

КРИВОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Факультет економіки та управління бізнесом  
Кафедра економіки, організації та управління підприємствами

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**

до кваліфікаційної роботи

на тему «Ефективність інноваційної діяльності підприємства та обґрунтування напрямів її підвищення»

Виконав здобувач 2 курсу, групи ЕП-22ск

спеціальності 051 Економіка

Челпан Валентин Віталійович

Керівник: к.т.н., доц., Бондарчук Ольга Михайлівна

Рецензент: д.е.н., проф., Турило Анатолій Анатолійович

м. Кривий Ріг

2024 р.

КРИВОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Факультет економіки та управління бізнесом  
Кафедра економіки, організації та управління підприємствами  
Ступінь вищої освіти бакалавр  
Спеціальність 051 Економіка

ЗАТВЕРДЖУЮ:  
зав. кафедри ЕОУП,  
д-р. екон.наук, проф. Шахно А.Ю.

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 р.

### ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу здобувачеві

**Челпану Валентину Віталійовичу**

---

1. Тема роботи «Ефективність інноваційної діяльності підприємства та обґрунтування напрямів її підвищення»

Керівник теми: Бондарчук Ольга Михайлівна, к.т.н., доцент  
затверджені наказом по університету від «02» квітня 2024 р. № 241с.

2. Строк подання здобувачем роботи: 11 червня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи: фінансова звітність ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр., статут ТОВ «БУДКОМ»

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): теоретичні та методичні засади підвищення ефективності інноваційної діяльності; аналіз показників виробничо-господарської діяльності ТОВ «БудКом»; обґрунтування напрямків підвищення ефективності інноваційної діяльності ТОВ «БудКом».

5. Перелік графічного матеріалу: класифікація нововведень; основні техніко-економічні показники ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр.; аналіз ефективності інноваційної діяльності ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр.; розрахунок ефективності запропонованих заходів в умовах ТОВ «БудКом».

## 6. Консультанти розділів роботи:

Розділи	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1	Бондарчук О.М.		
Розділ 2	Бондарчук О.М.		
Розділ 3	Бондарчук О.М.		
Нормоконтроль	Поліщук І.Г.		

7. Дата видачі завдання 02 квітня 2024 р.

## Календарний план виконання роботи

№	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Термін виконання	Примітки
1	Співбесіда зі здобувачем за тематикою роботи, видача переліку рекомендованої нормативної, інструктивної бази та учбової літератури	14.03.2024 р.	виконано
2	Збір матеріалів до кваліфікаційної (бакалаврської) роботи	15.03- 29.03.2024 р.	виконано
3	Групування та аналіз зібраного матеріалу, уточнення завдань випускної кваліфікаційної (бакалаврської) роботи	30.03- 03.04.2024 р.	виконано
4	Підготовка I розділу кваліфікаційної (бакалаврської) роботи та подання його керівникові	04.04- 19.04.2025 р.	виконано
5	Підготовка II розділу кваліфікаційної (бакалаврської) роботи та подання його керівникові	20.04- 30.04.2024 р.	виконано
6	Підготовка III розділу кваліфікаційної (бакалаврської) роботи та подання його керівникові	01.05- 11.05.2024 р.	виконано
7	Підготовка вступної частини та висновку	12.05- 14.05.2024 р.	виконано
8	Перевірка роботи керівником та доопрацювання роботи	15.05.- 20.05.2024 р.	
9	Перевірка роботи Антиплагіатної Системою Unicheck	21.05.2024	виконано
10	Отримання відгуку керівника та рецензії	22.05-31.05- 2024 р.	виконано
11	Попередній захист роботи	01.06.2024 р.	
12	Захист роботи в ЕК	18.06.2024 р.	

Здобувач

\_\_\_\_\_

(підпис)

Челпан В.В.

Науковий керівник

\_\_\_\_\_

(підпис)

Бондарчук О.М.

## РЕФЕРАТ

### на випускнї кваліфікаційнї роботу за темою: «Ефективність інноваційної діяльності підприємства та обґрунтування напрямів її підвищення»

**Випускна кваліфікаційна робота:** 100 с., 30 табл., 14 рис., 19 формул, 96 джерел, 4 додатки.

**Об'єкт дослідження:** є процес підвищення ефективності інноваційної діяльності ТОВ «БудКом».

**Мета роботи:** вибір та обґрунтування напрямків підвищення ефективності інноваційної діяльності ТОВ «БудКом».

**Предмет дослідження:** сукупність теоретичних, методичних та практичних підходів щодо підвищення ефективності інноваційної діяльності ТОВ «БудКом».

**Методи дослідження:** в ході оцінки рівня інноваційного потенціалу, конкурентоспроможності, стійкого інноваційного розвитку на підприємстві використовувались методи системного підходу, економічного і статистичного аналізу, моделювання, експертної оцінки, інтегральної оцінки, метод синтезу. Для складання заходів інноваційного проекту використовуються методи статистичного аналізу, порівняння та синтезу, економічного аналізу.

У випускній кваліфікаційній роботі проведено аналіз теоретичних напрацювань з питань сутності категорії «інновації» та їх класифікація. Розглянуто основні методичні підходи до оцінки рівня інноваційного розвитку підприємства.

На прикладі ТОВ «БудКом» здійснено аналіз його виробничо-господарської діяльності та техніко-економічних показників. Докладно проаналізовано та оцінено фінансовий стан базового підприємства, встановлені фактори впливу на результативні показники роботи підприємства.

У роботі запропоновано такі заходи для підвищення обсягів реалізації ТОВ «БудКом»: за рахунок розширення ринку збуту, відкриття торгової точки (магазину) під своєю маркою; пропонується проект створення торгового магазину з продажу будівельних матеріалів, з метою приросту прибутку, розкриття нових можливостей на ринку, впізнаваності бренду. Термін окупності складе 10 місяців, а розмір чистого дисконтованого доходу - 746,43 тис. грн.

В роботі при розрахунках використано програмний продукт Microsoft Office Excel.

ІННОВАЦІЇ, ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ, ЕФЕКТИВНІСТЬ ІННОВАЦІЙ,  
ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ, ЕФЕКТИВНІСТЬ

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	9
1.1. Аналіз теоретичних напрацювань з питань сутності категорії «інновації» та їх класифікація.....	9
1.2. Методичні підходи щодо оцінки рівня інноваційного розвитку підприємства.....	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «БУДКОМ».....	29
2.1. Техніко-економічна характеристика підприємства.....	29
2.2. Аналіз інноваційної діяльності підприємства.....	44
РОЗДІЛ 3. ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «БУДКОМ».....	52
3.1. Визначення факторів впливу витрат на ефективність діяльності підприємства.....	52
3.2. Обґрунтування пропозицій щодо підвищення ефективності інноваційної діяльності ТОВ «БУДКОМ».....	57
ВИСНОВКИ.....	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	70
ДОДАТКИ.....	78

## ВСТУП

Інновації є основою розвитку підприємств і господарських систем в цілому. Зростаючий рівень конкуренції, швидка зміна технологій та зміщення уявлень про споживання створюють потребу у постійному підвищенні ефективності інноваційної діяльності. Основний аргумент щодо актуальності цієї теми полягає в тому, що ефективна інноваційна діяльність є ключовим фактором, що впливає на конкурентоспроможність підприємств. В умовах швидкозмінних технологічних процесів, міжнародної торгівлі та зростаючого рівня глобалізації підприємства повинні швидко адаптуватися до змін та впроваджувати нові ідеї, продукти та послуги для задоволення потреб споживачів. Економічне обґрунтування напрямів підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємства допомагає виявити потенціал для вдосконалення процесів, ресурсного використання, розробки нових продуктів та ринків. Це дозволяє підприємствам максимізувати свій прибуток, знизити витрати, підвищити якість продукції та послуг, забезпечити стабільний розвиток та зайнятість.

Наукова проблема, пов'язана з економічним обґрунтуванням напрямів підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємства, є досить розробленою. Протягом останніх десятиліть було проведено багато досліджень та досліджень у цій сфері, що дало значний внесок у розуміння проблеми та розробку практичних рекомендацій. Наукова проблема економічного обґрунтування напрямів підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємства привернула увагу багатьох дослідників у галузі економіки та управління. Ось декілька прикладів науковців, які працювали над цією проблемою: Майкл Портер, Едвін Мандел, Гарвардська бізнес-школа, Річард Румельт, Гарі Хамель, Ерік фон Хіппель, Ребекка Гендерсон, Джозеф Шумпетер. Загалом, ступінь розробки наукової проблеми з економічним обґрунтуванням напрямів підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємства є досить високим, але постійно

зростає, оскільки це актуальна та швидкозмінна сфера досліджень, що потребує постійного вдосконалення та впровадження нових підходів і рішень.

Метою кваліфікаційної роботи є вибір та обґрунтування напрямків підвищення ефективності інноваційної діяльності. На основі аналізу поточного стану підприємства, розробляються пропозиції щодо конкретних напрямів покращення, таких як впровадження нових технологій, покращення процесів управління інноваціями, розвиток стратегій комерціалізації та маркетингу інноваційних продуктів.

Досягнення поставленої мети зумовлює вирішення наступних завдань:

- ✓ розглянути вплив стійкого інноваційного розвитку на економічний вимір діяльності підприємства;
- ✓ визначити методологію для оцінки стійкого інноваційного розвитку підприємства;
- ✓ здійснити аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства;
- ✓ здійснити аналіз загальногосподарської діяльності організації;
- ✓ дослідити інноваційний потенціал фірми, рівень інноваційної активності та діяльності;
- ✓ провести комплексну оцінку стійкого інноваційного розвитку відповідно до обраної методології;
- ✓ виділити основні проблемні вектори та можливості для розвитку системи забезпечення стійкого інноваційного розвитку;
- ✓ розробити рекомендації для забезпечення стійкого інноваційного розвитку у вигляді інноваційного проекту для підприємства;
- ✓ обґрунтувати економічну ефективність впровадженого проекту, оцінити екологічний та соціальний ефект у відповідності до концепції стійкого розвитку.

Об'єктом дослідження є процес підвищення ефективності інноваційної діяльності ТОВ «БудКом».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних підходів щодо підвищення ефективності інноваційної діяльності ТОВ «БудКом».

Досягнення означеної вище мети дослідження здійснюється на основі обґрунтованого застосування специфічного наукового інструментарію, зокрема:

✓ аналіз економічних показників: це включає збір і аналіз фінансової звітності підприємства, оцінку фінансової стійкості, рентабельності та ефективності використання ресурсів. Такий аналіз допомагає виявити поточний стан інноваційної діяльності та виявити потенційні напрямки реалізації поліпшувальних заходів, математичні моделі та статистичний аналіз: ці методи дозволяють розробити математичні моделі, які описують взаємозв'язки та вплив елементів системи інноваційної діяльності. Вони дозволяють робити прогнози, проводити чутливість до різних факторів та оцінювати ефективність запропонованих напрямів підвищення ефективності;

✓ опитування та інтерв'ю: ці методи дозволяють отримати додаткову інформацію від керівників підприємства, співробітників та експертів. Можна запитати їх думки щодо поточних проблем інноваційної діяльності та можливих напрямків покращення;

✓ бенчмаркінг: цей метод включає порівняння ефективності інноваційної діяльності підприємства з найкращими практиками та результатами інших підприємств у відповідній галузі або інших галузях. Це дозволяє ідентифікувати потенційні напрямки покращення та прийняти на відомо їх вже перевірені практики;

✓ кейс-стаді: цей метод передбачає детальне вивчення певного підприємства або групи підприємств, які досягли успіху у покращенні ефективності інноваційної діяльності. Аналізуються їх стратегії, процеси, інструменти та фактори, що сприяють досягненню успіху, що може дати рекомендації для обґрунтування напрямків підвищення ефективності.



# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

### 1.1. Аналіз теоретичних напрацювань з питань сутності категорії «інновації» та їх класифікації

Одним із першочергових завдань державної стратегії розвитку України є сприяння виробництву конкурентоспроможної продукції та послуг шляхом впровадження прогресивних технологічних інновацій. Це досягається шляхом створення клімату, сприятливого для інновацій, та забезпечення підтримки інноваційної діяльності в країні.

Зростання важливості інновацій у сучасному економічному розвитку ілюструє правило, яке записав Бернард Твіс [80] таким чином: «Велика хвиля інновацій, яка виникла з таких галузей, як електроніка, розробка програмного забезпечення, телекомунікації, хімія та біологія, існувала традиція: «Не вводьте нову концепцію, поки це не буде необхідно».

Зрозуміло, що регулювання інноваційної діяльності має починатися з визначення важливих понять у цій сфері, зокрема самого поняття інновації, а також інших супутніх понять, таких як інноваційна інфраструктура, стимулювання інноваційної діяльності тощо.

Починаючи з 19 ст. до дослідження та вивчення фундаментальних засад інноваційної діяльності залучено велику кількість як вітчизняних, так і зарубіжних фахівців і вчених. У своїх зусиллях вони описують концепцію фундаментальних принципів інновацій, в результаті чого було створено багато визначень терміну, ці визначення розглядають термін з різних точок зору. Аналіз існуючих визначень

свідчить про те, що слово «інновація» походить від кількох об'єктів і тем дослідження, які розбиті на чотири підходи. В додатку А наведена таблиця 1.1., в якій наведені основні визначення терміну інновації та їх джерела походження.

Наявність багатьох різних визначень слова інновація можна пояснити тим, що їх автори народилися в різні епохи, в різних економічних умовах і привели до різних висновків. Однак і сьогодні немає єдиної позиції з цього приводу, немає також правил щодо методології аналізу інноваційної діяльності.

Крім того, деякі експерти, такі як Н.Е. Аванесова [2], О.В. Корінько [39], П. Микитюк [57] вважають, що важливо враховувати різні існуючі в даний час визначення інновацій, оскільки, на їхню думку, кожне визначення має свої переваги та недоліки. Наслідувати одне визначення означало б не враховувати мети іншого.

Інші стверджують, що цей підхід є неефективним, оскільки він переобтяжує концепцію інновації складністю. У цьому контексті концепція включає нові атрибути, властивості та функції, яких бракує інноваціям.

Наявність великої кількості різних визначень одного терміна призводить до значної плутанини та двозначності. Тому важливо визначити фундаментальне поняття інновації.

Незважаючи на визнання декількома авторами наявності неоднозначності у визначенні цієї сутності, відсутній аналіз легітимності підходу, викладеного в їхніх роботах [72, с. 281].

Твердження про необхідність розгляду кількох теоретичних підходів, оскільки вони мають право на існування, спрямоване лише на уточнення визначення сутності інновації.

Власне, уточнення єдиного визначення слова «інновація» дозволить спростити та визначити об'єкт і предмет дослідження, спосіб класифікації інновацій. Крім того, існують розбіжності в думках серед тих, хто підтримує це роз'яснення щодо визначення цього терміну.

Мединський В.Г. [56] та Маліновська І.О. [52] на основі визначень термінів інновація та самого інноваційного процесу показали, що в сучасний час інновацію слід розглядати як систему, що охоплює всі сторони процесу, основною метою якої є досягнення ефективності.

Левицька С.В. та Постова В.В. поставили під сумнів системний підхід до визначення поняття інновації, вони стверджували, що системний підхід до визначення поняття інновації не відповідає її природі. По-перше, існуючі визначення інновації не мають реквізитів, щоб вважатися системою: «...компоненти складної системи, ані тип взаємодії між ними, ані загальна організація системи» [47, с. 105].

Вони вважають, що інновації не мають властивостей системної структурованості, появи, гомеостазу, еквіфінальності чи сингулярності. Загальновизнано, що інноваційними об'єктами називають нові технології та продукти компаній. Вони вважають, що якщо ми визнаємо загальну природу інновацій, то нова машина, технологічний прогрес або автомобіль повинні мати можливість відтворюватися, підтримувати втрачену рівновагу (гомеостаз) або мати тенденцію досягати певного граничного стану, який не залежить від зовнішніх факторів (еквіфінальність).

Як другий аргумент, вони демонструють, що система є як природною властивістю, так і властивістю, заснованою на діяльності. Ні в одній із цих властивостей немає інновацій.

Тільки вдалий підхід здатний точно і конкретно описати економічне значення слова інновація. У результаті Левицька С.В. та Постова В.В. [47] погоджуються з науковими думками інших науковців, таких як Р. А. Фатхутдінов [85], Н.С. Ілляшенко [34] та Ю. П. Морозов [59], вони вважають їхнє визначення інновації правомірним.

Інновація є кінцевим наслідком процесу інновацій у формі нових продуктів, технологій, організацій та управлінських рішень, які покращують життя людей.

І навпаки, Лігузова В.О., Баклаженко Ю.В. та Гірія Р.М. [46, с. 38] вважають, що розгляд інновації як кінцевого наслідку має ряд недоліків.

- ✓ на відміну від процесного підходу, цей підхід не включає всі етапи інновацій;

- ✓ відсутність урахування потенційних небезпек, пов'язаних із впровадженням інновації, ці небезпеки можуть призвести до негативного ефекту на стадії комерціалізації та повернення інновації на стадію винаходу.

Наведені приклади демонструють різницю в поглядах щодо визначення та поняття інновації.

Слово інновація походить від латинського терміну *novatio* (оновлення, зміна) і префіксу *in* (в), що дослівно перекладається як «у напрямку оновлення» або «у напрямку змін». Цей термін вперше задокументовано в 19 столітті. у науковому дослідженні культурології протягом 1900-х років. Й. А. Шумпетер [92, с. 94] включив це в наукову сферу, він визначив п'ять загальних змін, які призводять до нових інновацій, серед яких:

- ✓ прийняття нового обладнання, технологічних процесів або ринкових структур для виробництва;

- ✓ впровадження продуктів, що мають новий склад і вищу якість;

- ✓ використання нових видів сировини;

- ✓ зміни в організації виробництва та його забезпеченні;

- ✓ освоєння нових ринків збуту.

Кулагін А.С. визначає інновацію як будь-яку зміну, спрямовану на впровадження та використання нових видів споживчих товарів, нових методів виробництва та транспортування, ринків та різних організацій у промисловості, які є результатом використання нових або раніше унікальних. вирішення технічних, технологічних чи організаційних питань у виробництві, розподілі чи збуті продукції [42, с. 58].

Сучасна перевірка визначення відразу покаже низку проблем. Першочерговою причиною є обмеженість сфери впровадження економічних інновацій.

У роботі Онікієнко С.В., інновація – це якісна зміна виробництва, яка передбачає як техніку і технологію, так і зміну організації виробництва та управління [63, с. 64].

