

**Міністерство освіти і науки України**  
**Тернопільський національний технічний університет**  
**імені Івана Пулюя**  
Факультет економіки та менеджменту  
Кафедра управління інноваційною діяльністю та сферою послуг

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
на здобуття освітнього ступеня  
«Магістр»

на тему: Управління фінансовим забезпеченням  
інноваційної діяльності підприємства (на прикладі  
ТОВ «Агроцентр-технологій»)

Виконала: студентка VI курсу, групи БУМ-61  
Спеціальності 073 «Менеджмент»  
Спеціалізації «Управління інноваційною  
діяльністю»

Пончик Мар'яна Михайлівна

Керівник \_\_\_\_\_ проф. Малюта Л.Я.  
Нормоконтроль \_\_\_\_\_ доц. Стойко І.І.  
Рецензент \_\_\_\_\_ проф. Кирич Н.Б.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
Факультет економіки та менеджменту  
Кафедра управління інноваційною діяльністю та сферою послуг

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри управління  
інноваційною діяльністю та сферою  
послуг

\_\_\_\_\_ Р.П. Шерстюк  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 року

**З А В Д А Н Н Я НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

на здобуття освітнього ступеня МАГІСТР

за спеціальністю 073 «Менеджмент», спеціалізації «Управління  
інноваційною діяльністю»

студенту Пончик Мар'яні Михайлівні  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Управління фінансовим забезпеченням інноваційної  
діяльності підприємства (на прикладі ТОВ «Агроцентр-  
технологій»)

керівник роботи д.е.н., професор Малюта Л. Я  
( прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ректора від 30.09.2020 № 4\7-706

2. Строк подання студентом проекту (роботи) 10.12.2020

3. Вихідні дані до проекту (роботи) Матеріали виробничо-господарської  
діяльності ТОВ «Агроцентр-технологій»

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно  
розробити)

Анотація. Вступ. Теоретико-методичний розділ. Аналітично-  
розрахунковий розділ. Проектно-рекомендаційний розділ. Охорона праці та  
безпека в надзвичайних ситуаціях. Висновки. Перелік використаних  
джерел.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)  
Ілюстративні матеріали за змістом кваліфікаційної роботи магістра в  
кількості 10-15од.

## 6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
<i>Охорона праці</i>	<i>д.е.н., доц. Шерстюк Р.П.</i>		
<i>Безпека в надзвичайних ситуаціях</i>	<i>ст. викладач Стручок В.С.</i>		

7. Дата видачі завдання 25.09.2020

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів проекту ( роботи )	Примітка
1	Розділ 1. Теоретико-методичний	10.11.2020	
2	Розділ 2. Аналітично-розрахунковий	20.11.2020	
3	Розділ 3. Проектно-рекомендаційний	01.12.2020	
4	Охорона праці та безпека в надзвичайних ситуаціях	05.12.2020	
5	Висновки	05.12.2020	
	Перелік використаних джерел	05.12.2020	
6	Графічна частина (ілюстративні матеріали)	10.12.2020	

Студент \_\_\_\_\_ Пончик М.М.  
( підпис ) ( прізвище та ініціали )

Керівник роботи \_\_\_\_\_ Малюта Л.Я.  
( підпис )

## АНОТАЦІЯ

*Пончик М.М. Управління фінансовим забезпеченням інноваційної діяльності підприємства (на прикладі ТзОВ «Агроцентр-технологій»).*

Кваліфікаційна робота магістра ( 98 с., 9 рис., 26 табл., 64 літ. джерел) за спеціальністю 073 «Менеджмент» спеціалізації «Управління інноваційною діяльністю». – Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. Факультет економіки та менеджменту. – Тернопіль, 2020.

Дана магістерська робота присвячена розгляду питань фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємства, яке займається впровадженням інноваційної, екологічно чистої продукції нового покоління в сфері агробізнесу. У контексті цього досліджено теоретичні основи інноваційної діяльності, напрями, засоби та джерела фінансового її забезпечення; проаналізовано основні показники фінансово-господарської діяльності ТзОВ «Агроцентр-технологій», проведено стратегічний аналіз його інноваційної діяльності; обґрунтовано основні напрями забезпечення активізації інноваційної діяльності досліджуваного підприємства та пошук можливостей і альтернатив їх фінансування.

*Ключові слова:* інновації, інноваційна діяльність, інноваційний розвиток, фінансова діяльність, фінансування, управління.

*Практична значимість роботи.* Результати проведеного дослідження створюють основу для подальших досліджень й практичного вирішення проблеми управління фінансовим забезпеченням інноваційної діяльності підприємства, яке займається впровадженням екологічно чистої продукції нового покоління в сфері агробізнесу і можуть бути використані ТзОВ «Агроцентр-технологій» у процесі покращення його виробничо-господарської та фінансової діяльності, що засвідчує представлена довідка (додаток А).

## ANNOTATION

*Ponchyk M.M. Finance support management of an enterprise innovation activity (LLC "Agrocenter-technologies" as a case study).*

Qualification work of the master (98 p., 9 fig., 26 tabl., 64 lit. sources) on a specialty 073 "Management" of a specialization "Management of innovative activity". – Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University. Faculty of Economics and Management. – Ternopil, 2020.

This master's thesis is devoted to the issues of financial support of innovative activity of the enterprise, which is engaged in the introduction of innovative, environmentally friendly products of the new generation in the field of agribusiness. In this context, the theoretical foundations of innovation, directions, means and sources of its financial support are studied; the main indicators of financial and economic activity of LLC "Agrocenter-technologies" are analyzed, the strategic analysis of its innovative activity is carried out; the main directions of ensuring the intensification of innovative activity of the researched enterprise and the search for opportunities and alternatives for their financing are substantiated.

*Key words:* innovations, innovative activity, innovative development, financial activity, financing, management.

*The practical significance of the work.* The results of the study provide a basis for further research and practical solution to the problem of financial management of innovative activities of the enterprise, which is engaged in the introduction of environmentally friendly products of the new generation in agribusiness and can be used LLC "Agrocenter-technologies" in improving its production and economic and financial activities, certifying the submitted certificate.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, НАПРЯМИ, ЗАСОБИ ТА ДЖЕРЕЛА ФІНАНСОВОГО ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ...	11
1. Інновації як чинник успішного та ефективного економічного розвитку сучасних підприємств.....	11
1.2. Інноваційна діяльність вітчизняних підприємств та пошук шляхів і джерел для її активізації.....	15
1.3. Характеристика основних джерел та методів фінансування інноваційної діяльності.....	24
Висновки до розділу 1.....	29
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗУВАННЯ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ТА ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТЗОВ «АГРОЦЕНТР-ТЕХНОЛОГІЙ».....	31
2.1. Загальна характеристика досліджуваного підприємства, його інноваційної продукції та послуг.....	31
2.2. Аналіз основних показників фінансово-господарської діяльності ТЗОВ «Агроцентр-технологій».....	36
2.3. Стратегічний аналіз у контексті фінансового забезпечення інноваційної діяльності ТЗОВ «Агроцентр-технологій».....	44
Висновки до розділу 2.....	55
РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТЗОВ «АГРОЦЕНТР-ТЕХНОЛОГІЙ» ТА ПОШУК МОЖЛИВОСТЕЙ І АЛЬТЕРНАТИВ ЇЇ ФІНАНСУВАННЯ.....	57
3.1. Обґрунтування пріоритетів інноваційної діяльності ТЗОВ «Агроцентр-технологій» на ринку агропродукції та стратегій її реалізації.....	57
3.2. Оновлення матеріально-технічної бази підприємства та впровадження технічних інновацій.....	69
3.3. Прогнозування результатів інноваційної діяльності ТЗОВ «Агроцентр-технологій» на основі показників фінансової ефективності.....	71
Висновки до розділу 3.....	80

РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА У НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ.....	83
4.1. Організація охорони праці досліджуваного підприємства ТзОВ «Агроцентр-технологій».....	83
4.2. Навчання та інструктажі працівників із питань охорони праці на підприємстві.....	86
ВИСНОВКИ.....	88
ПЕРЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	93
ДОДАТКИ.....	99

## ВСТУП

*Актуальність теми.* Для України проблема активізації інноваційної діяльності надзвичайно актуальна, тому що питання підвищення ефективності виробництва потрібно вирішувати кожній підприємницькій структурі. Однак, з іншої сторони, впровадження та розвиток інноваційних процесів потребує належної фінансової підтримки. Оскільки, як відомо, відсутність достатнього обсягу фінансових ресурсів спричиняє фінансовий дисбаланс, втрату належного рівня конкурентоспроможності та, в кінцевому рахунку, може привести й до банкрутства.

Проблема фінансового забезпечення інноваційної діяльності вітчизняних підприємств, яка є предметом нашого дослідження, є надзвичайно актуальною в умовах сьогодення і вимагає формування концептуальних рішень щодо її вирішення.

Як відомо, вагомий внесок у розвиток фундаментальних досліджень щодо інноваційної діяльності зробили вчені-класики: П. Друкер, С. Фріман, Й. Шумпетер, М. Кондратьєв, М. Туган-Барановський. На сучасному етапі даною проблематикою займається чимало науковців, серед яких відомими є праці: Б. Андрушківа, Л. Антонюк, А. Гальчинського, С. Ілляшенка, М. Йохни, Н. Краснокутської, О. Кузьміна, О. Лапко, Л. Малюти, В. Нижника, В. Стадник, В. Череп, Н. Чухрай та багато інших. Що стосується проблем фінансування та фінансового забезпечення інноваційної діяльності їм присвятили свої дослідження вітчизняні науковці: В. Александрова, В. Боронос, Г. Возняк, А. Гуца, Л. Дікань, В. Зянько, Я. Жаліло, О. Москаль, С. Онишко, А. Почтовюк, Л. Федулова та інші.

Незважаючи на багатогранність наукових розробок та досліджень зазначеної проблематики, актуальними на сьогодні залишаються питання визначення напрямів активізації інноваційної діяльності, використання ефективних методів управління, дієвих засобів і джерел її фінансування, що й зумовило вибір теми, мети і завдань даного магістерського дослідження.



