсутність ресурсів у державному бюджеті і фінансування соціальної сфери за залишковим принципом спонукає людей і громади ставати більш активними і шукати інноваційні підходи до вирішення своїх проблем, тому соціальне підприємництво розвивається швидше як певна реакція на складну економічну ситуацію.

Законодавство. Можна вибрати для соціального підприємства найбільш оптимальну організаційно-правову форму, як з погляду бізнес-моделі, так і особливостей оподаткування. А це означає, що ідея соціального підприємства може пройти шлях від комерційного проекту громадської організації до публічного акціонерного товариства.

Наявність людських ресурсів, які мало задіяні в традиційному бізнесу. Це вразливі групи: люди з інвалідністю; внутрішньо-переміщені особи; постраждалі від збройних конфліктів; учасники військових дій; національні меншини; люди похилого віку; молодь з проблемами соціалізації; люди з важкими хронічними захворюваннями; люди, що вийшли з місць позбавлення волі; багатодітні родини.

Усе частіше компанії шукають можливості замінити гранти на стартапи, оскільки у цьому випадку, з одного боку забезпечують собі аутсорсинг і паралельно вирішують соціальну проблему, яка, своєю чергою, не вимагатиме наступних грантів. А якщо великий бізнес укладе угоду на придбання послуг соціального підприємства на 1-2 роки, то ймовірність банкрутства соціального підприємництва зменшиться в рази. Кількість прикладів такої співпраці в Україні збільшується.

Постійне зростання лояльності споживачів до продукції соціального підприємництва. Споживацька культура українців змінюється на краще. Відчуття причетності до корисної справи стає вагомим аргументом на користь соціальних підприємств, а тим більше на тлі підтримки національного товаровиробника.

Міжнародна підтримка. Соціальні підприємства підтримують міжнародні фонди і організації, тому це дозволяє і створювати, і розвивати соціальне підприємництво.

Отже, соціальне підприємництво та корпоративна соціальна відповідальність позитивно впливають на Україну в умовах військових конфліктів. Вони не лише допомагають суспільству впоратися з викликами, а й сприяють зміцненню бізнес-середовища та покращенню якості життя громадян. Важливо підтримувати та розвивати ці ініціативи, щоб забезпечити стабільний соціальний та економічний розвиток країни.

Список використаної літератури

1. Ковтун М. Соціальне підприємництво як чинник соціально-економічного розвитку суспільства / М. Ковтун, Н. Гавкалова // Підприємництво та інновації. – 2021. – № 18. – С. 34-40.
2. Родіонов С. О. Можливості розвитку соціального підприємництва в Україні / С. О. Родіонов, М. С. Вишневський // Проблеми та перспективи розвитку підприємництва: матер. міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 26 лист. 2021 р.: тези допов. – Харків, 2021. – С. 66-68.
3. Дмитрів Б. Ю. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності / Б. Ю. Дмитрів // Сталий розвиток економіки. – 2019. – №4. – С. 96-104.
4. Ачкасова О. В. Розвиток соціального підприємництва в Україні в умовах воєнного стану / О. В. Ачкасова // Економіка та суспільство. – 2022. – № 37. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27441>.
5. Лункіна Т.І. Соціальне підприємництво в Україні як сучасний тренд розвитку: особливості, фінансові аспекти / Т.І. Лункіна // Інфраструктураринку. – 2020. – №39. – 297-303.
6. Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування. / Л. Долуда, В. Назарук, Ю. Кірсанова – Київ, ТОВ «Агентство «Україна», 2017. – 92 с..