Словник визначає зміни як доповнення, виправлення до чогось. Якщо розглядати або ототожнювати інновацію зі значенням зміни, то логічно припустити, що ця зміна - це, наприклад, нове рішення щодо кольору упаковки продукту, збільшення ваги коробки цукерок, додаткова функція на телефон або інші.

Проте всі перелічені зміни не вважаються новими, а скоріше є просто результатом маркетингової діяльності підприємства, яка є комерційною, технічною та іншим чином унікальною.

Процесний підхід до визначення інновацій полягає в тому, що це процес, який включає створення, виробництво та реалізацію, і всі вони мають пройти складний шлях від ідеї до практичного застосування. Це точка зору, зокрема, Россоха Н.Т., яка вважає, що інновація – це процес, який передбачає практичне застосування ідей і винаходів для створення продуктів і технологій, які мають більший вплив на суспільство [73, с. 70]. Шейка І.О. вважає, що інновація – це практичне застосування ідей і винаходів, результатом якого є створення продуктів і технологій, які мають більший вплив на суспільство [91, с. 8].

Словники визначають інновацію як процес створення, розповсюдження та використання нових ідей та пропозицій (сукупності нових концепцій, які можуть бути потенційними реалізаціями та, залежно від величини та ефективності результатів, можуть стати основою будь-якої інновації).

Ці визначення мають єдиний суттєвий компонент, який визначається одним ключовим словом «процес». Після цього раціонально прийти до невтішного висновку, що інновація як процес і як концепція інновації ідентичні [91, с. 8].

Зазвичай визнають шість компонентів інноваційного процесу:

- ✓ походження концепції інновації;
- ✓ маркетинг інновацій;

- ✓ економічна ефективність інноваційного процесу;
- ✓ розробка концепції;
- ✓ практичне застосування концепції;
- ✓ сприяння інноваціям.

Називати всі ці етапи впровадження та створення інновації одним словом не зовсім коректно. Виходячи з інформації, концепція інновації з точки зору процесу є невірною і, таким чином, втрачає свою економічну цінність.

Це з перших вуст прояснює концепцію сутності інновації, а також полегшує її використання та застосування. З другого боку, це методологічно розмежовує визначення поняття інновації від визначення поняття інноваційних процесів.

З іншого боку, якщо була відкрита або використана якась нова процедура, наприклад, обробка матеріалу, створення продукту, якого раніше не було, який мав інші атрибути, властивості чи функції. Після цього ви можете описати процес як інноваційний, але не як інноваційний. Процедура переходу концепції до її реалізації та практичного застосування, перетворення нових знань у продукти та послуги, набір технічних, виробничих та комерційних зусиль, які призводять до представлення нових методів індустріалізації та обладнання тощо, можуть бути розглядавані процес створення інновацій, але це не вірно щодо інноваційного процесу. Як наслідок, слово «інноваційний процес» також вживається неправильно.

Не всі нововведення були втілені на практиці. Прикладом цього є випадкова інновація. Внаслідок цього визначення сутності слова інновація не повинно включати проходження складного небезпечного шляху від концепції до практичного застосування.

У підсумку можна констатувати, що в економічній літературі немає єдиного визначення поняття інновації. Незрозуміло, якими властивостями, параметрами та функціями повинна володіти інновація, щоб вважатися інновацією. Залежно від об'єкта, мети та завдань аналізу інновації розрізняють процес, систему, зміну та результат. Крім того, в російській практиці інновація в першу чергу розглядається як

кінцевий результат інноваційної діяльності, тоді як в зарубіжних країнах вона розглядається в першу чергу як процес змін.

Різноманітність конкретних умов, у тому числі економічних, організаційних та інших, в інноваційній діяльності призводить до втрати спільності суб'єкта, незважаючи на те, що суб'єкт є спільним. Крім того, існують численні визначення нових ідей і, як наслідок, тематики інноваційної діяльності.

Давайте обговоримо деякі з них. Розбіжності між радикальними та поступовими інноваціями, або модифікаціями, виражають якісну різницю між відповідними інноваціями та вказують на залежність останніх від перших: радикальні інновації є причиною наступних поліпшень. Ці розбіжності свідчать про наявність двох істотно різних сукупностей суб'єктів інноваційної діяльності. Їх організаційні структури багато в чому протилежні, що дуже складно. Після радикальної інновації, яка посилює, покращує та продовжує впливати на продукт [55, с. 272].

Різноманітність конкретних умов, у тому числі економічних, організаційних та інших, в інноваційній діяльності призводить до втрати спільності суб'єкта, незважаючи на те, що суб'єкт є спільним. Крім того, існують численні визначення нових ідей і, як наслідок, тематики інноваційної діяльності.

Однак спочатку радикальні інновації зустрінуть опір з боку механізмів і структур, задіяних у вдосконаленні.

Характеристики інноваційних процесів, які має враховувати менеджер-інноватор при створенні економіко-організаційного механізму власного бізнесу, виводяться з первинного типу інновацій. Важливою складовою аналізу інновацій є їх класифікація за кількома основними ознаками (рис. 1.1).

Класифікації в цій таблиці демонструють, що інноваційні процеси різноманітні та відрізняються за своєю природою, як наслідок, різноманітні способи їх організації, масштаби та методи впливу на інновації.



Рисунок 1.1 – Класифікація нововведень  
(складено автором на основі 7, 21, 33, 84)

Серед економістів, які досліджують питання нових продуктів, німецький вчений Епштейн М. намагався пов'язати темпи економічного зростання і циклічність з наявністю фундаментальних інновацій. Він показовий у цьому плані. На його думку, коли базові інновації вичерпали свій потенціал, виникає технологічний глухий кут,



який викликає стагнацію розвитку [95, с. 81]. Така постановка питання і введення визначення в обіг має значне наукове значення, враховуючи сучасний стан справ в Україні, це значення також і практичне. Менш вважав, що економічний розвиток є прогресією від одного технологічного застою до іншого. Внаслідок появи фундаментальних інновацій створюються нові компанії, пов'язуються процеси їх розвитку. Виробництво нових товарів на початковому етапі зазвичай відстає від попиту на продукт, що призводить до високих темпів зростання протягом періоду. Менше пов'язано з циклічним характером економіки та фазами розвитку нових компаній. Він згадав момент, коли виробництво нових товарів перевищує попит на них. З цього моменту компанії почали шукати шляхи виходу з ринку, норма прибутку знизилася, і грошей на інвестиції стало менше. Столиці відвідують фінансові установи. рано чи пізно фінансові операції, які є спекулятивними, стають значними, а норма прибутку в монетарній сфері нижча за норму прибутку в інших галузях.

Це означає, за словами Епштейна М., що фінансова сфера готова до інвестицій у реальний світ [95, с. 82]. Це має велике значення для української юридичної практики. Очевидно, що економічна система України не готова до інвестицій, середня прибутковість фінансових операцій вище середньої прибутковості інвестицій.

Багато визначень концепції Епштейна були переглянуті та розширені іншими авторами. Зокрема, вітчизняний економіст Шейка І.О. розкриває концепцію кластерів інновацій у період депресії. Вона вважає, що кластери продуктових інновацій переважно формуються в період депресії, а інноваційні процеси – в період довгохвильового зростання [91, с. 14].

Враховуючи зазначене, класи можливих інновацій можна об'єднати в єдину класифікацію (рис. 1.2).

Ця класифікація інновацій дає змогу визначити суб'єкта інноваційного підприємництва шляхом анкетування та сертифікації, дана класифікація визначає первинні характеристики кожного кластеру та первинних груп осіб, залучених до інноваційного підприємництва.

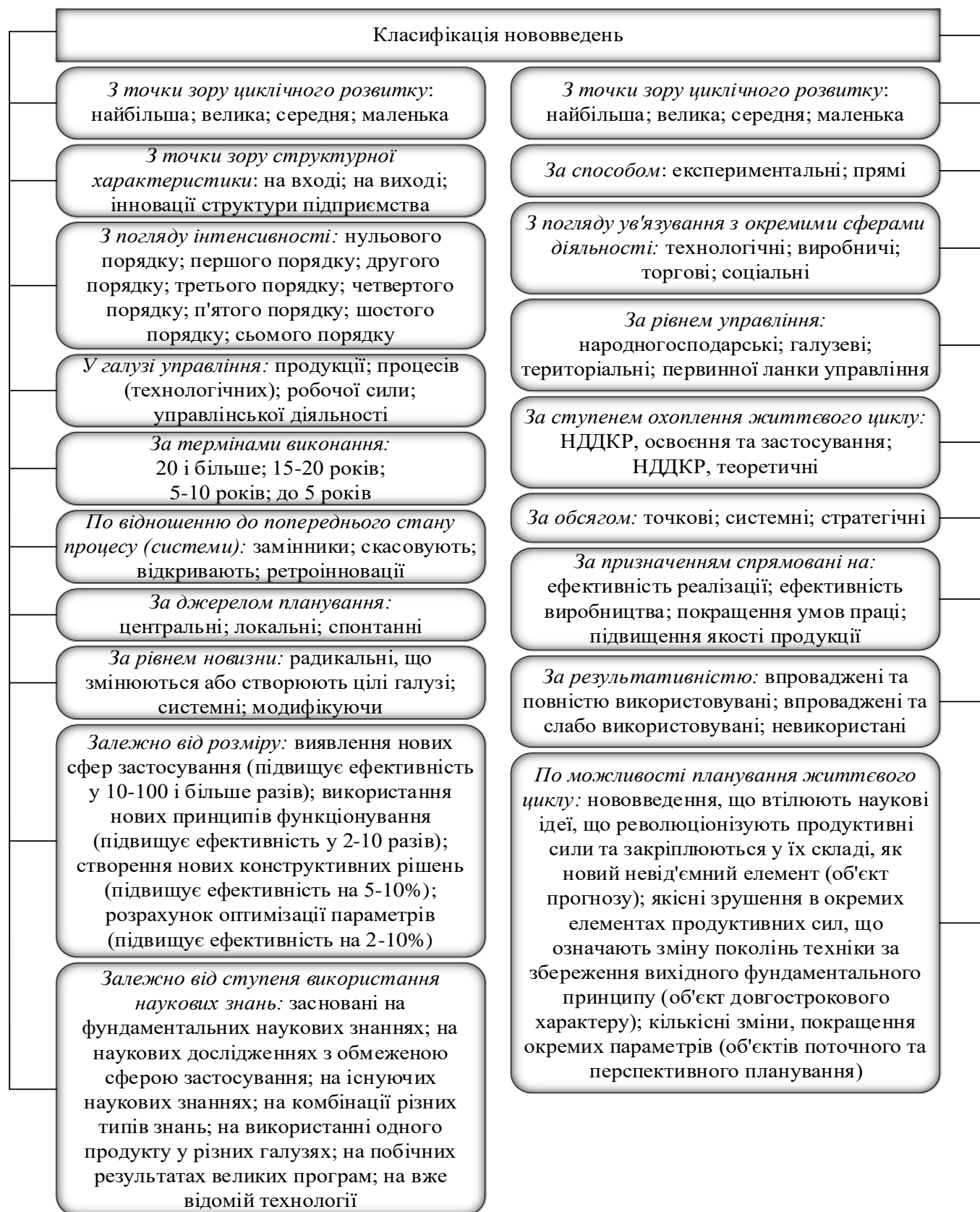


Рисунок 1.2 – Класифікація інновацій за ознаками  
(складено автором на основі 3, 15, 49)

Значний компонент теорії управління інноваціями присвячений концепціям, які досліджують створення технологічних систем і методів поширення інновацій. Ці ідеї висуваються багатьма вченими, зокрема англійськими економістами Твіссом Б. [80], Прусом К. [70] та Друкером П. [31]. Вони популяризували ідею технологічної системи з кількома пов'язаними технічними та соціальними інноваціями. Автори вважають, що швидкість економічного зростання залежить від створення, розвитку та старіння технологічних систем. Дифузія вважається механізмом поширення технологічної системи. Швидкість поширення інновацій автори пов'язують з ринковим механізмом. Вони визнають, що передача інновацій вимагає відповідних умов і стимулу. Каталізатором економічного розвитку є поява фундаментальних інновацій у різних галузях виробництва (схожу концепцію використовує Епштейн).

В даний час також існують різні методики проведення даного виду аналізу. Деякі методи зосереджені на оцінці внутрішніх економічних факторів, вони сприяють впровадженню інновацій, інші розглядають аналіз інноваційної діяльності з точки зору споживача, третій підхід - з точки зору інвестицій, четвертий підхід - з точки зору споживача. з точки зору витрат, а п'ятий підхід - з точки зору ризику.

Єдине формальне визначення слова «інновація» дозволить оцінити її значення та прогрес у конкурентоспроможному соціально-економічному розвитку країни.

## 1.2. Методичний підхід до оцінки рівня інноваційного розвитку підприємства

Одним з основних видів економічної науки є економічна ефективність, підвищення цієї науки має вирішальне значення для соціально-економічного розвитку України.

Сьогодні на суб'єктів господарювання впливає ціла низка різних факторів, найважливішим з яких є інноваційна поведінка компанії, або ступінь її інноваційності.

Своєчасне впровадження нових ідей на підприємстві часто є вагомим чинником успіху, інноваційний підхід до реалізації стратегії підприємства можна вважати каталізатором підвищення ефективності виробництва результатів та господарської діяльності. У цьому контексті особливо привабливою є класифікація консалтингової компанії, яка включає 10 різних типів інновацій:

- ✓ бізнес-модель - спосіб отримання прибутку;
- ✓ мережі та альянси - об'єднання зусиль з іншими компаніями для отримання взаємної вигоди;
- ✓ стимулювання виробничого процесу - спосіб підтримки трудового процесу та стимулювання співробітників;
- ✓ ключові процеси - спосіб створення та підвищення цінності своїх пропозицій;
- ✓ представлення продукту - спосіб представлення ключових продуктів;
- ✓ комплекс продуктів - спосіб інтеграції різних продуктів;
- ✓ послуги - передпродажне та післяпродажне обслуговування споживачів;
- ✓ канали поширення - спосіб доведення товарів до ринку;
- ✓ бренд - позиціонування товарів;
- ✓ відчуття споживачів - почуття споживачів при придбанні та використанні продукції.

Про інноваційний розвиток суб'єкта господарювання вигідно говорити лише в тому випадку, якщо він перебуває у сфері діяльності, що сприймає нові ідеї та має позитивний результат від реалізації процесу інновацій.

За наявними даними, наразі лише 10% підприємств в Україні вважаються інноваційно активними, найбільша активність відзначається в нафтогазовому секторі, в якому інноваційно активним є кожне третє підприємство [55, с. 273]. У результаті оцінку ступеня інноваційності підприємства необхідно проводити в певному порядку (поетапно), який включає: оцінку інноваційного потенціалу галузі, оцінку

інноваційного потенціалу підприємства. підприємств галузі, оцінка рівня інноваційної діяльності та визначення типу інноваційної стратегії підприємства (рис.1.3).

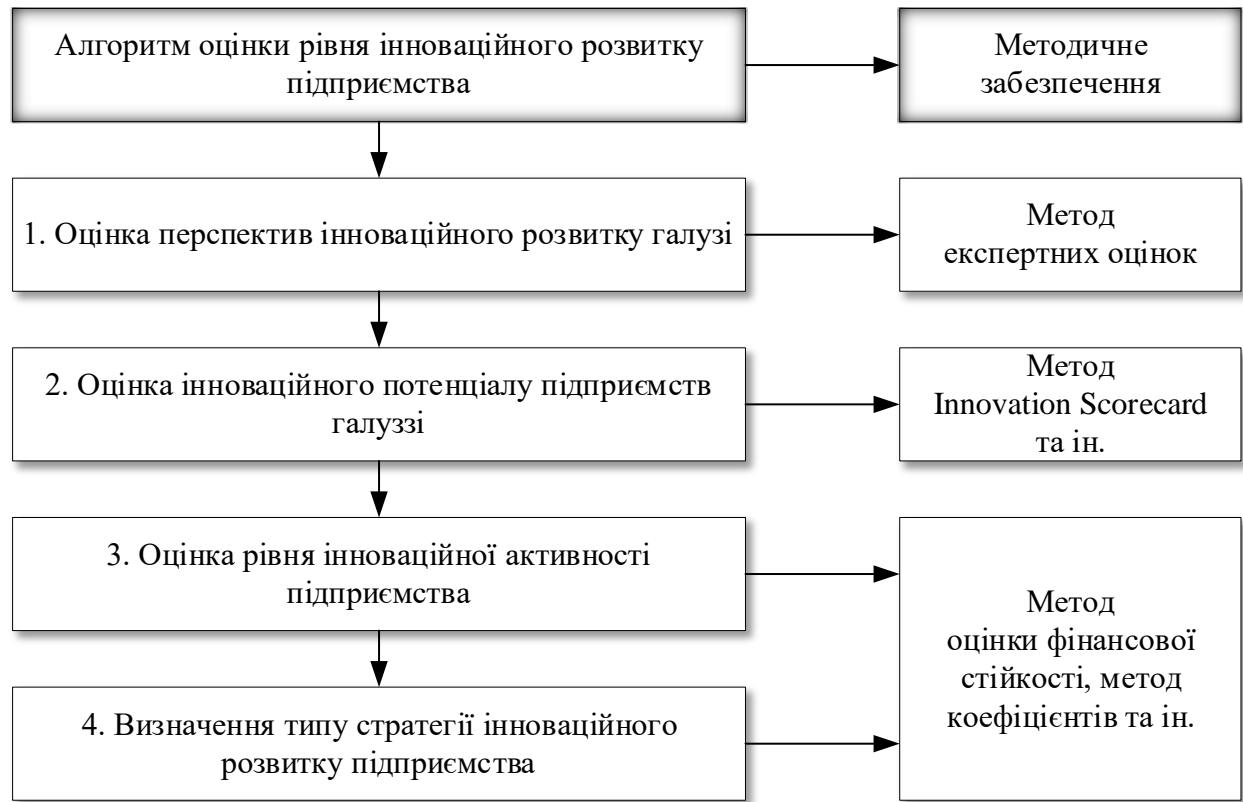


Рисунок 1.3 – Алгоритм оцінки рівня інноваційного розвитку підприємства (складено автором на основі 22, 69)

Для кожного етапу оцінювання використовуються ефективні методи. Наприклад, оцінка потенціалу інноваційного розвитку галузі проводиться методом Дельфі; для оцінки інноваційного потенціалу використовується метод Innovation Scorecard тощо; з метою визначення ступеня інноваційної активності, метод оцінки фінансової стійкості, метод коефіцієнтів і т. п. Без урахування аспектів експертної оцінки потенціалу інноваційного розвитку галузей і діяльності економіки України (етап 1), розглянемо наступні етапи згідно запропонованої процедури.