*Метою даної магістерської роботи є дослідження теоретичних засад та вироблення практичних рекомендацій щодо фінансового забезпечення інноваційної діяльності вітчизняних підприємств в сучасних умовах господарювання.*

*Предметом дослідження є інноваційні процеси та потенціал розвитку агропідприємств, обґрунтування напрямів та джерел фінансування їх інноваційної діяльності.*

*Об'єктом дослідження є виробничо-господарська, фінансова та інноваційна діяльність досліджуваного підприємства ТЗОВ «Агроцентр-технологій».*

*Для досягнення поставленої мети в роботі запропоновано вирішити наступні завдання:*

- вивчити теоретичну та економічну сутність інновацій, інноваційних процесів та інноваційної діяльності;*
- дослідити стан та тенденції здійснення інноваційної діяльності вітчизняних підприємств в сучасному конкурентному середовищі ведення бізнесу;*
- розглянути основні напрями, методи та джерела фінансового забезпечення інноваційної діяльності у контексті її активізації;*
- проаналізувати виробничо-господарську та фінансову діяльність досліджуваного підприємства ТЗОВ «Агроцентр-технологій» для забезпечення його інноваційного розвитку та активізації інноваційної діяльності;*
- на основі проведеного стратегічного аналізу оцінити можливості та загрози, сильні та слабкі сторони досліджуваного підприємства, окреслити його інноваційну стратегію з визначеними орієнтирами розвитку сучасних агротехнологій для ринку АПК;*
- обґрунтувати пріоритети інноваційної діяльності ТЗОВ «Агроцентр-технологій» на ринку агропродукції та стратегії її реалізації ;*
- запропонувати інноваційні проекти розвитку підприємства та визначити методи та джерела їх фінансування;*

- на основі регресійного моделювання визначити напрями фінансування та вкладення коштів у інноваційну діяльність досліджуваного підприємства.

*Методологічною основою дослідження є:* теоретичний пошук та систематизація наукових досліджень на основі використання загальнонаукових методів: спостереження, порівняння, аналізу та синтезу; системний та стратегічний аналіз. У роботі також використовувались методи наукової абстракції, індукції та дедукції, ретроспективного аналізу, математичного моделювання та прогнозування, табличний та графічний методи.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, НАПРЯМИ, ЗАСОБИ ТА ДЖЕРЕЛА ФІНАНСОВОГО ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

### 1. Інновації як чинник успішного та ефективного економічного розвитку сучасних підприємств

Як бачимо, активізація інноваційної діяльності сьогодні набуває особливого значення, оскільки без неї неможливі прогресивні структурні зрушення і забезпечення сталого соціально-економічного розвитку держави. Лише за умови опанування інноваційного шляху розвитку Україна зможе зайняти належне місце в Європі та здобути міцні позиції на світовій арені.

Отже, інновації – це винятково важлива економічна категорія сучасності. Адже саме їх розглядають як домінуючий ресурс для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств та їх продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Як відомо, дане визначення в перекладі з англійської (англ. innovation) означає науково-технічне досягнення, нововведення, результат впровадження новизни. Однак у ХІХ ст. його використовували культурологи, і воно означало “впровадження деяких елементів одної культури в іншу” [25, с. 21].

Бачимо, що від часу виникнення поняття «інновація» минуло чимало часу. Цікавим є той факт, що біля джерел інноваційної теорії економічного розвитку був український учений, перший міністр фінансів Української Народної Республіки, економіст-класик світового рівня Михайло Туган-Барановський. А завершив його лінію, сформулювавши на її базі цілісну інноваційну теорію, австрійський економіст Йозеф Шумпетер у праці «Теорія економічного розвитку» (1911 р.) [46]. Щоправда, тоді йшлося не власне про інновації, а лише про “нові комбінації” засобів виробництва, якими визначали форму та зміст економічного розвитку. Термін «інновація» Й. Шумпетер використав пізніше, в 1930-х роках. Під ним розуміли зміну з метою

впровадження й використання нових властивостей споживчих товарів, виробничих і транспортних засобів, ринків та форм організації в промисловості. Проте ця проблематика ще довго залишалась осторонь основного потоку економічних досліджень. Інтерес до інновацій значно посилювався у 1960-ті роки – з прискоренням темпів НТП [30, с. 33-34].

Отже, за визначенням Й. Шумпетера виділяють п'ять типів інновацій:

1. Виготовлення нового, невідомого споживачам виробу або введення нової якості цього виробу.
2. Запровадження нового методу виробництва.
3. Освоєння нового ринку збуту, незалежно від того, чи був він раніше.
4. Відкриття нового джерела постачання сировини і напівфабрикатів.
5. Реорганізація виробництва і забезпечення його монопольного становища або руйнування монополії конкурента [46, с. 21].

Відомий економіст П. Друкер ще у 1954 р. стверджував, що для забезпечення споживачів підприємство має здійснювати дві функції: інновацію і маркетинг [53, с. 107]. Власне від реалізації другої функції значною мірою залежить результативність усіх інноваційних процесів, тобто забезпечення успіху першої.

Правильність даного висновку пояснюється зростанням ролі маркетингу у створенні та генеруванні нових ідей. Сучасні тренди розвитку світової економіки свідчать, що на шляху від проведення наукових досліджень до успішного виходу на ринок виживають лише 10% розробок [43, с. 14]. Зрозуміло, що за таких умов найважливіше значення має якнайшвидше виявлення ідей, які забезпечать лідерство при здійсненні всіх етапів інноваційного процесу та підвищенні ефективності інноваційної діяльності.

Сьогодні проблема продукування та провайдингу інновацій вилилася в „бурхливий потік” досліджень. В даному напрямку працюють, розвиваючи його, такі вчені як: Б. Андрушків, Л. Антонюк, А. Гальчинський, В. Геєць, М. Йохна, С. Ілляшенко, В. Зянько, О. Лапко, Л. Малюта, О. Продіус, І. Стойко, А. Череп, Л. Федулова, Н. Чухрай та інші [7; 8; 10; 14; 22; 23; 25; 28; 30; 34; 36; 41; 43; 44]. Одні науковці звертають увагу на те, що інновація – це

“процес”, інші вказують, що “діяльність”, окремі зазначають, що це “якісні зміни”, “прибуткове використання” чи “нова комбінація”.

Таким чином, бачимо, що у науковій літературі інновацію розглядають як широке поняття; її сутність значною мірою залежить від місця виникнення (сектор економіки, галузі, вид економічної діяльності) та цілей, окреслених перед інноваційною діяльністю або в процесі дослідження цього явища, тобто залежно від об’єкта і предмета дослідження. Одні автори, аналізуючи дане поняття, розуміють під ним об’єкти впровадження, розглядають інновацію як ідею, практику чи продукт, що сприймаються як нові; інші ж – процес, котрий приводить до виникнення нового. Численні автори ідентифікують визначення “нововведення” й “інновація”; це поширено як у вітчизняній, так і в зарубіжній літературі, де інновація є синонімом нововведення і може бути використана поряд із ним [30, с. 26].

Провівши аналіз зарубіжних та вітчизняних літературних джерел щодо визначення терміну «інновація», ми сформуваємо таблицю визначень, яка представлена у додатку Б.

Таким чином, проаналізувавши варіацію тлумачень поняття «інновація», можна зробити висновок, що це новий конкурентоспроможний продукт, який призначений для задоволення потреб кінцевого споживача з однієї сторони, а для підприємства є джерелом отримання доходу, який можна спрямувати в розвиток, підвищення його економічної ефективності та посилення конкурентних переваг на ринку, тобто продукт, який приносить економічний, соціальний та інші ефекти для суспільства.

Своєю чергою, інноваційний процес – це послідовність етапів створення та просування на ринок інноваційного продукту (інновації), який передбачає використання фінансових, матеріальних, інтелектуальних та інших видів ресурсів. Як зазначає С. Ілляшенко, необхідність глибшого розуміння сутності даного поняття особливо загострилася в останні чверті минулого століття, коли виникли ознаки того, що інноваційний процес – комплексніша категорія, ніж вважали раніше, окремі елементи якої виходять за межі досліджень і розробок,

впливаючи не лише на темпи розповсюдження інновацій, а й на розуміння суті інноваційних процесів [24, с. 52].

Враховуючи особливості інноваційного процесу та необхідність зворотного зв'язку у ньому, а також основні його складові елементи, слід зазначити, що найбільш обґрунтованою в умовах сьогодення є його лінійно-функціональна модель, яка передбачає послідовність етапів, представлених на рис. 1.1. [7, с. 24].

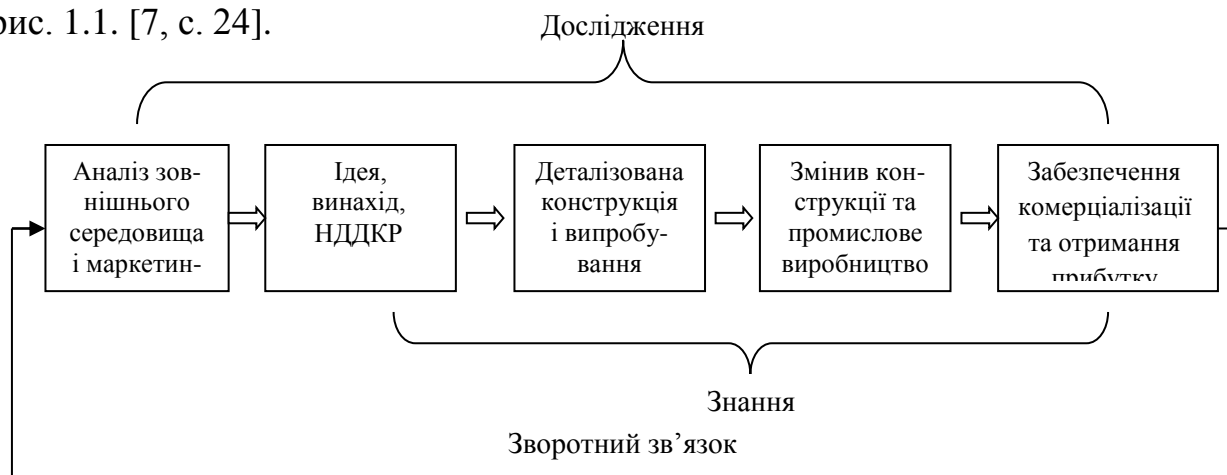


Рис. 1. Лінійно-функціональна модель інноваційного процесу

Поряд з інноваційним процесом виділяють й інноваційну діяльність, яка передбачає власне продукування (розроблення і виготовлення), впровадження і реалізацію новацій (включаючи маркетинговий супровід) називають інноваційною.

У Законі України «Про інноваційну діяльність» ми знаходимо таке її трактування: це діяльність, що спрямована на використання та комерціалізацію результатів наукових досліджень та напрацювань і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг [1].

Аналізуючи зарубіжні джерела, бачимо що у світовій практиці, визначаючи зміст інноваційної діяльності, використовують ширше визначення, яке охоплює також розширення та відновлення номенклатури, поліпшення якості продукції (товарів, послуг), що випускається, удосконалення технології їх виробництва з подальшим запровадженням та ефективною реалізацією на внутрішньому чи зовнішньому ринках [53–57].

Загалом, слід зазначити, що ключовою метою інноваційної діяльності є забезпечення конкурентоспроможності на усіх рівнях господарювання: мікро-,

мезо- та макро за рахунок комерціалізації новацій, на основі використання наукових розробок, досягнень, креативного мислення та знань, передового досвіду тощо. Саме конкурентоспроможність є тим фактором, що приводить до підвищення прибутковості, ділової активності, ефективності діяльності суб'єкта господарювання, сприяє його розвитку та успіху на ринку.

## **1.2. Інноваційна діяльність вітчизняних підприємств та пошук шляхів і джерел для її активізації**

У наукових дослідженнях стратегічного аспекту управління інноваційна діяльність виділяється лише окремим засобом досягнення цілей в структурі стратегії загального розвитку. Як відомо, власне загальна стратегія розвитку підприємства формує основу, на якій базується інноваційна стратегія, визначає її сутність та напрями діяльності.

Цілеспрямовані стратегії розвитку організації в виробничій, збутовій чи управлінській сферах тісно пов'язані із інноваціями. Інновації в стратегіях розвитку діяльності підприємств можуть бути спрямовані на одержання нових продуктів, технологій і послуг чи загального менеджменту фірми.

На формування рамок умов здійснення інноваційної діяльності підприємства впливають базисні процеси його діяльності, а також можливості зростання його інноваційного потенціалу, включаючи візію (бачення) майбутнього його розвитку у контексті реалізації загальної стратегії.

Критичний аналіз досліджень стратегії інноваційного розвитку суб'єктів господарювання вітчизняних і зарубіжних учених: І. Ансоффа, П. Друкера, А. Гальчинського, В. Гейця, Й. Шумпетера Ф. Янсена [6; 14; 19; 46; 51; 53] показує, що стратегічне планування дає змогу сфокусувати дії на певних цілях, а для забезпечення їх досягнення розробляють стратегічні завдання спрямовані на інноваційну діяльність.

Очевидно, що кожне підприємство має свої ключові індивідуальні конкурентні компетенції, які дають переваги на певних ринках, які з часом

втрачаються, а тому стратегії їх інноваційного розвитку будуть унікальними. Тож потрібно встановити концептуальні принципи формування стратегії інноваційного розвитку відповідно до індивідуальних конкурентних компетенцій підприємства та ринкових потреб.

На сьогодні для України важливим є не тільки теоретичні напрацювання щодо активізації інноваційної діяльності суб'єктів господарювання, але й визначення пріоритетів реалізації інноваційної моделі економіки з метою підвищення її ефективності. Аналізуючи наукові дослідження [14; 16; 24; 38; 49] бачимо, що для формування стратегії інноваційного розвитку використовують різноманітні моделі і методи реалізації потенціалу підприємства в змінних умовах зовнішнього середовища у рамках обраної місії і прийнятої мотивації діяльності, а також у відповідності до модифікації існуючих та формуванням нових ринків збуту.

Законодавчо перехід України на інноваційний тип розвитку та формування напрямів активізації інноваційної діяльності визначено рядом нормативних документів (закони, укази Президента, підзаконні акти у формі постанов уряду, наказів центральних органів виконавчої влади тощо), Конституцією та законодавчою базою, зокрема законами України «Про інноваційну діяльність», «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні», «Про науково і науково-технічну діяльність» [1-3], які визначають правові, економічні та організаційні засади державного регулювання інноваційної діяльності в Україні, встановлюють форми стимулювання державних інноваційних процесів і спрямовані на підтримку розвитку економіки України інноваційним шляхом.

Як відомо, до основних об'єктів інноваційної діяльності належать інноваційні проекти, результати інтелектуальної праці, новітні технології, нові організаційно-технічні підходи, поліпшення інфраструктури тощо. Реалізація усіх зазначених видів обумовлює необхідність фінансового забезпечення. Часто саме відсутність належного фінансування не дозволяє реалізувати на практиці цікаві інноваційні ідеї та проекти. Таким чином, фінансове забезпечення інноваційної діяльності – це комплекс методів та важелів впливу на інноваційну



діяльність, який реалізується в різних формах через відповідну систему фінансування [5, с. 26].

На основі дослідження у наукових працях вітчизняних учених економічної сутності поняття «фінансове забезпечення» [4; 5; 18; 31; 32; 47], виділимо такі ключові аспекти даного визначення:

- отримання суб'єктом господарювання грошових фондів;
- забезпечення грошовим капіталом;
- мобілізація фінансових ресурсів для забезпечення розвитку;
- заходи, спрямовані на покриття потреби підприємства в капіталі;
- покриття витрат за рахунок фінансових ресурсів;
- сукупність економічних відносин, пошуку, залучення й ефективного використання фінансових ресурсів та організаційно-управлінських принципів;
- формування цільових грошових фондів;
- безперервність відтворювальних процесів
- забезпечення грошовими ресурсами для різного роду цілей, у т. ч. й для активізації інноваційної діяльності;

Аналіз наукової літератури [5; 18; 32; 42] дозволив встановити, що основними фінансовими інтересами підприємства у контексті фінансового забезпечення його діяльності, у т.ч. й інноваційної, є:

- 1) забезпечення основним і оборотним капіталом;
- 2) максимізація прибутку підприємства;
- 3) забезпечення інвестиціями;
- 4) зростання ринкової вартості підприємства.

Забезпечення основним і оборотним капіталом підприємства свідчить про ефективну його комерційну діяльність; зростання прибутку та ліквідності.

Максимізація прибутку підприємства вимагає оптимізації дивідендних виплат, стимулювання праці, повернення кредитів та зниження витрат на виробництво та реалізацію продукції, робіт чи послуг.

Зростання ринкової вартості підприємства можливо за рахунок забезпечення зростання ринкової ціни його акцій, покращання іміджу, торгової марки та ділової репутації.

Забезпечення інвестиціями сприятиме розвитку підприємства на усіх етапах його життєвого циклу.

Загалом, сукупність усіх зазначених напрямів фінансового забезпечення підприємства сприятиме ефективному розвитку та активізації його інноваційної діяльності.

Узагальнюючи літературні джерела [19; 33; 37] представимо у таблиці 1.1 ключові показники та характеристики фінансового забезпечення за результатами ведення бізнесу.

Таблиця 1.1

Ключові показники та характеристики фінансового забезпечення за результатами ведення бізнесу

Показники фінансового забезпечення та їх критеріальна характеристика	Значення показників		
	Позитивні	Нейтральні	Негативні
Обсяги фінансових ресурсів підприємства.	великі	середні	обмежені
Джерела формування фінансових ресурсів підприємства.	значна кількість диференційованих джерел	кілька джерел	одне джерело
Напрямки та обсяги використання фінансових ресурсів підприємства.	на інноваційний розвиток	виробництво = = споживання	споживання
Співвідношення доходів і витрат підприємства	> 1	= 1	< 1
Співвідношення обсягів внутрішніх і зовнішніх джерел формування фінансових ресурсів підприємства.	> 1	= 1	< 1
Фінансові інтереси підприємства	сприяння розвитку бізнесу	утримання позицій на ринку	виживання на ринку
Обрана стратегічна і оперативно-тактична модель фінансування активів	змішана	агресивна	агресивна
Рівень фінансового ризику та обсяги сформованого прибутку підприємства	прибуток домінує над ризиком	прибуткові ризики врівноважені	ризик домінує надприбутком
Рівень прибутку і його достатність	обсяг прибутку від основної діяльності достатній	обсяг прибутку від основної діяльності недостатній	Домінують збитки

1	2	3	4
Частка і якість позикових коштів у складі фінансових ресурсів підприємства.	у складі позикових ресурсів переважають довгострокові позикові кошти (більше60%)	у складі позикових ресурсів співвідношення довгострокових і короткострокових по 50%	у складі позикових ресурсів переважають короткострокові позикові кошти (більше60%)
Наявність резервів і здатність підприємства швидко забезпечити мобілізацію фінансових ресурсів з різних, джерел.	Достатні ресурси, є можливість швидко мобілізувати кошти	резерви є, можливість мобілізації коштів обмежена	можливість мобілізації коштів відсутня
Гнучкість системи фінансового планування	висока гнучкість	середня гнучкість	жорсткі плани
Здатність фінансової системи підприємства до необхідних змін під впливомзовнішнього і внутрішнього середовища.	висока	середня	відсутня

Інформаційне забезпечення для аналізу даних представленої вище таблиці складається зі статистичної, економічної, комерційної, фінансової та іншої інформації. Як відомо, повна, своєчасна та достовірна інформація дозволяє приймати ефективні управлінські рішення у напрямі вибору необхідних джерел фінансування розвитку та активізації інноваційної діяльності.

Досліджуючи питання інноваційної діяльності, бачимо, що в Україні показник інноваційної активності є значно нижчим (15–20%), ніж у розвинутих країнах світу – 60–75%, при чому за останні роки він знизився від 18,9% у 2016 році до 15,8 % у 2019 році (див. рис.1.2 та табл.1.2).