Уявлення про інноваційний потенціал підприємства можна вивести з таких позицій: ступінь готовності підприємства до інноваційних змін у стратегії (міра готовності до виконання завдань, які призведуть до досягнення бажаної мети);

ресурсність підприємства (сукупність усіх видів ресурсів, які можуть бути використані в інноваційних процесах). До складу інноваційної спроможності підприємства входять три взаємопов'язані компоненти (рис. 1.4).

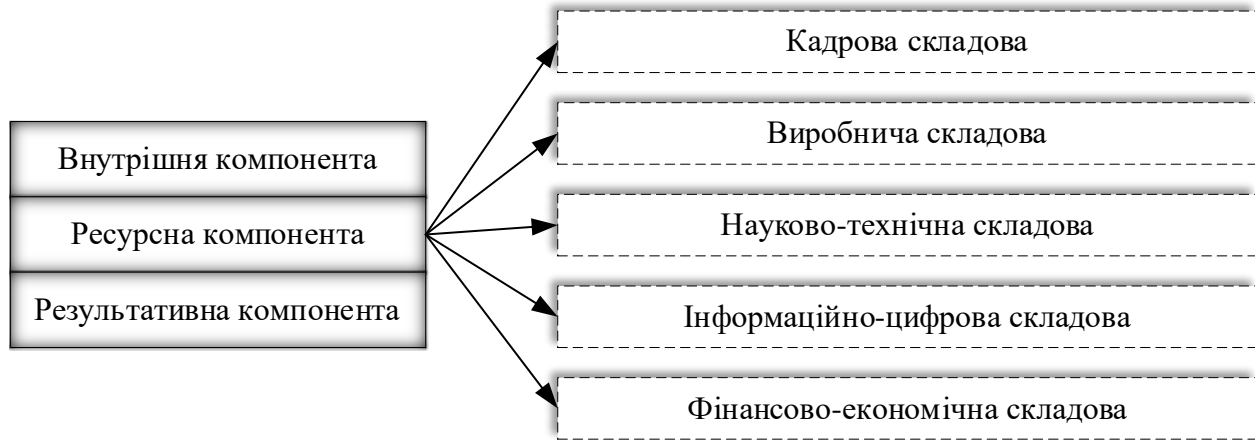


Рисунок 1.4 - Структура інноваційного потенціалу підприємства  
(складено автором на основі 10, 73)

У результаті запропоноване визначення інноваційного потенціалу полягає в тому, що це одинична характеристика, яка описує забезпеченість підприємства кадровими, виробничими, науково-технічними, інформаційно-цифровими та фінансово-економічними ресурсами. Усі ці ресурси безпосередньо пов'язані з концепцією інновацій, і їх використання впливає на конкурентоспроможність компанії щодо її інноваційного розвитку. На покращення інноваційної активності та збільшення рівня інноваційного розвитку підприємства впливають фактори, наведені на рисунку 1.5.

Класифікація факторів, наведених тут, дозволяє визначити найбільші внески в рівень інноваційного розвитку. Ми вважаємо, що це перші два класи факторів (технологічні, наукові та освітні), які всі включені в технологічні інновації.

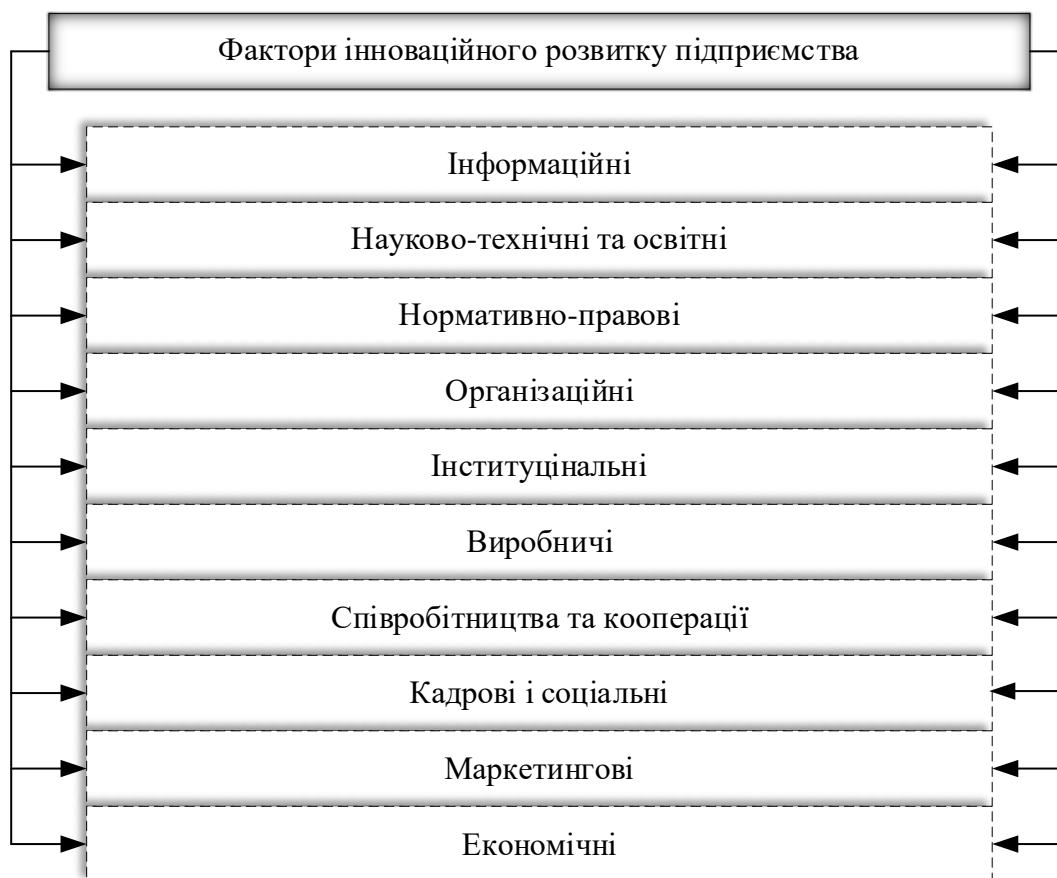


Рисунок 1.5 – Фактори, які впливають на рівень інноваційного розвитку підприємства

(складено автором на основі 41)

В даний час лідерами інноваційної діяльності в Україні в основному є промислове виробництво і сфера послуг, частка організацій, що проводять технологічні інновації, в загальній кількості організацій становить 9,5%, при цьому 7,1% з них складають сфери послуг. - специфічні інновації. За питомою вагою інноваційних товарів і послуг у загальному обсязі відвантажених товарів (виконаних робіт, послуг) сфера послуг переважає промислове виробництво більш ніж на 2:14,5%, або на 14,5% від загального обсягу відвантажених товарів (таблиця 1.2).

Однак питома вага технологічних інновацій у загальній кількості організацій в Україні (8,7%) істотно нижче, ніж у країнах ЄС, так само як і питома вага нової продукції для ринку в загальному обсязі промислового виробництва (0,7%). В таблиці

1.3 наведені показники інноваційної активності в Україні в 2021 році. Для оцінки інноваційної активності суб'єктів господарювання використовуються різні підходи, які передбачають вимірювання відповідних показників.

Таблиця 1.2 – Показник інноваційної активності в Україні в 2021 році

Показник інноваційної активності	Промисловість	Сфера послуг	Сільське господарство	Будівництво
Частка організацій, які здійснюють технологічні інновації, %	9,1	6,1	2,8	0,9
Обсяг та інтенсивність вкладень в інновації, %	1,5	9,8	0,85	0,15
Обсяг та частка інноваційних товарів, %	6,2	13,9	1,6	0,1

Таблиця 1.3 - Порівняння країн за показником активності інноваційної діяльності

Країна	Показник	
	Обсяг та інтенсивність вкладень в інновації	Обсяг та частка інноваційних товарів
Швеція	49,0	20,6
Італія	42,1	29,1
Німеччина	58,2	8,9
Україна	8,7	0,6

Як засіб вимірювання інноваційної діяльності підприємства передбачається використовувати такі показники: якість інноваційної стратегії та інноваційної цілі; ступінь їх використання; ступінь залучених інвестицій; методи та правила впровадження інноваційних змін; узгодженість реакції підприємства на характер конкурентної ситуації; швидкість розробки та реалізації стратегії. діяльність.

У дослідженнях [12; 89], що оцінюють ступінь інноваційності організації, запропонована методологія розрахунку «індексу інноваційності» на основі коефіцієнта R&D ( $k_1$ ), коефіцієнта інноваційної активності ( $k_2$ ) та коефіцієнта рентабельності інноваційної діяльності ( $k_3$ ) за формулою (1.1):

$$I_i = \alpha_1 k_1 + \alpha_2 k_2 + \alpha_3 k_3 \quad (1.1)$$



Для визначення ступеня інноваційності організації іноземні компанії зазвичай використовують метод «Innovation Scorecard», який є кількісним підходом до визначення компонентів організації, які впливають на розвиток інновацій. Приклад розрахунку показників Innovation Scorecard наведено в таблиці 1.4.

Таблиця 1.4 – Система інноваційних показників

Інноваційний показник	Вага фактору	Вага показника	Загальна	Інноваційність підприємства
Інноваційний процес	0,91	0,24	0,27	0,635
Інноваційна стратегія	0,38	0,21	0,075	
Забезпеченість ресурсами	0,22	0,12	0,021	
Інноваційна структура	0,58	0,26	0,140	
Інноваційна культура	0,83	0,17	0,160	

Метою оцінки інноваційного розвитку через SIP є визначення інноваційних здібностей компанії. За допомогою цього методу можна оцінити «інноваційність» різних компаній. Підсумкова оцінка SIP – це числовий рейтинг (або рейтинг), який описує потенціал для інновацій на підприємстві. Розглянута методика оцінки інноваційного потенціалу дозволяє якісно описати ситуацію в конкретний момент у сфері інноваційних можливостей підприємства.

Інноваційні здібності підприємства нерозривно пов'язані з його здатністю забезпечувати виробничий процес, що виявляється через аналіз фінансової стійкості. Цей метод передбачає розмежування потенціалу для інновацій на підприємстві, який є лідером, і який є послідовником.

Слід визнати обмеженість методу оцінки інноваційного потенціалу через індикатори фінансової стійкості, у цих індикаторах відсутні інші складові потенціалу інновацій (особистісна, науково-технічна, інформаційна та цифрова). Зрештою, може виникнути ситуація, коли фінансова організація готова впроваджувати нові ідеї, але її персонал не має необхідних навичок або мотивації.

Автоматизація повсякденних завдань, аналіз даних у багатьох дисциплінах, здатність швидко реагувати на аварії та надзвичайні ситуації, дистанційне керування

споживанням енергії та автоматичне розповсюдження інформації іншим є прикладами переваг, сприяють підвищенню ефективності роботи, зменшують витрати, гарантують високий рівень комфорту мешканців.

Розглянемо показники інноваційної активності та оцінімо метод коефіцієнтів ефективності.

#### 1. Коефіцієнт пропозиції інтелектуальної власності.

Цей коефіцієнт визначається, якщо компанія має активи інтелектуальної власності, а також права на них (у формі патентів, ліцензій, сертифікатів на створення натхнення, програмне забезпечення, торгові марки тощо), які є важливими для успішного розвитку підприємства. Відсоток коефіцієнта інтелектуальної власності визначається за такою формулою 1.2:

$$K_{IPU} = \frac{IPU}{FA}, \quad (1.2)$$

де IPU – на власність, грн.;

FA – інші необоротні активи підприємства, грн.

#### 2. Відсоток людей, зайнятих у дослідженнях і розробках.

Коефіцієнт визначається шляхом ділення кількості працівників, залучених до НДДКР, на загальну чисельність працівників компанії. Це призводить до розрахунку за формулою 1.3.

$$K_{RDE} = \frac{RDE}{E}, \quad (1.3)$$

де RDE – чисельність працівників, ос.;

E – загальна кількість працівників, ос.

#### 3. Коефіцієнт власності на дослідження та розробки.

Цей коефіцієнт розраховує науково-технічні, дослідницькі та матеріальні активи корпорації в порівнянні з іншими активами (включаючи активи за контрактом або орендою, обладнання, транспортні засоби, що належать корпорації) за формулою 1.4:

$$K_{ERE} = \frac{ERE}{PE}, \quad (1.4)$$

де ERE – вартість обладнання, тис. грн.;

PE – вартість обладнання промислового призначення тис. грн.

4. Ступінь оволодіння технологією вимірюється коефіцієнтом цієї технології. Цей коефіцієнт вказує на здатність компанії зрозуміти нове технічне обладнання та розрахувати його за такою формулою 1.5:

$$K_{NT} = \frac{FA_N}{\overline{FA}} \quad (1.5)$$

де  $FA_N$  - вартість введених основних засобів, тис. грн.;

$\overline{FA}$  – середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.

5. Коефіцієнт впровадження нового продукту - це міра компанії, в якій новий продукт або функція є інноваційними або вдосконаленими. У розрахунках враховується загальний дохід від продажу всіх нових товарів або вдосконалених продуктів (послуг) протягом року (формула 1.6).

$$K_{NPM} = \frac{NS_{NIP}}{NS}, \quad (1.6)$$

де  $NS_{NIP}$  – виручка від реалізації нового товару, тис. грн.;

$NS$  – загальна виручка від реалізації, тис. грн.

6. Ступінь інноваційності країни. Цей коефіцієнт є одним з найбільш значущих калькуляторів, він використовується для оцінки схильності компанії до підтримки технологічного зростання та розвитку виробництва. Витрати інвестиційних проектів складаються з витрат на дослідження та розробку нового продукту, навчання та перепідготовку проектного персоналу з метою впровадження нового продукту (формула 1.7).

$$K_{IG} = \frac{G_{RP}}{OI}, \quad (1.7)$$

де  $G_{RP}$  – вартість інвестиційних проектів, які фінансуються за рахунок власних коштів, тис. грн.;

$OI$  – загальна вартість інших інвестиційних витрат фірми, тис. грн.

В таблиці 1.5 наведені показники оцінки рівня інноваційної активності

Таблиця 1.5 – Оцінка рівня інноваційної активності

Показник	Нормативне значення
Коефіцієнт забезпеченості інтелектуальної власності	> 0,1-0,5 – стратегія лідера; < 0,05-0,09 – стратегія послідовника
Коефіцієнт персоналу, зайнятого науково-дослідної роботою	> 0,2-0,25 – стратегія лідера; < 0,15-0,19 – стратегія послідовника
Коефіцієнт майна, який належить НІОКР	> 0,25-0,30 – стратегія лідера; < 0,2-0,24 – стратегія послідовника
Коефіцієнт освоєння нової техніки	> 0,35-0,4 – стратегія лідера; < 0,3-0,34 – стратегія послідовника
Коефіцієнт впровадження нової продукції	> 0,45-0,5 – стратегія лідера; < 0,4-0,44 – стратегія послідовника
Коефіцієнт інноваційного зростання	> 0,55-0,6 – стратегія лідера; < 0,5-0,54 – стратегія послідовника

Ефективність інноваційного процесу та процесу цифровізації як необхідних для економічної трансформації слід розглядати з точки зору менеджменту, тобто як наслідок якості прийнятих і реалізованих керівництвом рішень.

Галузеве вимірювання ефективності управління передбачає оцінку економічної ефективності як запланованих заходів, так і проектів (інноваційних проектів, технологічних проектів). Основою інноваційної економіки є інформація, а також простір і можливості. Інтернет-мережі, інформаційні системи для бізнесу. У цьому контексті зростає важливість удосконалення методів оцінки економічної ефективності IT-проектів.

Найбільш ефективними для розробки підходів до оцінки економічної ефективності інноваційних проектів є багатокритеріальний, опціональний (метод реальних варіантів) та нечіткий підходи.

Ступінь, в якому інноваційний розвиток бізнесу залежить від його інноваційної діяльності, і стан цифрової економіки в цілому можна розглядати як ознаку готовності бізнесу до цифрової трансформації.

Значущість інноваційної діяльності суб'єктів господарювання визначається необхідністю цієї діяльності для підвищення конкурентоспроможності компаній. У контексті інноваційної економіки компанії, які не орієнтовані на інновації,

вважаються нежиттєздатними, оскільки вони не відповідають сучасним вимогам ринку та не можуть успішно конкурувати.

Своєчасне впровадження інновацій на підприємстві часто має вирішальне значення для успіху, а інноваційний підхід до реалізації стратегії підприємства має вирішальне значення для підвищення ефективності виробничих результатів і запобігання відмирання підприємства в умовах сучасних системних змін, викликів і погрози.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «БУДКОМ»

#### 2.1. Техніко-економічна характеристика підприємства

Організаційно-правова форма ТОВ «БудКом» - товариство з обмеженою відповідальністю. Діє згідно Свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи № 017727330.

Юридична адреса: вул. Яблучна б. 17а, м. Одеса, Одеська область.

Компанія була заснована в 1995 році професійними будівельниками та фахівцями в галузі будівельної хімії. Мета - впровадження в українську будівельну галузь прогресивних матеріалів для будівництва, ремонту та реставрації будівель і споруд. Матеріал під торговою назвою GLIMS (суха будівельна суміш, модифікована полімерами та добавками) є власною оригінальною розробкою і виготовляється з кращої вітчизняної сировини та імпортованих модифікаторів від провідних іноземних виробників Німеччини та Швеції.

Сьогодні різноманіття найменувань налічує понад 50 різних матеріалів - це шпаклівка, штукатурка, клей для плитки, затирка для швів, підлога наливна та в т.ч. гідроізоляційні матеріали поділяються на три великі категорії: промислові, гідроізоляційні підкладки, ґрунтовки та матеріали спеціального призначення. Найважливішим, унікальним атрибутом продукції GLIMS є більша сумісність із кліматичними та екологічними умовами України. Вибравши бренд GLIMS, ви можете виправити пошкодження від початку до кінця.

Корпорація - це комерційна діяльність. Основною метою діяльності є отримання прибутку. Як юридична особа підприємство може вести оперативний, фінансовий і

статистичний облік, складати звітність згідно з протоколом, встановленим чинним українським законодавством. ТОВ «БудКом» працює на ринку України з 2016 року.

Молода компанія, яка розвивається, об'єднала фахівців з великим досвідом у виробництві та збуті сухих будівельних матеріалів і полімерних рідин. Керівництво компанії завжди стежить за підвищенням кваліфікації співробітників підприємства.

Ця організація має лінійну та функціональну структуру. Мовляв, у «БудКом» усі відділи та спеціалісти безпосередньо залежать від генерального директора, який визначає їхні обов'язки. Функціональна лінійна структура проілюстрована на рисунку 2.1.

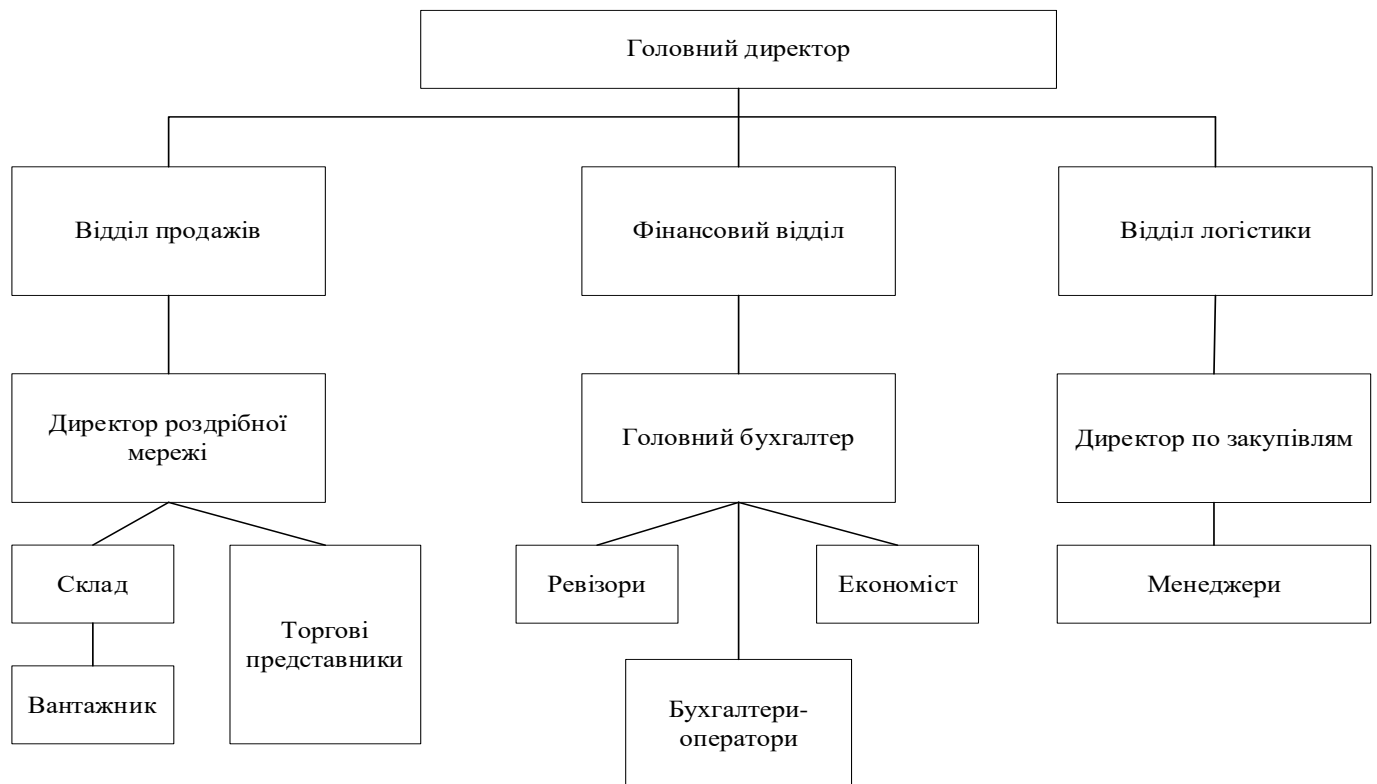


Рисунок 2.1 – Структура управління ТОВ «БудКом»  
(складено автором самостійно)

Вища керівна роль компанії - директор, який призначає менеджерів з продажу, технічної підтримки, сервісу та логістики, бухгалтерії, маркетингу та інших осіб для роботи над рекламними матеріалами, вивченням конкуренції, пошуком найбільш вигідних постачальників, вивченням попиту на новинки, і так далі), власники

продукту. Підтримується постійний зв'язок між усіма відділами та керівниками компанії.

Управління персоналом в ТОВ «БудКом» має найбільший ступінь організаційних повноважень і є найпотужнішим у професійних сферах. У результаті вони беруть на себе численні обов'язки, пов'язані з управлінням персоналом і підтримкою типових умов праці. Наприклад, як: соціально-психологічна система діагностики; ця система аналізує та регулює взаємодію між групами та окремими особами, а також відносини між керівниками та їх підлеглими; управління виробничими та соціальними конфліктами, а також безпека управління персоналом; працевлаштування кандидатів на вакантні посади, а також управління їх власниками; аналіз їх можливостей і потреби в робочій силі; управління їх власниками; планування та нагляд за їх кар'єрою; соціально-психологічні адаптації працівників, а також їх трудова мотивація.

Права та обов'язки випливають із вимоги виконувати побажання клієнта за допомогою можливостей і ресурсів, швидких рішень, демонстрованих потребою задовольнити споживача. Це похідне від жорсткої, лінійної, управлінської структури. Особою, відповідальною за прийняття рішень щодо управління, є вище керівництво. Підрозділи - це функціональні зв'язки, кожен з яких використовує свою унікальну технологію. Всі вони мають спільну мету - задовольнити бажання покупця.

Фінансовий відділ несе відповідальність за єдиний фінансовий облік корпорації (доходи, витрати, операції протягом денного обліку тощо). склад: головний бухгалтер, бухгалтер, економіст, ревізор.

Головний бухгалтер веде бухгалтерський облік, веде статистичну звітність відповідно до чинного законодавства.

Крім того, він виконує функції фінансового менеджера підприємства, надаючи фінансову інформацію.

Аналіз фінансової звітності компанії передбачає потенціал для покращення, формування бюджету тощо.



Аудитор перевіряє товарно-матеріальні цінності в складських приміщеннях.

Завданням відділу логістики є формування зв'язків з підприємствами-постачальниками товарів, оцінка необхідної кількості часу та ресурсів, необхідних для транспортування, а також розвиток відносин.

Відділ збуту відповідає за управління запасами, виконання планів транспортування та управління складськими площами. Відповідальність за замовлення та поставку товару несуть менеджери.

Якщо дослідити систему управління, то можна стверджувати, що ТОВ «БудКом» має позитивний стиль управління, незважаючи на деякі недоліки.

Переважні характеристики:

- ✓ широка підготовка рішень і планів, що стосуються спеціалізації співробітників;

- ✓ високий потенціал координації діяльності;

- ✓ більш глибокого аналізу генеральний директор не проводить.

Недолік:

- ✓ немає прямого зв'язку або взаємодії на горизонтальному рівні;

- ✓ відповідальність неоднозначна, оскільки особа, яка приймає рішення, не бере участі в його реалізації. Таким чином, особиста відповідальність за кінцевий результат зменшується;

- ✓ високорозвинені вертикальні системи взаємодії, а саме: прагнення до більшої централізації з боку керівництва, відсутність субординації;

- ✓ спотворення межі між відповідальністю та компетенцією.

Обговоримо грошово-економічний стан ТОВ «БудКом» протягом 2021-2023 років.

Результати документально підтверджені у фінансовій звітності об'єднання - № 1 «Баланс» та Звіт про фінансові результати «Фінансові звіти» (додатки Б та В).

Для визначення ефективності виробничої діяльності необхідно проаналізувати чистий дохід від реалізації, собівартість продукції та прибуток (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1 – Аналіз чистого доходу, собівартості та прибутку ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр., тис. грн.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
	2021	2022	2023	2022-2021	2023-2022	2022/2021	2023/2022
Чистий дохід від реалізації продукції	18700	20020	23650	1320	3630	7,06	18,13
Собівартість реалізованої продукції	1639	1650	2090	11	440	0,67	26,67
Валовий прибуток	16869	18018	21247	1149	3229	6,81	17,92
Чистий прибуток	880	990	1210	110	220	12,50	22,22
Витрати на 1 грн. товарної продукції	0,09	0,08	0,09	-0,01	0,01	-5,97	7,22

Отримані результати свідчать про те, що загальний дохід від реалізації продукції у 2022 році зріс на 1320 тис. грн або на 7,06%, а у 2023 році відбувся приріст на 3630 тис. грн., або на 18,13%, що приблизно відповідає динаміці доходів, але протягом аналізованого періоду спостерігається тенденція до зменшення.

Показник собівартості також має постійну динаміку зростання: у 2022 році цей показник збільшився на 11 тис. грн або на 0,67%, а от в 2023 році цей показник вже маж 26,67% зростання і становив 2090 тис. грн. Показники валового прибутку та чистого прибутку протягом всього періоду спостереження зростають. Валовий прибуток зріс на 6,81% у 2022 році (+1149 тис. грн.), а у 2023 році – 17,92% (+3229 тис. грн.). В 2022 році чистий прибуток досяг значення в 990 тис. грн., тобто збільшився на 12,5% в порівнянні з 2021 роком, а в 2023 році цей показник збільшився ще на 22,22% та становив 1210 тис. грн. У зв'язку із зменшенням частки витрат в 2022 році показник витрат на 1 грн. товарної продукції зменшився на 5,97 грн., а в 2023 році навпаки, відбулося зростання цього показника на 7,22%.

Основні результати розрахунків, наведених в таблиці 2.1. проілюстровано на рисунках 2.2 та 2.3.

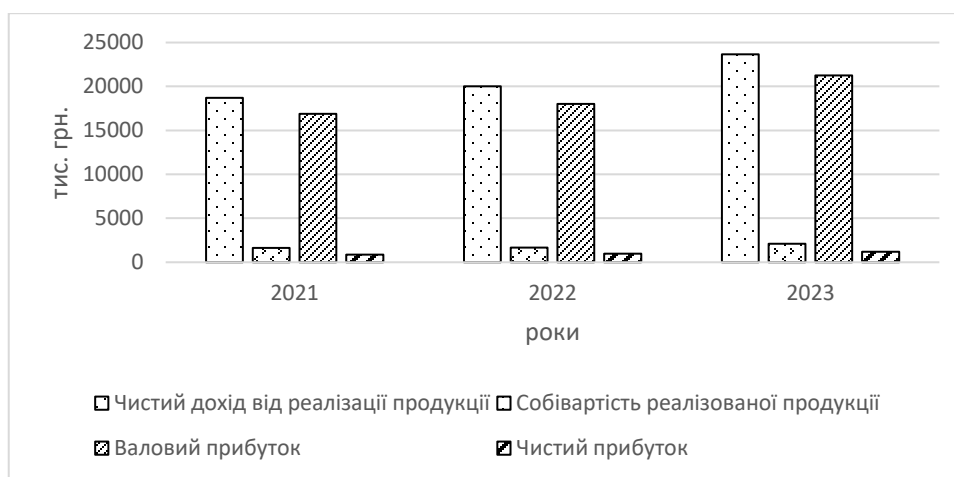


Рисунок 2.2. Динаміка зміни фінансових показників ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр.  
(розраховано автором самостійно)

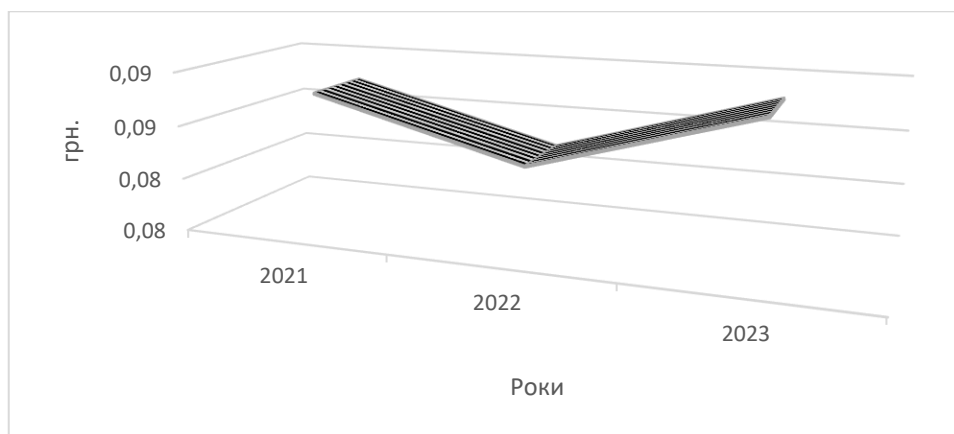


Рисунок 2.2. Динаміка зміни витрат на 1 грн. товарної продукції  
ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр.  
(розраховано автором самостійно)

Витрати є значущими показниками діяльності компанії, тому важливо досліджувати зміни в операційних витратах у таблиці компанії. 2.2 і 2.3.

Таблиця 2.2 – Аналіз зміни операційних витрат ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр., тис.грн.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
	2021	2022	2023	2022-2021	2023-2022	2022/2021	2023/2022
Матеріальні витрати	169	170	215	1	45	0,59	26,47

Витрати на оплату праці	134	135	171	1	36	0,75	26,67
Відрахування на соціальні заходи	27	27	34	0	7	0,00	25,93
Амортизація	20	20	25	0	5	0,00	25,00
Інші операційні витрати	233	234	297	1	63	0,43	26,92
Разом	582	586	742	4	156	0,69	26,62

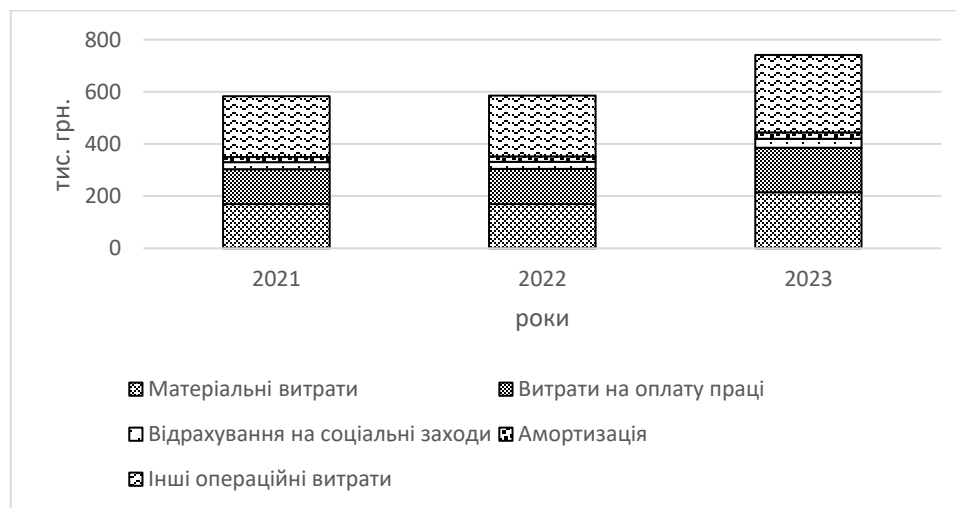


Рисунок 2.3 Динаміка зміни операційних витрат ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр.  
(розраховано автором самостійно)

Загальна сума операційних витрат зросла на 4 тис. грн в 2022 році в порівнянні з 2021 роком. За 2022-2023 роки операційні витрати зросли на 26,62%, що складає 156 тис. грн. Із загальної суми операційних витрат всі елементи мають виключно динаміку до зростання, так в 2022 році в порівнянні з 2021 роком: матеріальні витрати на 0,56% або 1 тис., витрати на оплату праці зросли на 0,75% та інші витрати зросли на 0,43% або на 1 тис. В 2023 році в порівнянні з попереднім роком всі складові операційних витрат також демонструє ріст за всіма елементами: матеріальні витрати зросли на 26,47% або на 37075 тис., витрати на оплату праці зросли на 5,51% або на 45 тис., відрахування на соціальні заходи зросли на 26,67% або на 36 тис. грн.; амортизаційні відрахування – на 25% або на 5 тис. грн.; інші операційні витрати – на 26,92% або на 63 тис. грн.

В таблиці 2.3 наведена структура операційних витрат ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр.

Таблиця 2.3 – Структура операційних витрат ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр.

Показник	2021 р.		2022 р.		2023 р.	
	Сума, тис. грн.	Питома вага, %	Сума, тис. грн.	Питома вага, %	Сума, тис. грн.	Питома вага, %
Матеріальні витрати	169	29,04	170	29,01	215	28,98
Витрати на оплату праці	134	23,02	135	23,04	171	23,05
Відрахування на соціальні заходи	27	4,64	27	4,61	34	4,58
Амортизація	20	3,44	20	3,41	25	3,37
Інші операційні витрати	233	39,86	234	39,93	297	40,03
Разом	582	100,00	586	100	742	100

Більша питома вага витрат на оплату праці у 2023 році порівняно з 2022 роком становить 23,05%, що свідчить про використання підприємством резервів підвищення продуктивності та ефективності в системі оплати праці.

Зменшення питомої ваги відрахувань на амортизацію на 0,07 відсотка у 2023 році порівняно з 2021 роком свідчить про відсутність оновлення основних засобів.

Зростання інших операційних витрат у 2023 році порівняно з 2021 роком склало 0,17 відсотка. Це пов'язано зі зростанням цін та негативним впливом інфляції на виробництво підприємства.

Одним з найважливіших активів компанії є її персонал. У таблиці 2.4 показано збільшення чисельності працівників підприємства, зростання їх заробітної плати та продуктивності праці за розглянутий час.

В таблиці 2.4 наведено аналіз чисельності персоналу, оплата праці та продуктивність праці персоналу ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр.

Таблиця 2.4 – Аналіз трудових показників ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
	2021	2022	2023	2022-2021	2023-2022	2022/2021	2023/2022
Чисельність працівників, ос.	63	59	57	-4	-2	-6,35	-3,39
Фонд оплати праці, тис. грн.	17050,82	17053,60	18352,40	2,772	1298,81	0,02	7,62

Середньомісячна заробітна плата, тис. грн.	22554	24087	26831	1533	2744	6,80	11,39
Продуктивність праці, тис. грн./ос.	296,83	339,32	414,91	42,50	75,59	14,32	22,28

Отримані результати свідчать про те, що чисельність працівників за весь період зменшилась у 2022 році до 59 осіб, що на 6,35% менше, ніж у 2021 році, у 2023 році становила 57 особи, що на 3,39% менше, ніж у 2022 році. Розмір заробітної плати у 2022 році зросла на 1533 грн. або на 6,8%, а в 2023 році це зростання склало 11,39% або +2744 грн. Таке підвищення зумовлене підвищенням тарифних ставок і посадових окладів, пов'язаних із підвищенням мінімальної заробітної плати, а також виплатою премій і винагород. Крім того, продуктивність праці у 2022 році зросла на 75,59 тис. грн./ос. або на 14,32%, а у 2023 році - на 75,59 тис. грн./ос. або на 22,28%, зростання зумовлено тим, що у 2023 році працівники більше часу проводили на роботах з повною зайнятістю.