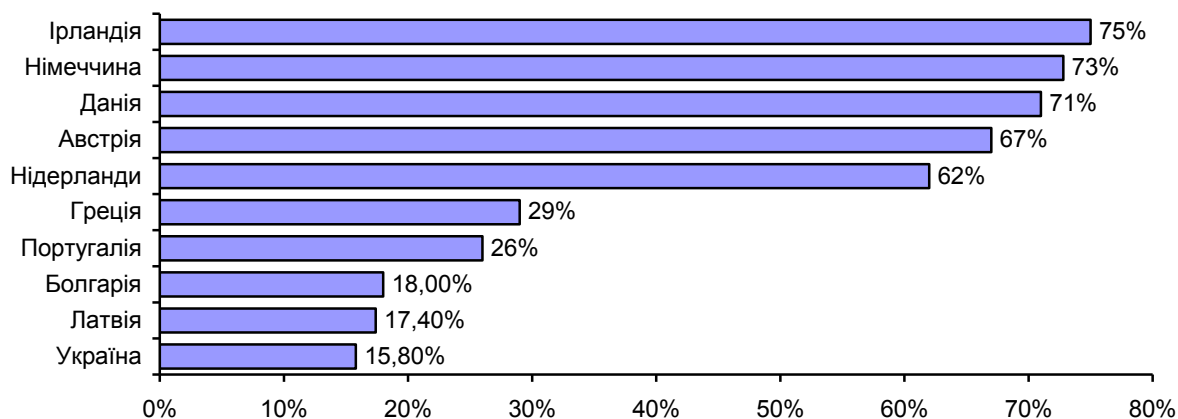


Рис. 1. 2. Питома вага інноваційно активних підприємств у загальній кількості промислових підприємств розвинутих європейських країн

Динаміка основних показників інноваційної діяльності вітчизняних підприємств 2015-2019р.р.

№ п.п.	Показники інноваційної діяльності підприємств	Роки				
		2015	2016	2017	2018	2019
1.	Кількість інноваційно активних промислових підприємств, одиниць	824	834	759	777	782
	% до загальної кількості промислових підприємств	17,3	18,9	16,2	16,4	15,8
2.	Витрати на інновації промислових підприємств, млн. грн.	13813,7	23229,5	9117,5	12180,1	14220,9
	% до загального обсягу реалізованої промислової продукції (товарів, послуг)	0,8	0,7	0,4	0,4	0,5
3.	Кількість промислових підприємств, що впроваджували інновації (продукцію та/або технологічні процеси), одиниць	723	735	672	739	687
	% до загальної кількості промислових підприємств	15,2	16,6	14,3	15,6	13,8
4.	Кількість упроваджених у виробництво нових технологічних процесів промисловими підприємствами, одиниць	1217	3489	1831	2002	2318
	з них нових або суттєво поліпшених маловідходних, ресурсозберігаючих технологічних процесів, одиниць	458	748	611	926	857
5.	Кількість упровадженої інноваційної продукції (товарів, послуг) промисловими підприємствами, одиниць	3136	4139	2387	3843	2148
	з них нових та/або вдосконалених видів машин, обладнанням, одиниць	966	1305	751	920	760
6.	Обсяг реалізованої інноваційної промислової продукції (товарів, послуг) млн.грн.	23050,1	25669,0	17714,2	24861,1	34264,9
	% до загального обсягу реалізованої промислової продукції (товарів, послуг)	1,4	2,5	0,7	0,8	1,3

Проведені дослідження основних показників інноваційної діяльності вітчизняних підприємств за 2015-2019р.р.показали, що їх інноваційна активність знижується: 2016 р. – 18,9%, 2017 р. – 16,2 %, 2018 р.– 16,4%, 2019 р. – 15,8%; знижується й кількість промислових підприємств, що впроваджували інновації, відповідно їх кількість становила: 2016 р. – 735, 2017 р. – 672, 2018 р.– 739, 2019 р. – 687.

Знижується фінансування інноваційної діяльності, зокрема витрати на інновації з 23229, 5 млн. грн. у 2016 році знизилась до показника 14220,9 млн. грн. у 2018 році, тобто в 1,6 рази. Найнижчим показником за досліджуваний

період характеризується 2017 рік – 9117,5 млн. грн., що в 1,5 рази менше від 2015 р., та в 2,5 рази менше від 2016 р.

Як свідчать дані табл.1.2, у розрізі кількості упроваджених у виробництво нових технологічних процесів промисловими підприємствами та їх інноваційної продукції, також спостерігаємо спад у 2017-2019р.р. у порівнянні з 2016р. Зокрема кількість упроваджених у виробництво нових технологічних процесів промисловими підприємствами, з показника 3489 одиниць у 2016 р., поступово коливалась (2017р. – 1831од., 2018р. – 2002 од.) і у 2019 р. становила 2318 одиниць. Відповідно кількість упровадженої інноваційної продукції (товарів, послуг) знижувалась поступово від показника 4139 одиниць у 2016 р. до показника 2148 одиниць у 2019 р., тобто в 2 рази.

Однак, із даних табл.1.2 бачимо, що обсяг реалізованої інноваційної промислової продукції (товарів, послуг) за досліджуваний період 2015-2019рр. зростає в 1,5 рази: з 23050,1 млн. грн. у 2015 р. відповідно до 34264,9 млн. грн. у 2019р. Проте беручи до уваги співвідношення даного показника до загального обсягу реалізованої промислової продукції, то спостерігаємо, що він впродовж періоду коливався (2015 р. –1,4; 2016 р. – 2,5; 2017 р. – 0,7; 2018 р. – 0,8) і у 2019 р. становив 1,3, тобто суттєво за п'ять років не змінився (для порівняння 2015 р. –1,4).

Розглянемо також основні джерела фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств впродовж 2015-2019р.р.(табл.1.3).

Таблиця 1.3

Джерела фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств  
у 2015-2019р.р.

№ п.п.	Джерела фінансування	2015 рік		2018 рік		2019 рік	
		млн. грн.	у % до загального обсягу	млн. грн.	у % до загального обсягу	млн. грн.	у % до загального обсягу
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Усього кошти для фінансування інновацій	13813,7	100,0	12180,1	100,0	14220,9	100,0
2.	Власні кошти підприємств	13427,0	97,2	10742,0	88,2	12474,9	87,7

Продовження табл.1.3

1	2	3	4	5	6	7	8
3.	Кошти державного бюджету	55,1	0,4	639,1	5,2	556,5	3,9
4.	Кошти місцевих бюджетів	38,4	0,3	13,4	0,1	109,9	0,8
5.	Кошти інвесторів-резидентів	74,3	0,5	109,7	0,9	72,3	0,5
6.	Кошти інвесторів-нерезидентів	58,6	0,4	107,0	0,9	42,5	0,3
7.	Внутрішні кредитні ресурси	113,7	0,8	473,9	3,9	853,2	6,0
8.	Кошти інших джерел фінансування	46,6	0,4	95,0	0,8	111,6	0,8

Із даних табл. 1.3 спостерігаємо, що левову частку у структурі джерел фінансування інноваційної діяльності вітчизняних підприємств становлять їх власні кошти (2015 р. – 97,2%, 2018 р. –88,2%, 2019р–87,7%). Однак, бачимо, що за п'ять останніх років їх частка зменшилась майже на 10%. І цей перерозподіл відбувся в основному за рахунок збільшення частки бюджетних коштів (відповідно кошти державного бюджету у 2015 р. – 0,4%, а у 2019р. – 3,9%, місцевих: 2015 р. – 0,3%, 2019р – 0,8%) та внутрішніх кредитних ресурсів (2015 р. – 0,8 %, 2018 р. – 3,9%, 2019р – 6 %).

Загалом, аналізуючи інноваційну діяльність вітчизняних підприємств бачимо, що за останні роки їх інноваційна активність знижується, фінансування інновацій як зі сторони держави, так і недержавних організацій, є недостатнім. Отже, потрібно здійснювати активний пошук шляхів стимулювання інноваційної діяльності та джерел її фінансування.

Як відомо, головною передумовою здійснення інноваційних процесів та активізації інноваційної діяльності є сприятливе інноваційне середовище, якість якого в Україні поліпшується, на жаль, дуже повільно. Це пов'язано з тим, що в сучасному українському наукомісткому секторі залишається значна кількість системних перешкод, які стримують інноваційний розвиток країни.

За результатами опитування щодо факторів впливу на інноваційну діяльність та їх оцінювання, Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ) у оприлюдненому звіті Global Innovation Index 2019, в якому порівнюється інноваційна діяльність 129 країн та економік світу, традиційно

визначила глобальний інноваційний індекс, за яким Україна посідає 47 місце (в минулому році вона займала 43-тє позицію). Найбільш інноваційно активною країною визнано Швейцарію, за нею йдуть США, Нідерланди та Велика Британія. Поряд з нашою країною у загальному рейтингу межують Чорногорія, Росія, Грузія, Туреччина, Румунія (відповідно 45, 46, 48, 49 та 50 місця) [59].

Як відомо, Глобальний індекс займає перше місце серед всіх інших індексів інноваційної активності й став ключовим контрольним показником, що сприяє діалогу між приватним і державним секторами. Він дозволяє на постійній основі проводити оцінку факторів, що впливають на інноваційну діяльність, включаючи 22 ключові чинники впливу на узагальнюючий показник. Розглянемо позиції нашої держави за даними показниками (табл.1.4).

Таблиця 1.4

Оцінювання та складання рейтингу ключових факторів впливу на інноваційну діяльність вітчизняних підприємств

№ п.п.	Ключові фактори впливу на інноваційну діяльність	Місце із 129 позицій країн
1	Політична та операційна стабільність	125
2	Екологічна стійкість	120
3	Інвестиції	115
4	Легкість вирішення проблеми неплатоспроможності	115
5	Верховенство права	107
6	Ефективність уряду	95
7	Загальна інфраструктура	95
8	Урядові онлайн-послуги	92
9	Кредитування	91
10	Креативні товари і послуги	91
11	Кредитування приватного сектора	86
12	Інформаційні та комунікаційні технології	81
13	Легкість початку бізнесу	48
14	Вплив на знання	47
15	Поширення знань	47
16	Креативність в онлайн	43
17	Кваліфіковані працівники	45
18	Освіта	43
19	Вища освіта	37
20	Легкість отримання кредитів	29
21	Нематеріальні активи	17
22	Створення нових знань (патенти, винаходи)	17

Таким, чином бачимо, що найгірша картина спостерігається за показниками політичної та операційної стабільності, екологічної стійкості, залучення інвестицій, верховенства права та ін., які стрімко понижують наш рейтинг. Однак серед позитивних моментів слід назвати фактори інтелектуального розвитку та освітнього рівня: створення нових знань (патентів, винаходів, корисних моделей), нематеріальні активи, рівень освіти, тощо.