Оцінюючи ефективність конкретної інвестиції в основний капітал, ми будемо оцінювати основні показники: рентабельність капіталу, фондомісткість, фондоозброєність та рентабельність активів. Вихідні дані, які аналізуються, та розраховуються будуть представлені у вигляді таблиці. 2.5.

Таблиця 2.5 – Розрахунок показників ефективності використання основних засобів ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
	2021	2022	2023	2022-2021	2023-2022	2022/2021	2023/2022
Вартість товарної продукції, тис. грн.	18700	20020	23650	1320	3630	7,06	18,13
Прибуток від реалізації продукції, тис. грн.	14344	14981	17887	637	2906	4,44	19,40
Середньорічна вартість ОЗ, тис. грн.	32351	38238,2	46354	5887,2	8115,8	18,20	21,22
Чисельність персоналу, ос.	63	59	57	-4	-2	-6,35	-3,39
Фондовіддача, грн./грн.	1,73	1,91	1,96	0,18	0,05	10,40	2,62
Фондомісткість, грн./грн.	0,58	0,52	0,51	-0,05	-0,01	-9,42	-2,55
Фондоозброєність, тис. грн./ос..	513,51	648,11	813,23	134,60	165,12	26,21	25,48
Рентабельність ОЗ, %	44,34	39,18	38,59	-5,16	-0,59		

На основі отриманих результатів можна зробити наступні твердження щодо динаміки основних показників діяльності. У 2022 році фондовіддача основних засобів зросла на 0,18 грн./грн. або на 10,4%, у 2023 році зростання продовжилось і склало 0,05 грн./грн. або на 2,62%. Цей тип повернення капіталу свідчить про те, наскільки підприємство ефективно використовує основні засоби.

Показник фондомісткості у 2021 році становить 0,58 грн./грн. У 2022 році його вартість зменшилась на 0,05 грн./грн. або на 9,42% і становить 0,52 грн./грн. Фондомісткість у 2023 році порівняно з 2022 роком зменшилася на 0,01 грн./грн., або на 2,55%, і становить 0,51 грн./грн.

За розглянутий трирічний період значення фондоозброєності постійно зростає. У 2021 році цей показник становить 513,51 тис. грн. на одну особу. У 2022 році на одну особу вироблено 648,11 тис. грн. У 2023 році на одну особу виділили 813,23 тис. грн.

У 2021 році прибуток від реалізації продукції склав 14344 тис. грн., а в 2022 році вона зросла на 2906 тис. грн. і становила 14981 тис. грн. Це означає, що частина

прибутку підприємства, яка спрямовується на основні засоби, зменшується в середньому на 1,5 грн. За 2023 рік відсоток рентабельності зменшився на 0,59%, що має становити 38,59%.

Узагальнимо всі основні техніко-економічні показники діяльності ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр. в таблицю 2.6 (додаток Г).

При аналізі фінансового стану підприємства важливо оцінити ліквідність, життєздатність, фінансову стійкість, оцінку активів, ділову активність, фінансові результати та прибутковість (табл. 2.7 - 2.10).

Для розуміння ліквідності та фінансової життєздатності компанії необхідний баланс ліквідності та аналіз основних показників ліквідності та фінансової життєздатності.

Таблиця 2.7 – Аналіз показників ліквідності ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр.

Показник	Нормативне значення	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Відхилення	
					2022-2021	2023-2022
Коефіцієнт покриття	> 2	9,48	18,62	25,22	9,14	6,59
Коефіцієнт швидкої ліквідності	> 1	8,98	17,94	24,58	8,96	6,64
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	> 0,2	6,90	12,13	13,12	5,22	0,99
Частка оборотних коштів	-	0,56	0,60	0,62	0,04	0,02
Робочий капітал	Середньогалузеве	4147	4369	5199	222,00	830,00

Таблиця 2.7 за 2021 рік показує, що коефіцієнт покриття становить 9,48, що в межах нормативного значення, це вказує на те, що оборотний капітал є менш важливим для покриття боргу, ніж для покриття нормативного значення. У 2022 році значення показників становило 18,62, що більше за значення 2021 року на 9,14, а у 2023 році значення зросло на 6,59, але все одно значення відповідає нормативу. Коефіцієнт швидкої ліквідності у 2021 році становить 8,98, що є нормативним значенням, і це свідчить про можливість погашення поточної заборгованості підприємством грошовими коштами, а не очікуваним доходом (виручкою). У 2022 році його рейтинг підвищився на 8,96 пункту і тепер становив 17,94. У 2023 році



значення показника зросло до 24,58, але значення відповідають типовому значенню, тобто підприємство має потенціал для погашення поточних боргів.

Абсолютна сума ліквідності за цей період зросла з 6,9 до 12,13, а в 2023 році зросла до 13,12. Це те саме, що нормативне значення, і полегшує оплату поточних боргів. Відсоток оборотних коштів у загальних активах підприємства зріс з 0,56 у 2021 році до 0,62 у 2023 році, що є негативним показником ліквідності підприємства. Загальний обсяг оборотних коштів також збільшився з 4147 тис. грн. у 2021 році середня сума в гривнях становила 5199 тис. грн. у 2023 році. Рух показників ліквідності наведено на рисунку 2.4.

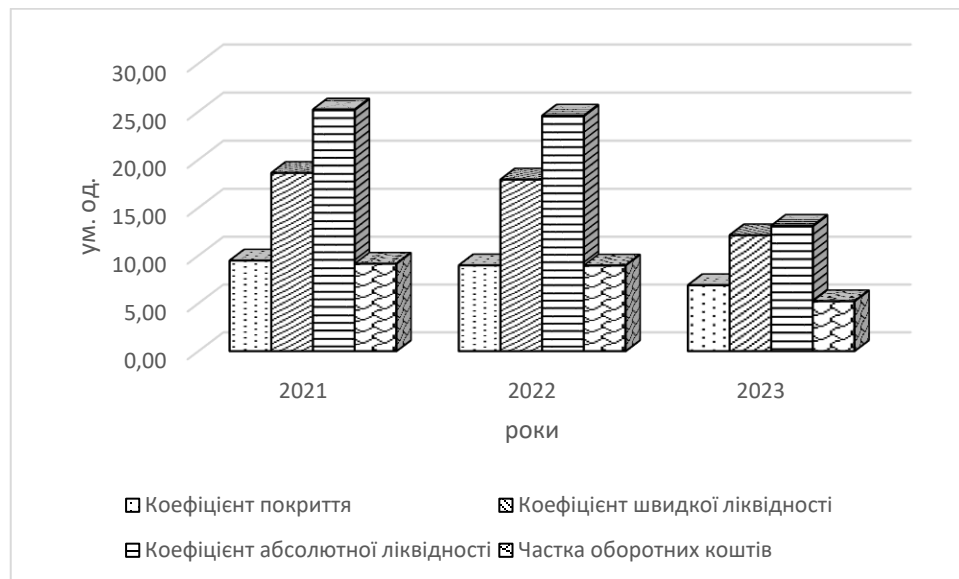


Рисунок 2.4 – Динаміка показників ліквідності ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр.  
(розраховано автором самостійно)

Під фінансовою стійкістю організації можна розуміти її довгострокову життєздатність і стан фінансової рівноваги між внутрішніми та зовнішніми джерелами фінансування. Фінансова стабільність компанії вказує на те, що ресурси, спрямовані на підприємницьку діяльність, повертаються як готівка, а не як прибуток, а отриманий дохід має забезпечити самодостатність компанії та відсутність зовнішнього фінансування.

В таблиці 2.8 наведені основні показники фінансової стійкості ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр.

Таблиця 2.8 – Показники фінансової стійкості ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр.

Показники	Нормати вне значення	Роки			Абсолютне відхилення	
		2021	2022	2023	2022- 2021	2023- 2022
Коефіцієнт автономії	> 0,5	0,65	0,69	0,71	0,04	0,02
Коефіцієнт фінансової залежності	< 2,0	0,86	0,82	0,80	-0,04	-0,02
Маневреність робочого капіталу	-	0,05	0,03	0,02	-0,02	-0,01
Коефіцієнт маневреності робочого капіталу	> 0,5	0,56	0,59	0,60	0,03	0,02
Коефіцієнт фінансової стійкості	> 1	6,62	13,32	12,89	6,71	-0,43
Коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу	Залежить від характеру у госп. діял.	0,08	0,05	0,05	-0,04	0,00
Коефіцієнт стійкості фінансування	0,8-0,9	0,71	0,73	0,74	0,02	0,01
Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	<0,5	0,08	0,04	0,04	-0,04	0,00
Коефіцієнт структури фінансування необоротних активів	< 1	0,10	0,06	0,11	-0,04	0,05
Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів	-	0,03	0,02	0,02	-0,02	0,01
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними коштами	>0,1	0,61	0,67	0,70	0,06	0,03
Коефіцієнт довгострокових зобов'язань	< 0,2	0,30	0,29	0,41	-0,02	0,13
Коефіцієнт фінансового левриджу	→min	0,08	0,04	0,05	-0,05	0,01
Коефіцієнт поточних зобов'язань	> 0,5	0,45	0,47	0,34	0,02	-0,13
Коефіцієнт забезпечення запасів робочим капіталом	>0,2	22,28	30,26	28,51	7,99	-1,76

Аналіз показує, що компанія є фінансово стабільною. Відсоток незалежності компаній у 2021-2023 роках зріс з 0,65 до 0,71. Показник є репрезентативним для типового значення, яке демонструє фінансову автономність компанії.

Коефіцієнт фінансової залежності - це величина, зворотна коефіцієнту автономії, яка вказує на загальну вартість активів підприємства, включаючи власні кошти на 1 грн. За 2021-2023 рр. відсоток залежних від кредитів зменшився з 0,86 до 0,71. Проте, показник має значення, яке можна порівняти з нормативним значенням.

Маневреність капіталу, яка є відсотком запасів у загальній сумі капіталу за 2021-2023 роки, зменшилася з 0,05 до 0,02.

Типове значення коефіцієнта фінансової стійкості становить 0,71-0,74. Значення показника відповідає необхідному терміну для стабільних джерел фінансування.

Найпоширенішим показником фінансової стабільності є коефіцієнт фінансового левериджу, який являє собою відношення позичених грошей до суми грошей, які наразі є у власності. За звітний період 2021-2023 рр. цей показник знизився з 0,08 до 0,06. Фірма має достатньо коштів для підтримки своїх ініціатив.

В таблиці 2.9 наведено аналіз активу балансу ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр.

Таблиця 2.9 – Аналіз активу балансу ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр., тис. грн.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
	2021	2022	2023	2022-2021	2023-2022	2022/2021	2023/2022
Необоротні активи	6502	6674	6573	172	-101	2,65	-1,51
Оборотні активи	4147	4369	5199	222	830	5,35	19,00
Витрати майбутніх періодів	0	0	0	0	0	0	0
Баланс	10649	11043	11772	394	729	3,70	6,60

З таблиці 2.9 видно, що у 2022 році необоротні активи збільшилися на 172 тис. грн., а оборотні зросли на 222 тис. грн., а у 2023 році необоротні активи навпаки зменшилися на 101 тис. грн. або на 1,51%, а оборотні збільшилися на 830 тис. грн. Це може свідчити про розширення діяльності компанії або зниження обороту.

Як наслідок, загальна еволюція майна ТОВ «БудКом» з кожним роком прогресує.

Показники ефективності - це дохід і віддача від інвестицій компанії. Дослідження того, як формується прибуток, задокументовано в цій таблиці. 2.10.

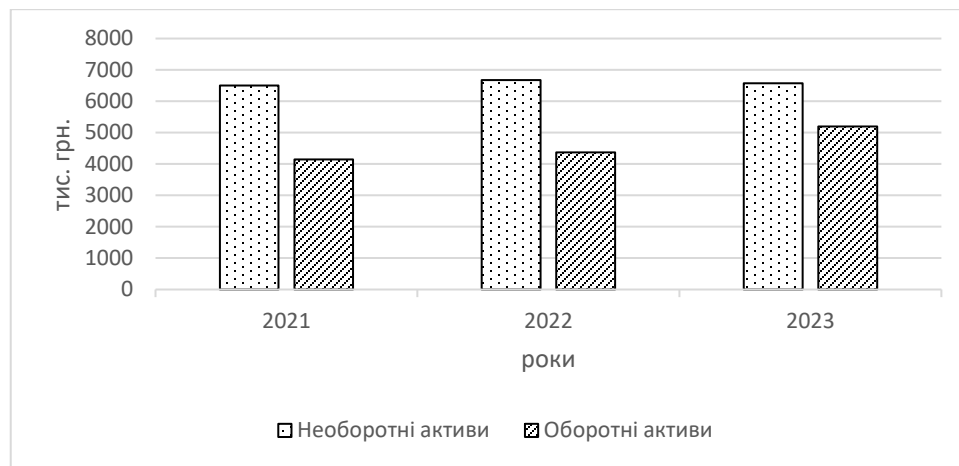


Рисунок 2.5 – Структура активів ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр.  
(розраховано автором самостійно)

Таблиця 2.10 - Аналіз формування фінансових результатів ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр., тис. грн.

Показники	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
	2021	2022	2023.	2022-2021	2023-2022	2022/2021	2023/2022
	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	18700	20020	23650	1320	3630	7,06
Собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	1639	1650	2090	11	440	0,67	26,67
Валовий прибуток (збиток)	16869	18018	21247	1149	3229	6,81	17,92
Адміністративні витрати	1337	1459	1535	122	76	9,12	5,21
Витрати на збут	724	810	974	86	164	11,88	20,25
Інші операційні витрати	622	769	851	147	82	23,63	10,66
Прибуток від операційної діяльності	14344	14981	17887	637	2906	4,44	19,40
Фінансові витрати	4655	4902	1535	247	-3367	5,31	-68,69
Втрати від участі в капіталі	3536	3926	974	390	-2952	11,03	-75,19
Інші витрати	4980	4946	851	-34	-4095	-0,68	-82,79
Прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподаткування	1073	1207	17887	134	16680	12,49	1381,94
Чистий прибуток (збиток)	880	990	1210	110	220	12,50	22,22

Таблиця 2.10. показує, що за 2021-2023 роки загальний дохід від реалізації продукції зменшився на 26,47%, або на 4950 тис. грн. Загальна вартість портфеля оцінена в 23650 тис. грн, а валовий прибуток – 21247 грн, або 25,95% від аналогічного показника в 2021 р. Собівартість продукції зросла на 27,52%, а загальна собівартість в 2023 році склала 2090 тис. грн. Дохід від операційної діяльності зріс на 24,7% або 3543 тис. грн., а дохід від звичайної діяльності – на 1567 % або 16814 тис. грн. В результаті загальний прибуток зріс на 330 тис. грн або на 37,5 % і становить 1210 тис. грн. Більш конкретно, еволюція фінансових результатів проілюстрована на рис. 2.6.

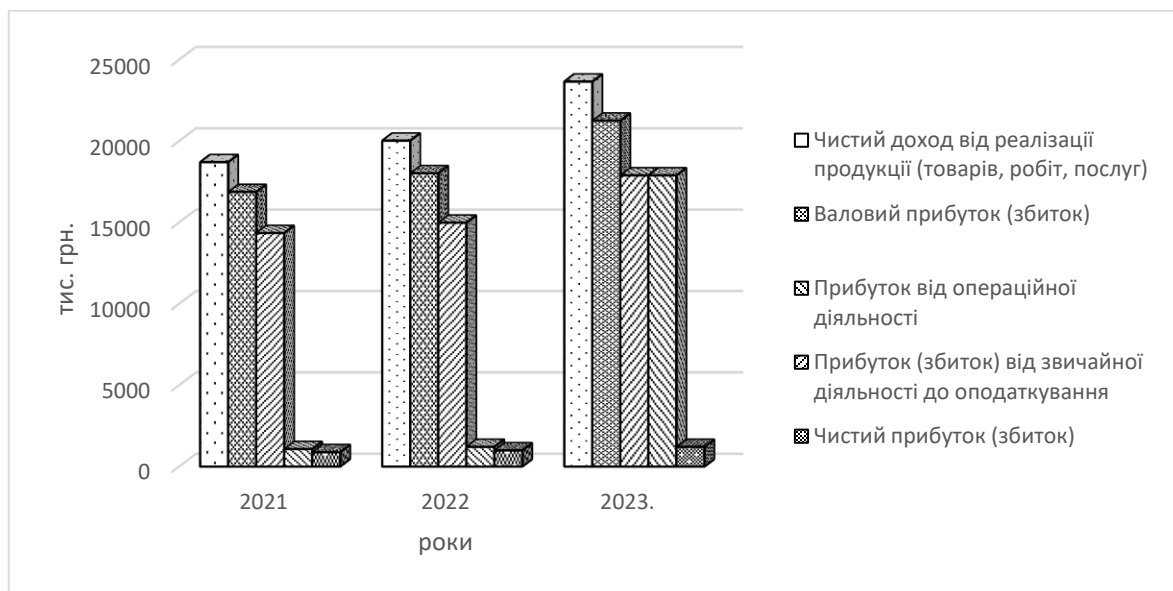


Рисунок 2.6 – Динаміка фінансових показників ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр.  
(розраховано автором самостійно)

Аналіз прибутковості компанії показує, що протягом всього періоду дослідження 2021-2023 рр. всі фінансові показники збільшуються, але ця динаміка не є стабільно. Тобто товариство повинно виявити резерви, які зменшать витрати.

Розглянувши аналіз виробничо-господарської діяльності та фінансового стану ТОВ «БудКом», переходимо до аналізу інноваційної діяльності досліджуваного підприємства.

## 2.2. Аналіз інноваційної діяльності підприємства

Для оцінки оточення компанії слід використовувати метод SWOT-аналіз.

Важливо врахувати зовнішній вплив ТОВ «БудКом», рис. 2.7.



Рисунок 2.7 - Зовнішні фактори, що впливають на ТОВ «БудКом».

(складено автором самостійно)

Як зазначено на рисунку 2.7, можливостями та загрозами підприємства є:

1. Багатство: підприємство має потужне розташування, яке охоплює велику кількість покупців.
2. Персонал ТОВ «БудКом» періодично поповнюється новими працівниками, які мають кваліфікацію та регулярно проходять навчання.
3. Торгівля організації вже має постійне коло постачальників.
4. Рекламний відділ компанії досить кваліфікований, оскільки є рекламний відділ, який зосереджений на просуванні компанії.
5. ТОВ «БудКом» - велика будівельна компанія, що займається торгівлею.

6. Дисфункція: на цьому ринку є потужні конкуренти, такі як «BERGAUF», «UNIS», «Starotel» тощо.

Дослідження переваг і недоліків дозволяє визначити внутрішній стан компанії та її потенціал для прийняття на ринку. На рисунку 2.8 наведений опис активів та зобов'язань ТОВ «БудКом».



Рисунок 2.8 - Опис активів і зобов'язань ТОВ «БудКом»

(складено автором самостійно)

Всю сферу діяльності та те, як підприємство функціонує, необхідно вдосконалювати, у прояві на ринку це вважається недоліком.

Проведений SWOT-аналіз полегшує визначення позитивних ринкових умов, які слід змінити, щоб перетворити потенційні можливості компанії в реальність.

Бізнес-концепція ТОВ «БудКом» полягає в забезпеченні споживачів різноманітною продукцією за типовими цінами. Метою є підвищення ефективності зайнятості, професіоналізму працівників, підвищення якості продукції, реагування на запити споживачів. Стратегічна мета - зберегти стабільність і життєздатність.

Метою місії ТОВ «БудКом» є визначення першочергових проблем покупця та максимізація їх задоволення, підтримка компанії в сьогоднішній та майбутньому. Щоб залучити нових клієнтів, можна застосувати такі пропозиції:

посилити всі слабкі місця: використовувати новий метод просування продукції, шукати новий канал збуту, робити акцент на рекламі;

використовувати можливості: передбачити можливість укладення контрактів із послугами компаній з метою залучення нових клієнтів і тим самим зменшення кількості компаній-конкурентів;

усунути загрози: навчити співробітників орієнтації на потенційних клієнтів. Від постачальників і пропозиції для клієнтів. У майбутньому на основі концепції можна шукати нові класи продуктів. Непересічні групи, які не взаємодіють з реальним світом, щоб уникнути залежності від одного провайдера.

Так як існує зв'язок між інноваційними показниками діяльності підприємства та умінням підтримувати 3 складові сталого розвитку протягом усього періоду діяльності, важливо оцінити інноваційну складову ТОВ «БудКом».

Використовуючи інформацію зі звітності підприємства та первинні економічні показники, розглянуті в попередньому розділі, створимо показники активності інновацій та інноваційної діяльності.

Індикатори інноваційної діяльності в ТОВ «БудКом»:

1. Коефіцієнт забезпечення інтелектуальною власністю.

Цей показник показує співвідношення корпоративних прав інтелектуальної власності до інших необоротних активів, за допомогою якого можна оцінити кількісну складову корпоративного інноваційного потенціалу, а також частку інтелектуальної власності, задіяної на даний момент у корпоративній інноваційній діяльності підприємства.

Розраховуємо за формулою:

$$K_{ic} = \frac{B_i}{A_{па}} \quad (2.1)$$

де  $B_i$  – інтелектуальна вартість, грн.;



$A_{па}$  – інші позаоборотні активи, грн.

## 2. Відсоток людей, зайнятих у дослідженнях і розробках.

Показник дає змогу оцінити кількість людей, залучених до інновацій. Господарська діяльність, якою займається підприємство. Цей показник дозволить вам вибрати поточний стан організації та її передбачуваний майбутній напрямок інноваційної діяльності, це продемонструє, наскільки ефективно використовуються трудові ресурси. Діяльність підприємства виражається в інноваційній складовій.

Розраховуємо за формулою:

$$K_{пр} = \frac{П_n}{Ч_n}, \quad (2.2)$$

де  $П_n$  – число зайнятих в сфері науково-дослідній роботі, осіб;

$Ч_n$  – середньооблікова чисельність працівників підприємства, осіб.

## 3. Коефіцієнт власності, спрямованої на дослідження та розробки.

Навпаки, відсоток власності, присвяченої дослідженням і розробкам, у загальній сумі власності компанії показує ступінь інноваційності компанії у виробничій сфері, виражений у відсотках від загальної ідеї інновації. Цей показник має велике значення для подальшого розвитку інноваційної продукції та демонструє потенціал компанії у створенні та реалізації нових ідей. Цей метод має першочергове значення для підтримки стабільності розвитку на кожному рівні компанії.

Розраховуємо за формулою:

$$K_{нв} = \frac{O_{дп}}{O_{вп}}, \quad (2.3)$$

де  $O_{дп}$  – вартість дослідно-приборного обладнання;

$O_{вп}$  – вартість виробничого обладнання, грн.

## 4. Ступінь оволодіння технологією.

Технологічний показник просування нових коштів на підприємстві базується насамперед на фінансових ресурсах корпорації, які безпосередньо впливають на ступінь сумісності інноваційної сторони підприємства з новими умовами та ємністю ринку.

Розраховуємо за формулою:

$$K_{от} = \frac{OЗ_n}{OЗ_{cp}}, \quad (2.4)$$

де  $OЗ_n$  – вартість основних засобів нових, грн.;

$OЗ_{cp}$  – середньорічна вартість основних засобів, грн.

#### 5. Швидкість впровадження нових продуктів.

Надає можливість зрозуміти успіх попередніх проектів, які підприємство намагалося здійснити, а також вплив нових продуктів чи послуг на загальну діяльність підприємства.

Розраховуємо за формулою:

$$K_{вп} = \frac{ВР_{нп}}{ВР_{заг}}, \quad (2.5)$$

де  $ВР_{нп}$  – виручка від продажу техніки, грн.;

$ВР_{заг}$  – загальний розмір виручки від реалізації всієї продукції, грн.

#### 6. Ступінь інноваційності країни.

Показник, значущий з точки зору підтримки стійких інновацій, оскільки він передає інформацію про готовність компанії до додаткової інноваційної діяльності, її здатність фінансувати майбутні проекти, спрямовані на підтримку стійкості компанії.

Розраховуємо за формулою:

$$K_{із} = \frac{I_{дп}}{I_{заг}}, \quad (2.6)$$

де  $I_{дп}$  – вартість показника науково-дослідницьких інвестиційних проектів, грн.;

$I_{заг}$  – загальний розмір інших інвестиційних витрат, грн.

#### 7. Ступінь екологізації інноваційних проектів.

Захід, який безпосередньо пов'язаний з одним із компонентів сталого розвитку. Витрати на «екологізацію» нових продуктів пов'язані з екологічністю компанії та ступенем усвідомлення цього суспільством під час впровадження нових продуктів.

Розраховуємо за формулою:

$$K_{ек} = \frac{П_{ек}}{П_{заг}}, \quad (2.7)$$

де  $\Pi_{ек}$  – витрати на екологічні складову, грн.;

$\Pi_{заг}$  – розмір загальних витрат на інноваційні проектно-конструкторські роботи, грн.

За вищенаведеними формулами 2.1-2.7 проведемо розрахунки показників інноваційної діяльності ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр. Отримані результати оформимо в таблиця 2.11.

Таблиця 2.11 – Показники інноваційної діяльності ТОВ «БудКом» 2021-2023 рр.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
	2021	2022	2023	2022-2021	2023-2022	2022/2021	2023/2022
$K_{іс}$	0,008	0,010	0,015	0,002	0,005	22,22	54,55
$K_{пр}$	0,170	0,138	0,139	-0,032	0,002	-19,05	1,23
$K_{нв}$	0,317	0,282	0,264	-0,035	-0,017	-11,08	-6,16
$K_{от}$	0,160	0,199	0,181	0,039	-0,018	24,16	-8,97
$K_{вп}$	0,051	0,072	0,181	0,021	0,109	40,35	151,46
$K_{із}$	0,507	0,405	0,493	-0,102	0,088	-20,07	21,73
$K_{ек}$	0,263	0,171	0,175	-0,092	0,004	-34,93	2,40

Графічно відобразимо отримані результати на рисунку 2.9.

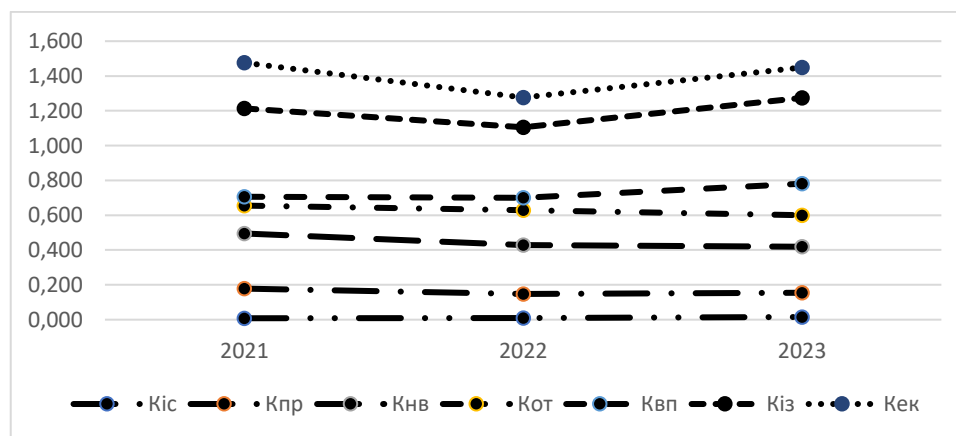


Рисунок 2.9 – Динаміка зміни показників інноваційної діяльності ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр.  
(розраховано автором самостійно)

Як видно з таблиці 2.11, ТОВ «БудКом» має суттєву перевагу щодо майна, призначеного для науково-дослідної та інноваційної діяльності. Важливо також відзначити показник зайнятості R&D, який у 2021 році майже вийшов на лідируючу позицію ( $K_{пр} \geq 0,2$ ). Це свідчить про високий потенціал інноваційного розвитку підприємства та наявність сировинної бази для реалізації інноваційних проектів. Однак низькі значення решти показників дозволяють зробити висновок про наявність проблеми з адмініструванням або організацією цих ініціатив. Найменший показник - це ступінь впровадження нових продуктів, цей показник показує кількість невдалих або довгострокових проектів, які ще не вироблені.

Якщо розглядати показники з точки зору сталого розвитку, то підвищення показника інноваційного зростання на 29% у 2023 році є вигідним. Це зростання сприяє розвитку основи для довгострокового зростання, яке зосереджується на економічних, соціальних та екологічних аспектах. Крім того, компанія має рейтинг «зелене підприємство», незважаючи на показник лише 0,2 у 2023 році.

Найбільш стабільно зростає показник забезпеченості інноваційною власністю, оскільки він зріс як у 2022, так і в 2023 роках. Найзгубнішим показником інноваційного розвитку, який є сталим, є впровадження нової продукції. Враховуючи це, доцільно було б сказати, що компанія повинна направити частину зусиль щодо збільшення бази інновацій на розробку продуктів, які мають соціальний або екологічний ефект у довгостроковій перспективі. Цей вплив, безсумнівно, матиме мультиплікативний ефект, який сприятиме послідовному зростанню показників, що необхідно для сталого розвитку.

Навіть висока питома вага інноваційного обладнання на підприємстві та наявність у конструкторському бюро численних проектів, які неефективно використовують основні виробничі ресурси, не призводять до довгострокового сталого зростання, що впливає на економічний результат діяльності. Це помітно в темпах впровадження нової продукції, розвитку технологій.

### РОЗДІЛ 3

## ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМКІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «БУДКОМ»

### 3.1. Встановлення факторів впливу витрат на інновації на ефективність діяльності підприємства

Для ретельного дослідження якісної та кількісної природи внутрішніх і зовнішніх зв'язків між результуючими та причинними факторами в цьому контексті необхідно використовувати кореляційно-регресійний аналіз. Основною метою цього аналізу є оцінка наявних статистичних даних і визначення ступеня їх зв'язку один з одним за допомогою розрахованого коефіцієнта кореляції. Такий підхід сприятиме глибшому розумінню впливу кожного фактору на кінцеві результати та ступеня їхнього зв'язку.

При побудові економічної моделі, що враховує маневреність капіталу, коефіцієнт забезпеченості запасів власним капіталом, коефіцієнт фінансової залежності, маневреність капіталу та фінансову стійкість, враховуються ці фактори. Цей набір факторів пояснюється тим, що вони опосередковано залежать один від одного.

Перелічені вище фактори свідчать про те, що ми повинні очікувати збільшення ступеня автономії протягом наступного періоду. Отримана економічна модель матиме таку структуру:

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + a_3x_3, \quad (3.1)$$

де  $y$  - ступінь автономності;

$x_1$  - маневреність оборотних коштів;

$x_2$  - ступінь володіння акціями;

$x_3$  - фінансова залежність;

$x_4$  - маневреність власного капіталу;

$x_5$  – ступінь фінансової стійкості;

$a_0, a_1, a_2, a_3, a_4, a_5$  - оцінки параметрів економетричної моделі.

Таблиця. 3.1 демонструє вихідні дані, використані для кореляційно-регресійного аналізу.

Таблиця 3.1 - Проаналізовано фінансову стійкість ТОВ «БудКом» за 2021-2023 рр.

Показник	Роки		
	2021	2022	2023
Маневреність робочого капітал	0,05	0,03	0,02
Коефіцієнт забезпеченості запасів власними обіговими коштами	0,61	0,67	0,70
Коефіцієнт фінансової залежності	0,86	0,82	0,80
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,05	0,03	0,02
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,71	0,73	0,74

Для визначення важливості впливу основних факторів на стан капіталу підприємства було проведено кореляційний аналіз кожного фінансового показника із загальним капіталом. Для цього дослідження було використано програмне забезпечення MS Excel, для цього було використано розширення Data Analysis/Correlation. Отримані результати занесені в таблицю 3.2.

Таблиця 3.2 - Результати кореляційного аналізу фінансової стійкості.

Показник	Маневреність робочого капіталу	Коефіцієнт забезпеченості запасів власними обіговими коштами	Коефіцієнт фінансової залежності
Маневреність робочого капіталу	1	0,981937	0,925704
Коефіцієнт забезпеченості запасів власними обіговими коштами	0,981937	1	0,935158
Коефіцієнт фінансової залежності	0,925704	0,935158	1

Шкала Чеддока була використана для оцінки ступеня взаємозв'язку досліджуваних факторів. Результати цієї оцінки наведено в таблиці 3.3. Шкала Чеддока полегшує порівняння та систематизацію важливості та впливу ознак на досліджувану змінну.

Таблиця 3.3 - У цій таблиці описано ступінь врахування зв'язку між оборотним капіталом та іншими факторами.

Показник	Коефіцієнт забезпеченості запасів власними обіговими коштами	Коефіцієнт фінансової залежності	Коефіцієнт маневреності власного капіталу	Коефіцієнт фінансової стійкості
Маневреність робочого капіталу	дуже тісний	дуже тісний	помітний	помітний

На підставі проведеного кореляційного аналізу (табл. 3.3) можна зробити висновок, що рух оборотних коштів має високий ступінь зв'язку з коефіцієнтом фінансової залежності.

Для визначення ступеня залежності досліджуваних факторів один від одного було проведено регресійний аналіз. Аналіз проводився за допомогою програмного забезпечення MS Excel, яке є надбудовою Data Analysis/Regression, результати наведено в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4 - Дані регресійної статистики.

Показник	Значення показника
Множинний R	0,988631
R-квадрат	0,978369
Нормований R- квадрат	0,957738
Стандартна помилка	0,668773

Через отримані дані дисперсійного аналізу (таблиця 3.5) ми можемо зробити висновок, що скоригований коефіцієнт детермінації становить  $R^2 = 0,988472$ , що з імовірністю 98,85% спричинить зміну результуючої характеристики шляхом зміни характеристик фактору.

Таблиця 3.5 - Дані дисперсійного дослідження

Показник	DF	SS	MS	F	Вплив F
Регресія	2	42,47003	20,349	46,54061	0,023160
Залишок	2	0,879161	0,429575	-	-
Всього	4	42,7247	-	-	-

Отже, економетрична модель має вигляд:

$$y = 0,988 - 1,45x_1 + 0,29x_2 - 2,98x_3 - 0,49x_4 - 3,8x_5$$

За тих же умов, коли незалежна змінна  $x_1$  (маневреність оборотного капіталу) зростає на 1%, залежна змінна  $y$  (коефіцієнт автономії) зменшується на 1,45%. Так само, при збільшенні незалежної змінної  $x_2$  (коефіцієнт запасу для власної роботи) на 1%, залежна змінна  $y$  збільшиться на 0,29%; при збільшенні незалежної змінної  $x_3$  (коефіцієнта фінансової залежності)  $y$  зменшиться на 2,98%. Коефіцієнт множинної детермінації  $R^2$ , який становить 98 відсотків, вказує на те, що цей відсоток варіації в змінних  $x_1, x_2, x_3, x_4, x_5$  відповідає за варіацію в змінній  $y$ .

У результаті розроблена модель може прогнозувати ступінь автономії компанії на основі багатьох факторів, включаючи можливості управління оборотним капіталом, власну забезпеченість акцією капіталом, коефіцієнт фінансової залежності, маневреність капіталу та стабільність фінанси. Ця модель полегшує отримання прогнозів, які сприяють більш точному розумінню та прогнозуванню поведінки коефіцієнта автономії підприємства.



### 3.2. Обґрунтування пропозицій щодо підвищення ефективності інноваційної діяльності ТОВ «БудКом»

На основі аналізу, проведеного у другому розділі, стає очевидним, що компанія використовує стратегію диференціації у своїх зусиллях. Її філософія полягає в тому, щоб надавати різноманітні продукти за нижчою ціною.

Аналіз продукції конкурентів показав, що завод займає лідируючі позиції на ринку будівельних матеріалів. ТОВ «БудКом» має дотримуватись конкурентної стратегії, яка відрізняє його від конкурентів, щоб просуватися далі, враховуючи внесення змін. Зокрема, метою є усунення надмірної різниці в складі асортименту у відповідь на інтенсивну конкуренцію на ринку приладів, щоб розробити стратегії спеціального залучення конкретної демографічної групи шляхом продажу будівельної продукції.

У контексті існуючої стратегії компанія вибирає першочергову мету - просування товару за низькою ціною для споживача.