Зазначені позитивні чинники щодо забезпечення інноваційної діяльності в розрізі інтелектуального розвитку та високого освітнього рівня, створення нових знань вимагають побудови нової стратегічної її моделі, орієнтованої на перспективу. А успіх та ефективність цієї діяльності в значній мірі визначається формами і способами її фінансового забезпечення та підтримки.

### **1.3. Характеристика основних джерел та методів фінансування інноваційної діяльності**

Як відомо, фінансування інноваційної діяльності – це процес акумулювання та розподілу грошових коштів, що спрямовуються на інноваційний розвиток та забезпечення активізації інноваційної діяльності вітчизняних підприємств.

Відповідно, система фінансування інноваційної діяльності покликана вирішувати такі ключові завдання як: створення сприятливих умов для продукування та провайдингу інновацій; збереження і розвиток стратегічного інноваційного потенціалу в пріоритетних напрямках розвитку; створення необхідних умов для збереження та розвитку інтелектуально-кадрового потенціалу в усіх галузях національної економіки.

Принципи організації фінансування інноваційної діяльності припускають множинність джерел фінансування. Аналізуючи літературні джерела [25; 32; 42; 47] бачимо, що виділяють: внутрішнє фінансування інноваційної діяльності, у вигляді власних та прирівняних до них фінансових ресурсів та зовнішнє



фінансування: залучення і використання коштів держави, фінансово-кредитних установ, окремих громадян та нефінансових організацій.

Зокрема, В. Занько у своїх наукових дослідженнях [25] виділяє наступну класифікацію джерел фінансового забезпечення інноваційної діяльності та фінансування інноваційних проектів:

- власні фінансові ресурси (прибуток, амортизаційні відрахування, кошти, які виплачують страхові органи як відшкодування), а також інші види активів (основні фонди, земельні ділянки тощо) та залучені кошти (від продажу акцій, добродійні чи інші внески, кошти, які виділяють вищі за рівнем холдингові чи акціонерні компанії, промислово-фінансові групи на безоплатній або пільговій основі);

- асигнування з державного, регіональних і місцевих бюджетів, фонду підтримки підприємництва, надані на безоплатній основі;

- іноземні інвестиції, надані у формі фінансової чи іншої участі у статутному капіталі спільних підприємств, а також у формі прямих грошових внесків міжнародних організацій і фінансових установ, держав, підприємств та організацій різних форм власності;

- різні форми позикових коштів, зокрема кредити, надані державою на зворотній основі;

- кредити іноземних інвесторів;

- облігаційні позики;

- кредити банків, інвестиційних фондів і компаній, страхових товариств, пенсійних фондів;

- векселі тощо.

Виходячи із досліджень фінансового забезпечення вітчизняних підприємств, проведених науковцями [5; 25; 32; 42] щодо здійснення інноваційної діяльності та фінансування окремих видів інноваційних проектів вдалось систематизувати та виділити основні методи та джерела фінансування таких проектів (табл.1.5), з'ясувати переваги і недоліки зазначених методів та джерел (табл.1.6).

## Методи фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємств

№ п.п.	Метод фінансування	Характеристика інноваційного проекту	Джерела фінансування проекту
1	Самофінансування	- невеликі реальні проекти, для яких важко визначити строк окупності та рівень дохідності	- чистий прибуток; - амортизаційні відрахування
2	Акціонерне фінансування	- великі проекти зі значними строками окупності витрат; - при галузевій або регіональній диверсифікації	- емісія акцій
3	Бюджетне фінансування	- проекти, що пов'язані з проведенням найважливіших науково-технічних розробок, які виконуються за державним замовленням - проекти в межах міжнародної науково-технічної співпраці на конкурсній основі	- бюджетний кредит; - закріплення в державній власності частини акцій створюваних акціонерних товариств; - відшкодування частини вкладених інвестором фінансових ресурсів
4	Кредитне фінансування	- невеликі короткострокові проекти з високою нормою рентабельності	- інвестиційні кредити банків; - боргові зобов'язання юридичних та фізичних осіб; - цільові облігаційні позики
5	Проектне фінансування	- довгострокові великі проекти розвитку інфраструктури промисловості, - проекти надання комунальних послуг із використанням специфічних фінансових інструментів	- банківський капітал; - комерційний капітал; - державний капітал; - міжнародний капітал
6	Лізинг і селенг	- проекти модернізації або реконструкції підприємства з високим ступенем зміни технології	- передача рухомого та нерухомого майна у тимчасове користування
7	Венчурне фінансування	- довгострокові ризикові проекти	- великі та міжнародні компанії; - банки; - страхові фонди; - пенсійні фонди; - приватні інвестори

## Порівняльна характеристика методів фінансування інноваційної діяльності

Методи фінансування	Переваги	Недоліки
1	2	3
Внутрішні джерела (власні кошти)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- легкість, доступність і швидкість мобілізації;</li> <li>- зниження ризику неплатоспроможності та банкрутства;</li> <li>- більш висока прибутковість внаслідок відсутності дивідендних або процентних виплат;</li> <li>- збереження власності та управління засновників.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обмеженість обсягів залучення коштів;</li> <li>- вилучення власних коштів з господарського обороту;</li> <li>- обмеженість незалежного контролю над ефективністю використання інвестиційних ресурсів.</li> </ul>
Акціонерне фінансування	<ul style="list-style-type: none"> <li>- отримання значного капіталу;</li> <li>- розширення капітальної бази капіталовкладень;</li> <li>- забезпечення ліквідності активів;</li> <li>- фінансовий ризик не зростає;</li> <li>- підвищення вартості акцій;</li> <li>- відсутність необхідності виплати боргів;</li> <li>- не потрібно додаткове забезпечення (гарантії).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- потрібні значні витрати на емісію і розміщення цінних паперів;</li> <li>- регламентація порядку емісії з боку органів управління ринком цінних паперів;</li> <li>- розмивання акціонерного капіталу;</li> <li>- тиск акціонерів, спрямований на забезпечення зростання прибутків;</li> <li>- можливість втрати власності та управління компанією.</li> </ul>
Державне фінансування на оплатній основі	<ul style="list-style-type: none"> <li>- більш високі суми платежів для погашення при більш тривалих періодах;</li> <li>- відсоток віднімається від суми оподаткованого прибутку;</li> <li>- можливе надання додаткових послуг</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- потрібне додаткове забезпечення;</li> <li>- надання кредиту обумовлюється певними умовами;</li> <li>- отримані кошти повинні витратитися за цільовим призначенням;</li> <li>- необхідно надавати звіт та інші відомості про використання коштів;</li> <li>- виплата штрафу при несвоєчасному поверненні бюджетних коштів</li> </ul>

Продовження табл.1.6

1	2	3
Державне фінансування на безоплатній основі	<ul style="list-style-type: none"> <li>- відсутність необхідності виплати боргів;</li> <li>- наявність незалежного контролю за ефективністю використання інвестиційних ресурсів;</li> <li>- високий ступінь контролю.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- отримані кошти повинні витратитися за цільовим призначенням;</li> <li>- отримані кошти підлягають поверненню у випадках їх нецільового використання у строки, що встановлюються уповноваженими органами виконавчої влади, а також у випадках їх невикористання у встановлені терміни.</li> </ul>
Банківське кредитування	<ul style="list-style-type: none"> <li>- можливість залучення коштів у значних масштабах;</li> <li>- наявність незалежного контролю над ефективністю використання інвестиційних ресурсів</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- складність і тривалість процедури залучення коштів;</li> <li>- необхідність надання гарантій платоспроможності;</li> <li>- підвищення ризику неплатоспроможності та банкрутства;</li> <li>- зменшення прибутку у зв'язку з необхідністю процентних виплат</li> </ul>
Проектне фінансування	<ul style="list-style-type: none"> <li>- цільовий характер фінансування;</li> <li>- розподіл ризиків;</li> <li>- гарантії держав - учасників фінансових установ;</li> <li>- високий ступінь контролю.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- залежність від інвестиційного клімату;</li> <li>- високий рівень кредитних ризиків;</li> <li>- нестійке законодавство і податковий режим</li> </ul>
Лізинг	<ul style="list-style-type: none"> <li>- надаються додаткові послуги;</li> <li>- зручна схема фінансування;</li> <li>- відсоткова ставка може бути фіксованою або плаваючою;</li> <li>- відсоток віднімається від суми оподаткованого прибутку;</li> <li>- менший розмір платежів з погашення при більш тривалому терміні лізингу</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- необхідне додаткове забезпечення;</li> <li>- процентна ставка може бути високою;</li> <li>- в кінці терміну оренди можуть знадобитися додаткові платежі.</li> </ul>
Венчурне фінансування	<ul style="list-style-type: none"> <li>- підвищення стійкості власного капіталу;</li> <li>- дозволяє компанії досягти достатнього рівня зрілості для забезпечення можливості фінансування іншими способами, зокрема шляхом продажу акцій на</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- складність отримання: процес залучення венчурного капіталу вимагає великих витрат часу ;</li> <li>- розмивання акціонерного капіталу;</li> <li>- високий ризик, відсутність гарантованого успіху;</li> </ul>

Продовження таблиці 1.6.

1	2	3
	фондовому ринку; - відсутність витрат на виплату боргу і відсотків, додаткових потреб в ліквідності; - можливість використання досвіду венчурних інвесторів в сфері менеджменту та фінансів	- очікування високих доходів з боку венчурних інвесторів; - економічний контроль над компанією може бути переданий венчурним інвесторам.

Таким чином, створення обґрунтованої системи фінансування інноваційної діяльності вітчизняних підприємств створює умови для накопичення фінансових коштів, можливості їх концентрації на ключових напрямках інноваційних процесів та ефективного використання їх інноваційного потенціалу.

### **Висновок до розділу 1**

1. Проаналізувавши варіацію тлумачень поняття «інновація», можна зробити висновок, що це новий конкурентоспроможний продукт, який призначений для задоволення потреб кінцевого споживача з однієї сторони, а для підприємства є джерелом отримання доходу, який можна спрямувати в розвиток, підвищення його економічної ефективності та посилення конкурентних переваг на ринку, тобто продукт, який приносить економічний, соціальний та інші ефекти для суспільства.