Поліпшити цю стратегію можливо за допомогою наступних дій:

- ✓ щодо розширення асортименту: зменшення асортименту найдорожчих товарів, розширення асортименту за рахунок включення нових груп товарів (економ-клей, пластикові вироби з бюджетним дизайном);
- ✓ різні спеціалізації в діяльності компанії (створення магазину під торговою маркою «GLIMS», надання різноманітних послуг з найму ремонтного персоналу);
- ✓ підвищення якості обслуговування клієнтів (навчання офісних співробітників з метою підвищення кваліфікації та набуття досвіду, розробка системи мотивації, наприклад, зміна системи оплати праці персоналу тощо).

ТОВ «БудКом» займає лідируючі позиції на ринку будматеріалів: велика присутність, високі ціни, різноманітність продукції. Компанія в цій сфері повинна проводити заходи, які сприятимуть поточній ситуації. Щоб посилити стратегію

диференціації, першочерговою турботою компанії має бути додавання нових груп продуктів, які відрізняються, а саме розширення асортименту.

Для цього було створено план реалізації цього аспекту стратегії ТОВ «БудКом»:

1. ТОВ «БудКом» сприяє збільшенню обсягів продажів, запуску роздрібного підприємства (магазину) під іншою назвою GLIMS.

Пропонується спроба створити магазин, присвячений продажу будівельних матеріалів, цей магазин мав би на меті збільшення доходу та надання нових можливостей ринку.

Розрахунок показала, що намічений план матиме позитивний ефект. Створенню та зростанню магазину сприяє потужна маркетингова стратегія, це дозволить збільшити загальні продажі компанії на 29%.

Зі спланованою фінансовою стратегією на майбутнє можна розраховувати на майбутнє компанії. Підприємець повинен передбачити необхідні витрати в бізнес-плані.

В рамках ініціативи буде запропоновано створити проект, який би розширив асортимент товарів у магазині шляхом розробки проекту. Потенціал для зростання впливає з того факту, що будівельні матеріали сьогодні є найпопулярнішим продуктом на планеті.

Наявний асортимент товарів ТОВ «БудКом» класифікований на декілька класів, наведених у таблиці 3.6.

Таблиця 3.6 – Асортимент, який запропонований, ТОВ «БудКом»

Категорія	Асортимент товару
Специфічні товари для фасадів	Green Resin,
Клей для плитки	Real-Fix, Tweed
Штукатурка	Satin, Velur

Розробка передбачає проведення заходу по:

✓ реконструкції споруди під магазин, взявши за еталон існуючу територію підприємства.;

✓ процедурі монтажу та встановленні речей використовується для встановлення нового торгового обладнання;

✓ впровадженню систем самообслуговування клієнтів;

✓ розширенню різноманітності доступних будівельних матеріалів;

✓ покращенню сервісу.

Необхідні інвестиції – 950 тис. грн.

В якості капіталу корпорація може надати кошти в розмірі 500 000 грн., що дозволить корпорації спрямовувати впровадження інноваційних розробок.

Бо потреба в кредитній готівці становить 450 тис. грн.. Капіталом можна вважати кредит банку в розмірі 450 тис. грн. Заставою є оціночна вартість магазину, яка становить не менше 450 тис. грн.

Прагнення модернізувати та трансформувати магазин ТОВ «БудКом» є успішним. Термін окупності інвестицій 10 місяців.

Ремонт складніше здійснити, якщо вжити додаткових заходів по переобладнанню приміщення під магазин. Це його повне відтворення. Це включатиме частину типу планування, яка полягає у переплануванні, перемиканні на інші області та частині комунікації, яка передається.

Включаючи системи самообслуговування в магазині. Цьому нововведенню приписують безліч корисних аспектів. Практичний спосіб використання технологічних можливостей для продажу товарів.

Його користь полягає в тому, що:

✓ робота магазину характеризується сучасним науковим підходом, тобто технічним;

✓ використання трудових і матеріальних ресурсів у зв'язку з їх конкретною спеціалізацією (касові операції веде касир, фахівець продає консультації, ця спеціалізація більш ефективна, ніж одночасний продавець, який консультиє і розраховується з покупцем на касі; продавець - менше відволікаються на різні

операції, мають більший професіоналізм у своїй галузі та більш ефективні у своїй роботі);

✓ найзручніше вибирати та купувати для споживача, це дозволить йому отримати рекомендації спеціаліста та надати безпосередню оцінку продукту.

✓ економія фонду заробітної плати і вивільнення працівників.

Однак система самообслуговування потребує придбання відповідного технічного обладнання та організації складних систем збереження товарів.

Повний перелік необхідного обладнання наведено в таблиці 3.7.

Він призначений для надання позитивної оцінки послуги через систему великих замовлень, які отримує покупець.

Таблиця 3.7 - Перелік товарів, необхідних для відкриття роздрібного магазину ТОВ «БудКом»

Найменування	Кількість
Сервер	1
Касовий апарат	2
Зчитувач штрих-коду	2
Блок безперебійного живлення	2
Детектор валют	2
Купюро-розрахункова машина	2
Програмне забезпечення	1
Комп'ютер	4
Принтери	2
Столи	5
Стільці	5
Телефонні апарати	3
Факс модем	1
Шафи	2
Холодильник	1
Стелажі односторонні	5
Стелажі двосторонні	4
Прилавки	5
Шафи для зберігання речей покупців	1
Стіл для пакування	1
Система відеоспостереження	1
Охоронна система	1
Протипожежна сигналізація	1

Організаційна структура управління новим магазином вимагає поповнення персоналу компанії.

Потреба у співробітниках:

- ✓ менеджер торгового залу (+1);
- ✓ радник-продавець (+2);
- ✓ охоронець (+1);
- ✓ водій (+1);
- ✓ спеціаліст з ремонту електротехніки (+2);
- ✓ вантажник (+1).

Таким чином штатна чисельність передбачуваного магазину розрахована на 8 осіб. Крім того, пропорційно зростуть витрати на наймання в магазині. Таблиця 3.8 ілюструє витрати на наймання нових працівників і майбутнє очікуване збільшення доходу від магазину.

Таблиця 3.8 - Витрати на рекрутинг і утримання торгових і обслуговуючих працівників магазину ТОВ «БудКом», тис. грн.

Посада	До розкриття проекту			Після розкриття проекту	
	Кіл-ть	Оклад	ФОП	Кіл-ть	ФОП
Директор магазину	1	28	28	1	28
Продавець-консультант	2	14,2	28,4	3	28,4
Касир	1	12,4	12,4	2	24,8
Охоронець	1	10	10	2	20
Вантажник	2	15,6	31,2	2	31,2
Водій	1	11,8	11,8	2	23,6
Разом	8	92	121,8	16	156
Разом додаткових витрат					+34,2

Щомісячна оплата співробітників зросте на 34,2 тис. грн. на оплату послуг і торгівлі.

На відміну від інших типів магазинів, які працюють до 19:00, за винятком неділі, стандартний робочий час запропонованого магазину має бути з 8:00 до 20:00, у тому числі в неділю з 8:00 до 16:00. Це полегшить планування візитів до магазину на вихідних.

Важливо відзначити різноманітність послуг, які будуть реалізовані в новому магазині будівельних матеріалів. Зокрема, це:

- ✓ відразу доступний від ваги 250 кг;
- ✓ безкоштовний виїзд спеціаліста;
- ✓ консультаційні послуги з будівництва;
- ✓ формування колективу працівників компанії.

Значною конкурентною перевагою проєктованого магазину ТОВ «БудКом» є різноманітний набір безкоштовних і платних послуг, якого немає в інших магазинах.

Основні підходи, які використовуються для залучення клієнтів в новий магазин з метою його просування:

- ✓ рекламодавцям доручено просувати свої продукти та послуги через телебачення, радіо та в ЗМІ.
- ✓ розповсюдження рекламних повідомлень споживачам електронною поштою, листівками поблизу торгових центрів;
- ✓ встановлення рекламного щита.

2. Маркетингові акції, спрямовані на інформування населення про новий магазин та заохочення споживачів ТОВ «БудКом».

Різнорманітні витрати, пов'язані з рекламною кампанією, перераховані в 3.9.

Таблиця 3.9 - Різні види витрат, пов'язаних з рекламою компанії магазину ТОВ «БудКом»

Перелік витрат	Сума, тис. грн.
Телебачення (тривалість 1 місяць)	73
Радіо (тривалість 1 місяць)	50
Газета (щомісяця)	5
Роздруківка рекламних листівок	8
Послуги кур'єра	10
Розробка, виробництво та монтаж рекламних щитів	20
Разом	166

Рекламна кампанія, пов'язана з магазином ТОВ «БудКом», обійдеться в 166 тис. грн. за перший місяць.

Порядок розрахунку економічної ефективності запропонованих ініціатив, спрямованих на посилення стратегії інноваційного розвитку підприємства (на прикладі ТОВ «БудКом») можна описати наступним чином.

У таблиці 3.10 наведена оцінка витрат необхідного обладнання та витратних матеріалів для відкриття роздрібного магазину на підприємстві.

Таблиця 3.10 - Будівельні матеріали та технологічне обладнання для модернізації магазину ТОВ «БудКом»

Перелік матеріалів, обладнання	Вартість, тис. грн.
<b>Будівельні матеріали</b>	
Кахельна плитка	17
Лінолеум, ламінат	25
Шпалери	16
Облицювальні матеріали	12
Лакофарбні матеріали	10
Освітлення	14
Вікна	20
Двері	15
<b>Обладнання</b>	
Сантехніка комунікацій	20
Електротехнічні комунікації	24
Камери відеоспостереження	35
Система протипожежної безпеки	17
Охороні системи магазину	10
<b>Торгівельне обладнання</b>	
Прилавок з скляним верхом	2
Прилавок скляний	3
Вітрина з дверцятами, що відкриваються	8
Вітрина замкнена з освітленням	5
Вітрина на роликах	2
Вітрина з дверцятами, що відкриваються, з освітленням	5
Разом	260

Витрата будівельних матеріалів і обладнання для торгівлі 260 тис. грн. Для початкової модернізації закладу було створено новий тип магазину під назвою «GLIMS».

У таблиці 3.11 наведені загальні витрати на капітальний ремонт і вартість торгового обладнання в магазині.

Витрати розраховуються виходячи з поточних цін на послугу, монтаж і кріплення. Може негативно вплинути на нестабільне зростання західної банкноти. У зв'язку з цим ціни є орієнтовними і можуть бути змінені.

Таблиця 3.11 - Витрати послуг з капітального ремонту та монтажу обладнання

Статті витрат	Вартість, тис. грн.
Перепланування приміщення	20
Ремонт та монтаж сантехнічних комунікацій	22
Монтаж електротехнічної комунікації	18
Монтаж протипожежної системи	20
Монтаж охоронної системи	25
Встановлення вікон та дверей	14
Монтаж систем освітлення	18
Оздоблювальні роботи	30
Монтаж та встановлення торговельного обладнання	17
Разом	184

Капітальні вкладення в ремонт і установку торгового обладнання склали 184 тис. грн.

Остання оцінка необхідного капіталу наведена в таблиці 3.12.

Таблиця 3.12 - Розрахунок необхідного капіталу

Перелік витрат	Вартість, тис. грн.
Закупівля будівельних матеріалів	166
Придбання вантажного автомобіля	260
Витрати на капітальний ремонт магазину та монтаж торговельного обладнання	184
Разом	610

Таким чином, необхідний капітал для відкриття торгової точки становить 610 тис. грн. Забезпечення оборотного капіталу здійснюється за рахунок вилучення поточного прибутку компанії.

Для реалізації проекту необхідний кредит у розмірі 450 тис. грн., який очікується від Ощадбанку. Умови кредитного договору:

- ✓ термін кредиту 12 місяців;
- ✓ процентна ставка 12% річних;



✓ через 12 місяців відсоток повернення кредиту становить 100%.

Приплив коштів, враховуються всі отримані гроші: початкові інвестиції, дохід та інші кошти. Відтоки - це фактичні грошові платежі, пов'язані з купівлею фізичних активів, товарів і праці.

Визначимо поріг доходу (точку беззбитковості) планового обсягу продажів магазину ТОВ «БудКом».

Точка, коли дохід дорівнює витратам, називається точкою беззбитковості продажів. Таблиця 3.13 ілюструє організацію постійних і змінних витрат, які залежать від планового обсягу продажів підприємства міста та планового рівня витрат на витрати (14%).

Таблиця 3.13 - Щомісячні постійні та змінні витрати магазину, що планується до відкриття

Витрати	Перелік статей	Сума, тис. грн.
Умовно-змінні	Витрати на транспортування товару	8
	Витрати на транспортування товару покупцям до дому	95
	Витрати на зберігання	0
	Витрати на пакування	10
	Витрати на оплату праці	35
	Витрати на втрату товару	6
Умовно-постійні	Амортизаційні витрати	12
	Витрати на рекламу	25
	Витрати на утримання автопарку	12
	Ремонт обладнання	9
	Витрати на утримання адміністративно-управлінського персоналу	2,5
Разом		214,5

З таблиці 3.13 видно, що місячний бюджет постійних витрат становить 60,5 тис. грн.

Оцінка ефективності базується на таких показниках:

- ✓ період, протягом якого інвестиція підлягає сплаті (RR);
- ✓ загальна величина дисконтованого доходу (PV);
- ✓ чистий дисконтований дохід (NPV);
- ✓ індекс доходності (PI).

Термін окупності інвестицій розраховується за формулою:

$$PP = \frac{J}{Ps}, \quad (3.2)$$

де PP – термін окупності інвестицій;

J – сума інвестицій в проект;

Ps – середньорічний (середньомісячний) прибуток.

У відповідності з нашими пропозиціями сума інвестицій в проект складає 950 тис. грн. (450 тис. грн. банківський кредит та 500 тис. грн. – власні кошти).

Відповідно, термін окупності інвестицій в капітальний ремонт та модернізацію становить 10 місяців.

Загальна накопичена величина дисконтованого доходу розраховується за формулою 3.3:

$$PV = \sum_k \frac{P_k}{(1+r)^k}, \quad (3.3)$$

де  $P_k$  – розмір доходу в  $k$ -му році;

$r$  – ставка дисконтування.

У цьому випадку період повернення інвестицій включається в один рік.

Загальний прибуток, отриманий від проекту, становить  $PV = 1900$  тис. грн.

Чистий прибуток, дисконтований брокером (NPV), визначається за допомогою наступного рівняння:

$$NPV = \sum_k \frac{P_k}{(1+r)^k} - IC, \quad (3.4)$$

де IC – загальні інвестиційні витрати.

$NPV = 1900 / (1 + 0,12) - 950 = 746,43$  тис. грн.

Індекс доходності:

$$PI = \sum_k \frac{P_k}{(1+r)^k} / IC, \quad (3.5)$$

Результати розрахунків показників ефективності проекту наведені в таблиці 3.14.

Таблиця 3.14 - Показники ефективності запропонованого проекту

Показники	Значення
Термін окупності інвестицій, міс.	10
Загальна величина накопленого дискontованого доходу, тис. грн.	1900
Чистий дискontований дохід, тис. грн.	746,43
Індекс доходності інвестицій	1,3286

Таким чином, загальна потреба в інвестиціях становить 950 тис. грн. Термін окупності інвестицій 10 місяців. У рік реалізації інвестиційного проекту планується отримати чистий дискontований дохід 746,43 тис. грн.. У наступному році чистий дисконтний дохід збільшиться до 945,32 тис. грн.

Продажі магазину планують збільшити на 50%. Перелічені показники свідчать про максимальну ефективність реалізації проекту та доводять необхідність його практичної реалізації.

Таким чином, виходячи з показників, розрахованих цією системою, можна говорити про новий вид реалізації продукції. Заходи щодо формування стратегії інноваційного розвитку (на прикладі ТОВ «БудКом») є ефективними та реалізованими.

## ВИСНОВКИ

Отже, в ході виконання кваліфікаційної роботи було досліджено наукові засади визначення стійкого інноваційного розвитку на підприємстві, його вплив на економічну діяльність організації та конкурентні позиції. Визначено методологічну основу для оцінки рівня стійкого інноваційного розвитку вітчизняних підприємств в умовах невизначеності. Дослідження базується на результатах діяльності ТОВ «БудКом» у будівельній галузі. На основі оцінки зовнішнього та внутрішнього середовища, рівня інноваційної діяльності підприємства та стійкого інноваційного розвитку розроблено рекомендації щодо впровадження проекту з забезпечення стійкого інноваційного розвитку. Серед основних результатів дослідження можна визначити:

Категорії стійкого інноваційного розвитку та основні поняття необхідні для його дослідження тісно пов'язані з загальною інноваційною діяльністю та потенціалом підприємства і знаходять своє відображення у соціальному, екологічному та економічному виміру відповідно до троїстої концепції стійкого розвитку. Дослідження рівня стійкого інноваційного розвитку та впровадження проекту з його підвищення є актуальним для будь-якого підприємства, адже існує кореляція між стійкою інноваційною діяльністю підприємства та економічним ефектом.

Загальні принципи методології з оцінки стійкого інноваційного розвитку означають прозорість, системність підходу. Для вітчизняних підприємств найбільш ефективним є метод оцінки за інтегральним показником, який враховує Численну кількість показників з мікро- та макросередовища, в яких функціонує фірма, оскільки надає змогу здійснити кількісну та якісну оцінку кожного виміру окремого та поєднати їх в один окремий рівень стійкого інноваційного розвитку проаналізувавши економічні показники, виробництва ТОВ «БудКом» було Явлено, що протягом 2021-2022 рр. відзначилося зростання основного економічного показника. У 2022 році порівняно з 2021 роком було збільшення виручки від

продажу на 1320 тис. грн. чи 7,06%. у 2023 р. проти 2022 роком – на 3630 тис. грн. чи на 18,13%. Так як змінні витрати збільшуються, зростання виручки від реалізацій збільшило собівартість, у 2022 році порівняно з 2021 роком ва 11 тис. грн. чи 0,67%, 2023 р. проти 2022 р. на 440 тис. грн. чи 26,67%

Сильне збільшення чистого прибутку у 2023 році (+22,2%) пов'язане із початком випуску та реалізації деякого нового виду продукції. У 2022 році збільшилися витрати на сировину та матеріали.

Зростання економічних показників діяльності ТОВ «БудКом» у 2023 році спричинило збільшення показників рентабельності, так рентабельність у 2022 р. становила 6,02%, що вище за показник 2021 р. на 4,5%, що, безсумнівно, є гарним моментом.

Було проаналізовано динаміку основних економічних показників та можливо зробити висновок про те, що найрезультативніший період функціонування підприємства ТОВ «БудКом» є 2023 рік порівняно з 2021-2022 рр.

Навіть коли знизилися деякі показники, ТОВ «БудКом» було підприємством, що стабільно працює, прибутковим і рентабельним протягом 3-х років.

Аналіз внутрішнього середовища організації, допоміг зробити висновки. Найважливіше значення діяльності ТОВ «БудКом» - досягнення поставленої мети, головна у тому числі, отримання хорошого прибутку.

Але це підприємство прагне мінімізувати рівень цін, зробити його доступним всім споживачам і водночас дозволяє отримати прибуток у розвиток і зростання. Управління внутрішнім середовищем підприємства лежить у принципах його працездатності. Також значення показує політика ціноутворення підприємства, яке використовує різні способи ціноутворення та гнучку систему знижок для своїх клієнтів.

Існує можливість збільшення частки ринку за рахунок розширення асортименту та проведення ефективних рекламних кампаній, що призведе до підвищення конкурентоспроможності фірми на ринку.

В даний час ТОВ «БудКом» використовує конкурентну стратегію диференціації.

ТОВ «БудКом» займає лідируюче становище на ринку спеціалізованих будівельних матеріалів: висока частка на ринку, наявність конкурентних переваг за ціною, асортиментом та ін. Тому завод у цій сфері діяльності має здійснити діяльність із підтримки існуючого становища. Але основну увагу підприємству на формування стратегії інноваційного розвитку необхідно приділити впровадженню нових асортиментних груп товару, розширенню асортименту, за рахунок реалізації товарів на ринку будівельних матеріалів, плиткових клеїв, гідроматеріалів, економштукатурки.

Для цього пропонується наступний план реалізації для даного напрямку розробка заходів щодо формування стратегії інноваційного розвитку (на прикладі ТОВ «БудКом»):

- ✓ за рахунок розширення ринку збуту, відкриття торгової точки (магазину) під своєю маркою;
- ✓ пропонується проект створення торгового магазину з продажу будівельних матеріалів, з метою приросту прибутку, розкриття нових можливостей на ринку, впізнаваності бренду.

Розрахунок показав, що магазинний проект зможе досягти позитивної вигоди. Розвиток магазину за хорошої маркетингової стратегії допоможе прискорити обсяг продажу підприємства загалом на 30%.

За правильно створеного фінансового плану на перспективу, можна спрогнозувати майбутнє бізнесу. Тим більше, що законодавців структури бізнес-плану не існує. Усі підприємці можуть розглянути у бізнес-плані потрібні статті витрат.

Пропонується розробити проект розвитку даного магазину шляхом розвитку асортименту продукції з найменшою ціною. Позитивні сторони розвитку є тому, що у наш час будівельні матеріали є затребуваним товаром над ринком.

Магазин передбачає введення проведення наступних заходів:

- ✓ ремонт будівлі під магазин, на існуючій території підприємства;
- ✓ монтажі та встановлення нового торговельного обладнання;
- ✓ впровадження системи самообслуговування покупців;

- ✓ розширення асортименту будівельних матеріалів;
- ✓ покращення сервісного обслуговування.

Загальна потреба у інвестиція, становить 950 тис. грн.

Підприємство має у ролі власного капіталу кошти у вигляді 500 тис. грн., які може спрямувати реалізацію інвестиційного проекту. Термін окупності складе 10 місяців, а розмір чистого дисконтованого доходу - 746,43 тис .гри.

Розробка заходів щодо формування стратегії інноваційного розвитку (на прикладі ТОВ «БудКом») слід здійснювати за допомогою заходів:

- ✓ щодо вдосконалення асортиментної політики: скорочення асортименту товарів високої ціни, розширення асортименту за рахунок включення нових асортиментних груп (економ-клей, штукатурки з економічною витратою);
- ✓ різна спеціалізація у діяльності компанії (створення магазину з торговою назвою «GLIMS», надання різноманітних послуг з найму ремонтних бригад);
- ✓ щодо покращення рекламного упору на маси.

Завдяки даним заходам, ТОВ «БудКом» стане більш впізнаваним та купованим на ринку сухих будівельних сумішей. Оскільки підприємство постійно прагне нововведень.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамшин А.Є., Вероніка Т.П., Молчанова О.П., Тихонова Є.А., Шленов Ю.В. Інноваційний менеджмент. Київ, 2001. 735 с.
2. Аванесова Н.Е. Оцінка ефективності функціонування підприємств роздрібною торгівлі з позицій ключових зацікавлених сторін : автор, дис. ... на здобуття ступеня канд. екон. наук : 08.00.04. Харків, держ. ун-т харчув. та торг. 2009. 20 с.
3. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України. URL: <https://smida.gov.ua/about> (дата звернення: 25.03.24).
4. Амоша О.І., Антонюк В.П., Землянкін А.І. Активізація інноваційної діяльності: організаційно-правове та соціально-економічне забезпечення: навч. посіб. Донецьк, 2007. 328 с.
5. Андросенко О.О., Гливенко В.В. Особливості методичних основ аналізу витрат виробництва продукції. *Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова*. 2015. № 5.
6. Балабанов І. Т. Інноваційний менеджмент. Київ, 2001. 200 с.
7. Біленська Я. Р. Використання збалансованої системи показників для оцінювання потенціалу інноваційного розвитку виробничо-господарського об'єднання. *Бізнес Інформ.*, 2014. 1. 216-221.
8. Бешельов С., Гурвич Ф. Нововведення та ми. Дніпро, 2000. 436 с.
9. Бешенковский В.Л., Турлак Є. А., Юрлова М. А. Економічне обґрунтування науково-технічної діяльності, інноваційний аспект, монографія. Донецьк: Асабешія, 2009. 255 с.
10. Бондаркова В.М. Теоретичні основи інноваційного забезпечення підприємств. *Вісник СНАУ серія «Економіка та менеджмент»*. 2009. № 8. С. 93-97.
11. Бондарчук М.К., Біленська Я.Р. Характеристика складових інноваційного потенціалу господарських структур в системі «інновації - фінанси - виробництво». *Сучасні проблеми економіки і менеджменту*. 2011. № 42(8). С. 197-198.



12. Брайан Т. Управління науково-технічним нововведенням. Київ, 1989. 831 с.
13. Братанич М.В., Полозова Т.В. Визначення сутності економічної ефективності та класифікація її видів. *Економіка промисловості*. 2020. № 4. С. 153-155.
14. Братусь А. Класифікація основних видів економічної ефективності торговельного підприємства. *Торгівля і ринок України*. 2018. № 36. С. 146-154.
15. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський облік: історичний аспект. Результати дисертаційних досліджень Житомирської наукової бухгалтерської школи: монографія. Житомир, 2006. 620 с.
16. Валдайців С.В. Оцінка бізнесу та інновацій. Київ, 1997. 273 с.
17. Валента Ф. Управління інноваціями. Київ, 2005. 639 с.
18. Водачек Л., Водачкова О. Стратегія управління інноваціями на підприємстві: пер. со словац. Харків, 1989. 265 с.
19. Галушак О., Жаровська Н. Дослідження інноваційного розвитку машинобудівних підприємств з урахуванням основних ризик-факторів. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2012. № 2. С. 67-73.
20. Гвішіані Д.М. Діалектико-матеріалістична база системних досліджень. *Діалектика та системний підхід*. 2006. №4. С. 117-128.
21. Головка В.О. Теоретико-методичні засади визначення сутності категорії «ефективність діяльності підприємства». *Комунальне господарство міст*. 2011. №98. С. 88-94.
22. Гречко А.В., Дударенко Н.С. Теоретико-методичні засади управління втратами підприємства. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2016. №18. С. 183-192.

23. Гречко А.В., Очеретяна О.В. Економічні переваги імплементації механізму управління сталим розвитком. *Економічний Вісник КІІ*. 2022. Вип. 22. С. 47-51.

24. Гриньова В.М., Бутенко Д.С. Оцінка результативності інноваційної діяльності підприємства : монографія. Харків, 2013. 427 с.

25. Грицай О.І. Сутність витрат промислового підприємства. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2009. № 2. С. 68-72.

26. Гудзь Н.В., Берестецька О.М., Михайлишин Н.П. Облік в галузях промисловості: навч. посіб. Тернопіль, 2013. 316 с.

27. Гусарова Л.В. Управління витратами: загальні поняття про витрати і управління ними: консп. лекцій. Київ, 2006. 44 с.

28. Густинський М. О. Методичні засади оцінки ефективності інноваційної діяльності в галузях народного господарства. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки*. 2011. Вип. 2. Т. 1. С. 88- 92.

29. Дехтяр Н.А., Боярко І.М., Дейнека О.В. Ефективність фінансів державного сектору економіки: сутність, значення та фактори формування. *Інноваційна економіка*. 2011. № 1. С. 194-201.

30. Донець О.В. Зміст економічних категорій «Ефект» та «Ефективність» інноваційної діяльності. *Технологический аудит и резерви виробництва*. 2019. № 5/3(13). С. 42-43.

31. Друкер П. Ф. Інновації та підприємництво. Київ, 2002. 475 с.

32. Завальнюк В. В. Методика проектування підсистеми інформаційного забезпечення стратегічного управління інноваційною діяльністю підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. 8(1). С. 82-85.

33. Завальнюк В. В. Принципи управління інноваційною діяльністю. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2013. 5(1). С. 182-185.

34. Ілляшенко Н.С. Організаційно-економічні засади інноваційного маркетингу промислових підприємств : монографія. Суми, 2011. 192 с.

35. Єгорова О.В., Дорогань-Писаренко Л.О., Тютюнник Ю.М. Економічний аналіз: навч. посіб. Полтава, 2018. 290 с.
36. Качмарик Я.Д., Верещинська О.С. Витрати підприємства та шляхи їх оптимізації. *Науковий вісник НЛТУ : збірник праць*. 2007. № 17(4). С.174-177.
37. Козак В. Є., Хпистич Г.О. Економічні результати як елемент оцінки діяльності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 6, Т. 2. С. 7-11.
38. Косинська О.В. Оптимізація витрат як засіб підвищення прибутковості підприємств. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2011. №7(122). С.106-110.
39. Корінько Н. Д. Інновації у діяльності суб'єктів господарювання. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 5. С. 149-154.
40. Кривда О.В., Григораш Г.А. Собівартість продукції та виявлення резервів її зниження. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2013. № 11. С. 257-263.
41. Крупка М.І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України. Львів, 2001. 608 с.
42. Кулагін А. С. Історія терміну «інновації». *Інновації*. 2004. № 7. С. 56-59.
43. Курмаєв П.Ю., Матрос О.М. Аналіз інноваційної діяльності підприємств та її обліково-аналітичне забезпечення. *Економіка. Фінанси. Право*. 2015. №10. С. 21-24.
44. Лапін В.Н. Соціальні аспекти управління нововведеннями. Таллінн, 1981. 472 с.
45. Лихолет С. І. Сучасні підходи оцінки ефективності економічного стимулювання інноваційної діяльності промислових підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. №1. С. 9-14.
46. Лігузова В. О., Баклаженко Ю. В., Гірія Р. М. Світовий досвід державної підтримки інновацій. *Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. Випуск 18. 2017. С. 38-39.
47. Левицька І.В., Постова В. В. Основні поняття та значення підвищення економічної ефективності інноваційної діяльності підприємств машинобудування. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2016. № 1. С. 103-

108.

48. Легомінова С.В. Ідеогенез категорії стійкого інноваційного розвитку в аспекті формування конкурентних переваг підприємства. *Науковий вісник ужгородського національного університету*. 2017. Випуск 15. частина 1. 264 с.

49. Леонов Я.В., Герасименко Ю.С. Система управління витратами як фактор підвищення конкурентоспроможності. *Бюлетень міжнародного Нобелівського економічного форуму*. 2010. № 1. С. 175-183.

50. Лоціна Л. В. Комплексна оцінка інноваційного потенціалу підприємства: теоретико-методичні підходи. *Вісник НУ «Львівська політехніка»*. 2009. Вип 382. С. 16-21.

51. Макаров В.Л. Впровадження нетехнічних нововведень. *Економіка та організація промислового виробництва*. 1983. №10. С. 25-30.

52. Маліновська І.О. Оптимізація структури витрат як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Ефективність бізнесу в умовах трансформації економіки*. 2022. №30. С. 204-2011.

53. Марченко В.М. Система управління витратами промислових підприємств: теоретичний аспект. *Моделювання регіональної економіки*. 2012. № 2. С. 41-46.

54. Марченко В.М., Савонік Л.М. Наукові підходи до управління витратами підприємства. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2014. № 4. С. 70-74.

55. Маслак О.О. Чинники впливу на інноваційну діяльність промислових підприємств. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. № 22(8). С. 269-274.

56. Мединський В.Г. Інноваційний менеджмент: підручник. Львів, 2005. 680 с.

57. Микитюк П. Методичні підходи до аналізу ефективності інноваційної Діяльності підприємства. *Економічний аналіз*. 2017. Випуск 1(17). С. 166-170.

58. Молчанов Н. Н. Інноваційний прогрес: організація та маркетинг. Харків, 1995.402 с.

59. Морозов Ю. П. Інноваційний менеджмент: підручник. Харків, 2007. 585 с.
60. Овчаренко Т.С. Проблеми інноваційно-інвестиційної діяльності промислових підприємств. *Вісник Київського національного університету. Серія «Економіка»*. 2012. №58. С. 63-69.
61. Оксанич Н. В. Побудова інтегрованої структури управління харчовим холдингом. *Харчова промисловість*. 2008. №38. С. 24-27.
62. Олійник Л. В. Управління інноваційним розвитком підприємства на основі формування інноваційних програм підприємств. *Економіка і організація управління*. 2017. №3. С. 51-59.
63. Онікієнко С.В. Інвестиційна діяльність: від емпіричного сприйняття до категоріального відображення. *Ринок цінних паперів України*. 2020. №3-4. С. 61-66.
64. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 17.03.24).
65. Павелко О.В. Доходи і витрати основної діяльності будівельних підприємств у системі обліку та контролю: монографія. Рівне, 2012. 236 с.
66. Павленко Л. В. Оцінка інвестиційних процесів у умовах невизначеності. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2019. №2. С. 30-35.
67. Півнюк О.П. Економічна сутність та класифікація витрат в системі управління підприємством. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2010. №29. С. 138-143.
68. Пригожин А. І. Нововведення: стимули та перепони. Харків, 2007. 470 с.
69. Прохар Н.В., Ночовна Ю.О. Облік доходів, витрат і фінансових Результатів: проблеми теорії та практики: монографія. Полтава, 2011. 257 с.
70. Прус К.В., Марченко В.М. Аналіз методів формування витрат у системі управління прибутковістю підприємства. *Бізнес Інформ*. 2016. № 9. С. 158-162.
71. Раппопорт В. Діагностика управління: практичний досвід та рекомендації. Київ, 2002. 528 с.
72. Рац О.М. Визначення сутності поняття «ефективність функціонування підприємства». *Економічний простір*. 2015. № 15. С. 275-286.

73. Россоха В. В. Методика оцінювання потенціалу інновацій. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. №5. С 68-75.
74. Руть Н. Т. Нові методичні підходи до аналізу інноваційного потенціалу підприємства. *Економічний форум*. 2015. №3. С. 323-332.
75. Санто Б. Інновації як засіб економічного розвитку. Київ. 1990. 740 с.
76. Скалюк Р.В., Декалюк О.В. Ефекти та ефективність інноваційної діяльності промислових підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. №1. С. 149-154.
77. Сподіна В.О. Проблеми ефективною реалізації інноваційної діяльності в Україні. *Реформування фінансово-економічної системи: погляд у майбутнє*. 2019. Частина 1. С. 90-93.
78. Степаненко Д. М. Класифікація інновацій та її стандартизація. *Інновації*. 2004. №7. С. 77-79.
79. Столярчук Н. М. Проблеми правових та нормативних питань інноваційної діяльності. *Бухгалтерський облік та фінанси агропромислового комплексу*. 2018. № 4 (1). С. 103-112.
80. Твісс Б. Управління нововведенням. Київ, 2009. 495 с.
81. Тульчинська С.О., Кухарчук І.Л. Економічна діагностика виробничо-господарської діяльності підприємства. *Сучасні проблеми економіки та підприємництва*. 2013. № 11. С. 299-305.
82. Тульчинська С.О., Солосіч О.С., Чорній В. В. Вплив діджиталізації управлінських процесів на систему забезпечення економічної безпеки підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. №9. С. 54-58.
83. Уткін Е.А., Морозова Г.І., Морозова Н.І. Інноваційний менеджмент. Київ, 2015. 330 с.
84. Фактори впливу на інноваційну діяльність підприємства. URL: <https://confmanagement-proc.kpi.ua/article/view/201200> (дата звернення: 18.03.24).
85. Фатхутдінов Р.А. Інноваційний менеджмент: підручник. Київ, 1998. 250 с.
86. Харів П.С. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка

інноваційних процесів. Тернопіль, 2003. 326 с.

87. Черноіванова Г. С. Показники ефективності інноваційних проєктів. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2012, № 37, С. 260-263.

88. Чорна М. В., Глухова С.В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств: монографія. Харків, 2012. 210 с.

89. Шашина М. В., Солосіч О. С., Місяйло О. В., Аналіз стратегій регіонального розвитку в контексті імплементації засадничих положень концепції смарт-спеціалізації у національну політику розвитку регіонів. *Ефективна економіка*. 2021. № 5. С.49-55.

90. Шевчук Н.А, Сербін О.О. Напрями підвищення конкурентоспроможності продукції. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва: збірник наукових праць*. 2020. № 25. С.84-89.

91. Шейка І.О. Оцінка ефективності інноваційної діяльності машинобудівних підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. / Нац. техн. ун-т «Харківський політехнічний інститут». Харків, 2013. 20 с.

92. Шумпетер Й.А. Теорія економічного розвитку. Київ, 1982 375 с.

93. Шутько Т. І. Витрати в економічній теорії наукових шкіл. *Економіка та іржава*. 2015. № 9. С. 133-135.

94. Яковець Ю.В. Прискорення науково-технічного прогресу: теорія та економічний механізм. Київ, 1988. 582 с.

95. Epstein M.J., Roy M-J. Making the business case for sustainability linking social and environmental action to financial performance. *Journal of Corporate Citizenship*. 2013. P 79-96.

96. Kozlovskiy S., Baidala V. Tkachuk O., Kozyrskaya T. Management of the Sustainable Development of the Agrarian Sector of the Regions of Ukraine. *Montenegrin Journal of Economics*. 2018. №4. P. 169-184.