Своєю чергою, інноваційний процес – це послідовність етапів створення та просування на ринок інноваційного продукту (інновації), який передбачає використання фінансових, матеріальних, інтелектуальних та інших видів ресурсів.

Відповідно інноваційна діяльність – це діяльність, яка передбачає продукування (розроблення і виготовлення) та комерціалізацію новацій (впровадження і реалізацію, включаючи маркетинговий супровід).

2. Проведені дослідження стану інноваційної діяльності вітчизняних підприємств показали, що упродовж 2015-2019р.р. їх інноваційна активність була низькою (15–20%), у порівнянні з розвинутими країнами світу, де

показник сягає 60–70%, при чому за останні роки вона знизилась від 18,9% у 2016 році до 15,8 % у 2019 році. І однією з головних причин її низького рівня є відсутність коштів на проведення інноваційної діяльності. Тому фінансове забезпечення інноваційного процесу визначено ключовим елементом при реалізації завдань з провайдингу інновацій.

3. У процесі дослідження визначено, що система фінансування інноваційної діяльності покликана вирішувати такі ключові завдання як: створення сприятливих умов для продукування та провайдингу інновацій; збереження і розвиток стратегічного інноваційного потенціалу в пріоритетних напрямках розвитку; створення необхідних умов для збереження та розвитку інтелектуально-кадрового потенціалу в усіх галузях національної економіки.

Виходячи із досліджень фінансового забезпечення вітчизняних підприємств систематизовано та виділено основні методи та джерела фінансування: самофінансування, акціонерне, бюджетне, кредитне, банківське, проектне та венчурне фінансування, лізинг та селенг, визначено їх переваги та недоліки в сучасних умовах господарювання.

Як резюме, зазначено, що створення обґрунтованої системи фінансування інноваційної діяльності вітчизняних підприємств створює умови для накопичення фінансових коштів, можливості їх концентрації на ключових напрямках інноваційних процесів та ефективного використання їх інноваційного потенціалу.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗУВАННЯ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ТА ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТЗОВ «АГРОЦЕНТР-ТЕХНОЛОГІЙ»

#### 2.1. Загальна характеристика досліджуваного підприємства, його інноваційної продукції та послуг

Об'єктом нашого дослідження виступає ТЗОВ «Агроцентр-технологій», яке займається впровадженням інноваційної, екологічно чистої продукції нового покоління, зареєстровано у м. Тернопіль по вул. Л.Курбаса,

Основними напрямками діяльності товариства є:

1. Інноваційні еко-технології в рослинництві, тваринництві та побуті.
2. Науковий супровід, навчання, консультації щодо збереження екології.
3. Статистика, аналітика, прогнозування сільськогосподарського ринку.
4. Технологічні рішення та робота з екологічно чистим посівним матеріалом.

Ключовими функціями компанії на сьогоднішній день є:

1. Дослідження – створення будь-якого екологічно чистого товару на ринку сільськогосподарської продукції.
2. Досвід – перші екологічні технології такі, як Eco Organic Product, а згодом Еко Гумат Плюс Зав'язь. На сьогоднішній день це потужна мережа наукових мислителів та практиків у сфері впровадження екоінновацій в АПК.
3. Самостійність – всі компоненти для продукції, як і самі продукти, створюють в Україні. Весь цикл виробництва зосереджений в нашій державі.
4. Комплексність – напрямки Eco Organic Product і Еко Гумат Плюс Зав'язь, охоплюють майже всі сфери життєдіяльності людини. В комплексі дозволяють кардинально змінити життя.

Найбільш важливими компонентами в діяльності досліджуваного підприємства ТЗОВ «Агроцентр-технологій» є якість та безпечність продукції. Безпечність компанії полягає насамперед в тому, що вся продукція не містить шкідливих речовин. Також важливим компонентом є те, що кожен продукт

сертифікований та відповідає усім стандартам ефективності та безпеки. І всі товари, які пропонуються, пройшли не один етап випробувань. Вони ефективні та екологічні. Жоден з товарів не зашкодить дітям чи людям схильним до алергії.

Як згадується вище, компанія «Агроцентр-технологій» представлена на ринку в наступних торгових марках:

- Eco Organic Product;
- Еко Гумат Плюс Зав'язь.

Історія створення Eco Organic Product починається з 2013 року. За цей досить короткий період часу цілеспрямованої роботи у напрямку екології, вдалося точно усвідомити, що екологічна безпека планети Земля знаходиться у руках самої людини. Саме тому засновники компанії вирішили внести свою лепту у збереженні екології нашої домівки, створивши Eco Organic Product як бренд, який несе в собі філософію екологічної безпеки і гармонії в розвитку суспільства.

Eco Organic Product – продукти, послуги, ідеї покликані допомогти кожній людині, а головне зберегти та відновити природу, сюди входять:

1. Екологічно чисті, природного походження добрива для агропідприємств та дачних господарств, теплиць, оранжерей, садів та хатніх рослин, зокрема:

- *Аграрний EL-Композит Марцинишин* – універсальний та дієвий екологічний засіб захисту, лікування й підживлення рослин. Він захищає від більшості шкідників та хвороб і посилює імунітет посівного матеріалу та рослин.
- *Гармонія – 101* – органічне та безпечне для людини й довкілля добриво, котре впливає на процеси синтезу та репродуктивні властивості клітин рослин.
- *Концентрат Кластерної Води Марцинишин* – призначена для створення екологічно чистої продукції в сільському господарстві.

2. Біологічні засоби захисту рослин, які не шкідливі для довкілля, але дієві в вирішенні більшості можливих проблем рослин чи ґрунтів:

- *Гармонія 28-21 плюс* – забезпечує рослини необхідними поживними речовинами, зокрема й шляхом природної активізації потенціалу.



3. Ефективні в промисловому чи домашньому використанні засоби для прибирання, миття, прання:

- *серія засобів Green Unikleen*, який полегшують щоденну працю, вони є цілковито безпечними для людини і природи.

4. Дієві препарати для дезінфекції, які можна застосовувати на будь-яких об'єктах, не хвилюючись за здоров'я людей та стан довкілля:

- *Дезінфекція будинку* – дезінфекція потрібна не лише в медицині чи харчовій галузі, а й у наших домівках.

- *Нейтральний дезінфектант-очищувач CD-256 1л* – потужний та відносно безпечний дезінфікуючий засіб, розчин якого дозволяє знищити біологічні загрози.

- *Універсальне дезінфікуючий засіб ВТС-885* – засіб для біологічного очищення та дезінфекції приміщень.

5. Натуральна, жива косметика – група продукції, яка виготовляється на основі концентрату кластерної води та натуральних компонентів:

- *Заспокійлива маска “Манго та обліпіха”* – засіб відновлення та захисту на основі компонентів натурального походження.

6. Інноваційна технологія флоатінг, яка відповідає за життєзабезпечення та відновлення здоров'я, дана група включає засоби:

- *Триступенева золота колекція* – сприяє повному відновленню втраченого здоров'я (його можна відновити, як і усунути існуючі проблеми, головне – знання, бажання й віра).

- *Чотири-ступенева золота колекція* – відновлює втрачене здоров'я, реставрує та регенерує органи, подовжує життя людини.

- *Шести-ступенева золота колекція* – допомагає повернути втрачене здоров'я та якісно прожити до глибокої старості.

7. Серія продукції «Жива вода, жива їжа» – напрям, яких охоплює питання підготовки води для споживання чи для страв з допомогою концентрату кластерної води:

- *Концентрат кластерної води Марцинишин* – засіб, що мінімізує присутність в воді та продуктах харчування токсинів, нітратів та важких сполук, змінює воду на кластерному рівні, надає цілющі властивості.

8. Серія продукції «Безпечне житло» – напрямок Eco Organic Product, який досліджує енергетичну безпеку оселі, включає:

- *EL-Аттрактор Марцинишин* – усуває з будівель та будматеріалів патогенну складову фізичного, хімічного, інформаційного та вікового походження.

- *EL-Концентрат  $60 \times 10^3$  Марцинишин* – усуває живі нематеріальні патогенні зони, що актуально як для житлових так і для офісних приміщень.

У 2014р. підприємство почало займатись впровадженням на ринок України нової торгової марки Еко Гумат Плюс Зав'язь, речовини, яка отримана з низинного торфу. За рахунок природного технологічного підходу при приготуванні даного препарату (окислення озоном і газами повітря) відбувається збереження і накопичення природних біологічно активних речовин, які стабілізуються за рахунок негативно зарядженої гумусової кислоти.

З метою популяризації продуктів у вигляді експерименту розпочато фасування продукції у дрібну одноразову фасовку:

- *Еко Гумат Плюс Зав'язь 10л., 600мл., 100мл., 20г.* – комплексне та дієве органо-мінеральне добриво. Гумінове добриво стимулює та регулює ріст, посилює захисні можливості рослини, забезпечує потребу в поживних речовинах, мікро та макроелементах. Екологічне землеробство без отруювання рослин та ґрунтів – інноваційна світова практика. В Україні такі засоби набирають стрімкої популярності, адже мають природне походження, та економічну вигоду. Саме користь для людини й природи – це ті переваги, які приваблюють споживача до впровадження інноваційних технологій гуматів.

На сьогоднішній день ТзОВ «Агроцентр-технологій» продовжує працювати над вдосконаленням та впровадженням на ринок широкого асортименту екологічно чистої органічної продукції для потенційних споживачів. Також минулого року підприємство почало поступово

розширювати межі своєї діяльності і активно співпрацювати з агропідприємствами у напрямі закупівлі, екологічної обробки та продажу посівного матеріалу: пшениці, ячменю, проса, гречки, сої, бобових.

Станом на 01.01.2020р. підприємство налічує 26 штатних працівників. Реалізація зазначених видів інноваційної продукції, технологій та послуг, які надає підприємство здійснюється в усіх регіонах України та за її межами.

Для виробництва досліджуване підприємство використовує регіональну, українську сировину і матеріали (див. табл. 2.1.).

Таблиця 2.1

Сировина, матеріали та їх виробники для виробництва продукції  
ТЗОВ «Агроцентр-технологій»

Сировина, матеріали та комплектуючі	Регіон, звідки здійснюється поставка
Еврокуби	Дніпропетровська обл.
Комплектуючі для еврокуба	Дніпропетровська обл.
Штуцери, перехідники	Дніпропетровська обл.
Ємність вертикальна 2-х шарова	Дніпропетровська обл.
Біогумус	Хмельницька обл.
Торф	Вінницька обл.
Тара	Луцьк, Харків, Житомир

Для успішного просування продукції підприємства по території України, керівництво підприємства визнало пріоритетність політики «орієнтації на споживача» та сформулювало наступні основні напрямки взаємодії з споживачами:

- постійне вивчення потреб споживачів по усій номенклатурі виробів, що виготовляються підприємством на основі маркетингових пошуків (анкетування, опитування, безпосереднього спілкування з клієнтами, що приїжджають за продукцією);

- розгляд та задоволення претензій і зауважень споживача у найкоротший термін часу.

## 2.2. Аналіз основних показників фінансово-господарської діяльності ТзОВ «Агроцентр-технологій»

Основним показником діяльності підприємства є його фінансово-господарська діяльність.

Як відомо, фінансово-господарська діяльність підприємства – це цілеспрямована діяльність на основі прийнятих рішень, кожне з яких оптимізується на основі інтуїції або розрахунків. Вона залежить від багатьох факторів (ресурси, умови та ін.), причому вплив і порівняльна характеристика не всіх з них піддаються формалізованій оцінці [47, с. 62].

З метою оцінки фінансового забезпечення інноваційної діяльності досліджуваного підприємства ТзОВ «Агроцентр-технологій» проведемо першочергово аналіз основних показників ефективності виробничо-господарської діяльності за 2017-2019 рр.

Таблиця 2.2

Аналіз показників ефективності виробничо-господарської діяльності ТзОВ «Агроцентр-технологій» за 2017-2019 рр.

№ н/п	Показники	2017р.	2018р.	2019р.	Відхилення 2018р. від 2017р.		Відхилення 2019р. від 2017р.	
					+/-	%	+/-	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	1822,5	2100,0	3020,7	277,5	15,2	1198,2	65,7
2.	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	1507,6	1896,3	2380,3	387,7	25,8	872,7	57,9
3.	Прибуток від реалізованої продукції, тис. грн.	314,9	204,0	640,4	-110,9	-35,2	325,5	103,4
4.	Рентабельність реалізованої продукції, % р.3/р.2 * 100%	17,3	10,8	26,9	-7,5	-43,3	9,6	55,5
5.	Чистий прибуток, тис. грн.	83,1	-197,0	288,1	-280,1	-337,5	205	246,7

Продовження табл.2.2.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
6.	Рентабельність продукції, % р.5/р.2 * 100%	5,1	-10,4	12,1	-5,3	-101,0	6,0	117,6
7.	Вартість активів, тис. грн.	930,5	948,5	1016,4	18	1,9	85,9	9,2
8.	Рентабельність активів, % р.5/р.7 * 100%	8,74	-20,76	28,35	-29,5	-330,1	19,61	224,4
9.	Власний капітал, тис. грн.	566,4	369,4	649,2	-97	-34,7	82,8	14,6
10.	Прибутковість власного капіталу, % р.5/р.9 * 100%	14,7	-43,1	44,4	-57,8	-122,9	19,7	202,4
11.	Дебіторська заборгованість, тис.грн.	33,6	19,9	17,3	-13,7	-40,8	-16,3	-48,5
12.	Кредиторська заборгованість тис.грн.	382,8	205,5	34,5	-177,3	-46,3	-348,3	-91

З даних таблиці 2.2 можна зробити висновок, що результати господарської діяльності підприємства за 2018 рік дещо погіршилися у порівнянні з 2017 роком, проте у 2019 році – значно покращилися у порівнянні з 2018, і базовим 2017 роком. Свідченням того є розширення меж діяльності та асортименту продукції й послуг ТзОВ «Агроцентр-технологій».

Зокрема, якщо аналізувати показники за 2018 рік, ми бачимо, що чистий дохід (виручка) від реалізації продукції збільшився на 277,5 тис. грн. (15,2%). При цьому собівартість реалізованої продукції зросла на 387,7 тис. грн. (25,8%). Динаміку зміни зазначених показників представлено на рис. 2.1 та 2.2.

Прибуток від реалізації продукції зменшився на 110,9 тис. грн. (35,2%), а отже, і рентабельність реалізованої продукції зменшилась 7,5 тис. грн. (43,3%), у порівнянні з базовим роком.

У 2018 році бачимо, що підприємство було збитковим, зокрема збиток становив 197 тис. грн., в результаті чого підприємство погіршило свою прибутковість на 280,1 тис. грн. у порівнянні з базовим роком.

Як бачимо із таблиці, загальна вартість активів збільшилась на 18 тис. грн. (1,9%), проте, через збитковість виробництва, рентабельність виробництва зменшилась на 29,5%.

Власний капітал у 2018 році знизився на 97 тис. грн. (34,7%). Таким чином, прибутковість власного капіталу у 2018 році також значно знизилась, на 57,8% у порівнянні з базовим роком.

Позитивним явищем для роботи підприємства стало зниження дебіторської і кредиторської заборгованості, відповідно на 13,7 тис. грн. (40,8%) та на 177,3 тис. грн. (46,3%). Проте в цьому були деякі негативні аспекти: зниження дебіторської заборгованості виникло як наслідок зниження кількості замовлень у 2018 році; а зниження кредиторської заборгованості – як неотримання позики в банку через низьку платоспроможність підприємства у поточному році.

За 2019 рік спостерігається значне покращення результатів виробничо-господарської діяльності підприємства в порівнянні з базовим 2017 роком. Зокрема, чистий дохід (виручка) від реалізації продукції збільшився на 1198,2 тис. грн. (65,7%). При цьому собівартість реалізованої продукції зросла на 872,7 тис. грн. (57,9%).

Динаміка зміни зазначених показників відображена на рис. 2.1 і 2.2.

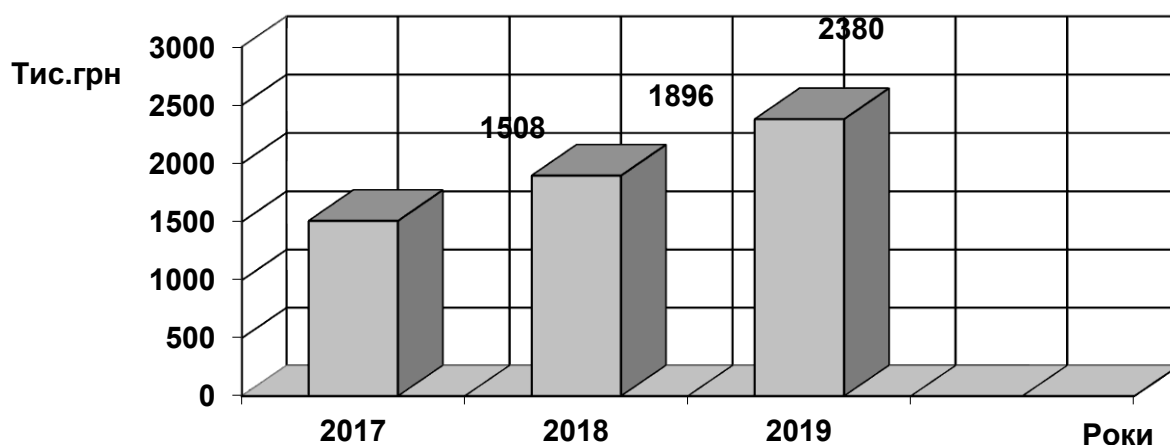


Рис. 2.1. Динаміка зміни собівартості продукції ТзОВ «Агроцентр-технологій» за 2017-2019 роки

Загальне збільшення собівартості продукції пояснюється тим, що збільшилися окремі елементи витрат, зокрема: матеріальні витрати, витрати на енергоносії, а також витрати на оплату праці. Однак, як бачимо, паралельно із збільшенням собівартості також і збільшились виручка (чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)). Для більш точного наочного аналізу зіставимо ці два показники на рис. 2.2.

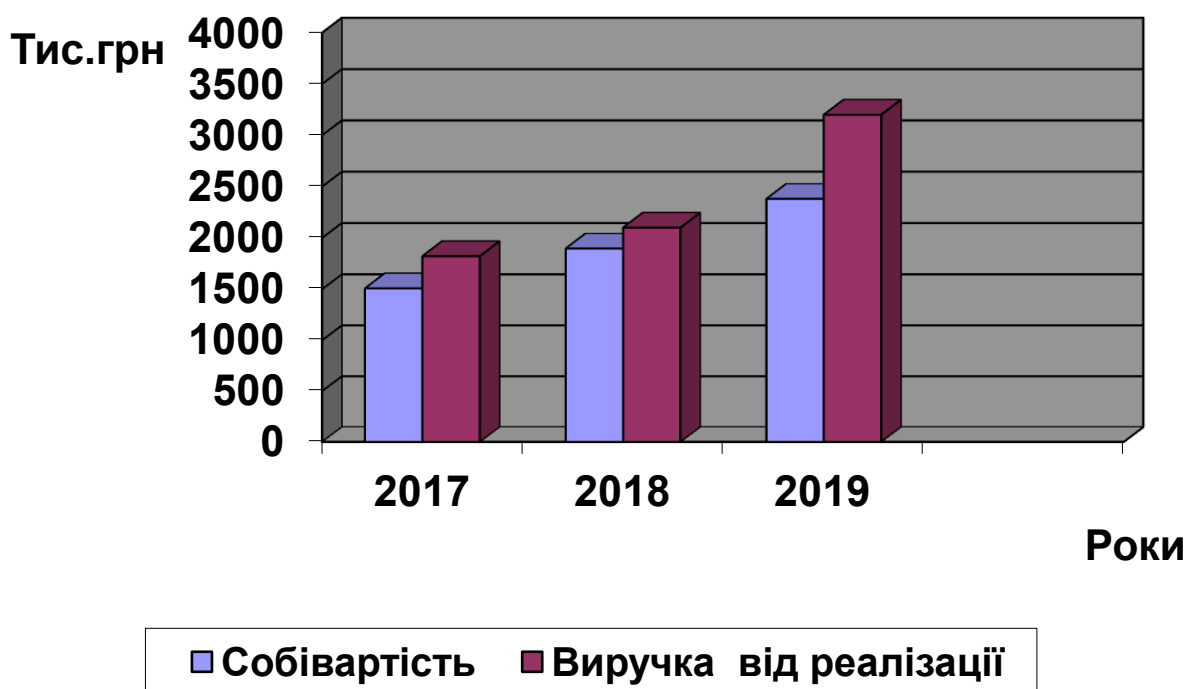


Рис. 2.3. Співвідношення собівартості та виручки від реалізації продукції ТзОВ «Агроцентр-технологій»

Виходячи із даних табл.2.2. також бачимо, що за останній рік прибуток від реалізації продукції збільшився на 325,5 тис. грн. (103,4%), а отже, і рентабельність реалізованої продукції збільшилась на 9,6 % (55,5) у порівнянні з базовим роком.

Чистий прибуток підприємства за 2019 рік становить 288,1 тис. грн., що на 205 тис. грн. більше ніж в попередньому році, тобто він зріс на 246,7%.

Вартість активів збільшилась на 85,9 тис. грн. (9,2%), а отже, збільшилась і рентабельність виробництва на 19,61% .

Власний капітал у 2019 році зріс, у порівнянні з базовим, на 82,8 тис. грн. (14,6%). Таким чином, прибутковість власного капіталу у 2019 році зросла на 19,7% порівняно з базовим роком.

Позитивним явищем для роботи підприємства стало зниження дебіторської і кредиторської заборгованості, відповідно на 16,3 тис. грн. (48,5%) та на 348,3 тис. грн. (91%).

Окрім основних техніко-економічних показників ТзОВ «Агроцентр-технологій» проаналізуємо фінансовий стан підприємства за допомогою показників ліквідності, фінансової стійкості та ділової активності.

Зокрема аналіз показників ліквідності проведемо на основі: коефіцієнту абсолютної ліквідності, коефіцієнту поточної ліквідності, коефіцієнту загальної ліквідності. Динаміку цих показників за три останні роки простежимо в наступній таблиці.

Таблиця 2.3

Показники ліквідності підприємства ТзОВ «Агроцентр-технологій»  
за 2017-2019 рр.

№ п/п	Показники	Рекомендоване значення	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Відхилення 2018 р. від 2017 р (+/-)	Відхилення 2019 р. від 2017 р (+/-)
1.	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	> 0,2	0,0005	0,0001	0,004	-0,0004	0,035
2.	Коефіцієнт поточної ліквідності	> 1	0,2	0,1	0,13	- 0,1	- 0,07
3.	Коефіцієнт загальної ліквідності	2	0,4	0,3	0,4	- 0,1	-

З даних таблиці 2.3 видно, що показники ліквідності ТзОВ «Агроцентр-технологій» дуже низькі, тобто у досліджуваного підприємства недостатньо оборотних коштів для покриття своїх поточних зобов'язань. Коефіцієнти абсолютної ліквідності за останні три роки значно нижчі від рекомендованого



значення, проте спостерігається підвищення цього показника: за 2019 рік на 0,035 у порівнянні з 2017 роком.

Коефіцієнт поточної ліквідності зменшився на 0,1 за 2018 рік і на 0,07 за 2019 рік. Ця тенденція є негативною для діяльності підприємства.

Коефіцієнт загальної ліквідності за 2018 рік зменшився на 0,1, а за 2019 рік він збільшився на 0,1 у порівнянні з 2018 роком і становить 0,4 як і в базовому році.

Аналіз фінансової стійкості підприємства ТЗОВ «Агроцентр-технологій» проведемо за показниками, представленими у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Показники фінансової стійкості ТЗОВ «Агроцентр-технологій»  
за 2017-2019 рр.

№ н/п	Показники	Рекомендоване значення	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Відхилення 2018р. від 2017р.	Відхилення 2019р. від 2017р.
1.	Коефіцієнт фінансової незалежності	>0,5	0,52	0,39	0,64	-0,13	0,12
2.	Коефіцієнт фінансової залежності	<0,5	0,47	0,61	0,4	0,14	-0,07
3.	Коефіцієнт фінансової стабільності	1:1	1,1	0,62	1,5	-0,48	0,4
4.	Коефіцієнт фінансового ризику	1:1	0,9	1,57	0,67	0,67	-0,23
5.	Коефіцієнт загальної заборгованості	min	0,47	0,61	0,4	0,14	-0,07
6.	Коефіцієнт концентрації власного капіталу	max	0,53	0,39	0,59	-0,14	0,06
7.	Коефіцієнт концентрації позиченого капіталу	min	0,47	0,63	0,4	0,16	-0,07
8.	Коефіцієнт позиченого і власного капіталу	min	0,9	1,09	0,67	0,19	-0,23

З даних таблиці 2.4 можна зробити висновок, що фінансовий стан досліджуваного підприємства ТЗОВ «Агроцентр-технологій» є відносно стійким.

Зокрема, коефіцієнт фінансової незалежності за останній рік є більшим за рекомендоване значення 0,5, а це означає, що підприємство володіє власними коштами в достатній кількості. За 2019 рік цей коефіцієнт збільшився на 0,12. Відповідно коефіцієнт фінансової залежності за останній рік є меншим рекомендованого значення 0,5, як бачимо із проведених розрахунків за 2019 рік він зменшився на 0,07. Такі тенденції у фінансовому стані підприємства є позитивними на сьогоднішній день і свідчать, що підприємство поступово покращує свою фінансову діяльність, розширюючи сегменти нових ринків та впроваджуючи нову продукцію та послуги.

З таблиці бачимо також, що коефіцієнт фінансової стійкості у 2019 році є більшим за 1. Це означає, що власний капітал є більшим від позиченого. Цей коефіцієнт за 2018 рік зменшився на 0,48, а за 2019 рік збільшився на 0,4.

Коефіцієнт фінансового ризику за 2018 рік зріс на 0,67, а у 2019 році зменшився на 0,23. Частка позиченого капіталу щорічно зменшується в загальному капіталі, а отже, зменшується поступово і ризик.

Коефіцієнт загальної заборгованості за останній рік також має тенденцію до зниження. Цей коефіцієнт у 2018 році зріс на 0,14, а у 2019 році зменшився на 0,07 у порівнянні з базовим роком.

Коефіцієнт концентрації власного капіталу є більшим за коефіцієнт концентрації позиченого капіталу і збільшився за 2018 рік на 0,6 у порівнянні з 2017 роком.

Коефіцієнт співвідношення позиченого і власного капіталу має тенденцію до зниження, він зменшився на 0,23 за 2019 рік. Це є позитивним явищем для роботи підприємства. Отже, підприємство володіє власним капіталом в достатній кількості для того, щоб бути незалежним в здійсненні своєї діяльності.

Аналіз ділової активності підприємства за останні три роки проведемо з врахуванням показників: загального коефіцієнта ділової активності;

коефіцієнта використання фінансових ресурсів; коефіцієнта оборотності оборотного капіталу; частки оборотного капіталу в структурі капіталу підприємства.

Детальний аналіз з врахуванням вище вказаних показників представлено у наступній таблиці.

Таблиця 2.5

Показники ділової активності підприємства за 2017-2019 рр.

№ п/п	Показники	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Відхилення 2018р. від 2017р. (+/-)	Відхилення 2019р. від 2017р. (+/-)
1.	Коефіцієнт ділової активності	1,2	2,66	3,57	1,46	2,37
2.	Коефіцієнт ефективності використання фінансових ресурсів	1,04	2,21	2,97	1,17	1,93
3.	Тривалість обігу фінансових ресурсів, днів	352,4	164,8	122,8	-187,6	-229,6
4.	Коефіцієнт оборотності оборотного капіталу	6,5	15,6	24,8	9,1	18,3
5.	Тривалість 1-го обороту оборотного капіталу	0,15	0,06	0,07	-0,09	-0,08
6.	Частка оборотного капіталу, %	19,1	17,1	16,7	-2,0	-2,4

З даних таблиці 2.5 можна зробити висновок, що ділова активність підприємства є низькою, але з кожним роком вона підвищується.

Коефіцієнт загальної ділової активності досліджуваного підприємства збільшився на 1,46 (за 2018 рік) та на 2,37 (за 2019 рік).

Коефіцієнт ефективності використання фінансових ресурсів збільшився за 2018 рік на 1,17, за 2018 рік – на 1,93.

Тривалість обігу фінансових ресурсів з кожним роком зменшується: на 188днів (за 2018 р.) і на 230 дні (за 2019 р.). Це є позитивним явищем для роботи підприємства.

Коефіцієнт оборотності оборотного капіталу збільшився за 2018 рік на 9,1, за 2019 рік – на 18,3.

Проте, зменшилася частка оборотного капіталу в загальній сумі капіталу підприємства, зокрема за 2018 рік на 2 %, за 2019 рік – на 2,4%.

Загалом, слід зазначити, що на підприємстві «Агроцентр-технологій». простежується тенденція щодо стабілізації і покращення фінансового стану у 2019 році у порівнянні з попередніми роками.

### **2.3. Стратегічний аналіз у контексті фінансового забезпечення інноваційної діяльності ТзОВ «Агроцентр-технологій»**

Стратегічний аналіз досліджуваного підприємства ТзОВ «Агроцентр-технологій» проведемо за напрямками макро- та мікросередовища ведення його бізнесу.

Аналіз макросередовища розпочнемо із оцінювання його зовнішнього середовища, що допоможе виявити можливості та загрози, які сприятливо і несприятливо впливають на підприємство. Основні фактори, які характеризують вплив макросередовища на діяльність підприємства є економічні, політичні, правові, демографічні, науково-технічні, природні та соціально-культурні. Їх деталізація, прояв та оцінка характеру впливу представлено у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

#### **Аналіз впливу факторів макросередовища на ТзОВ «Агроцентр-технологій»**

Група факторів	Фактор	Прояв впливу фактора	Характер впливу фактора,+/-	Оцінка ступеня впливу фактора у балах
1	2	3	4	5
Економічні	- інфляційні процеси; - рівень доходів населення; - податкова система	- знецінення грошових ресурсів;	-	3
		- скорочення купівельної спроможності;	-	3
		зміна величини податків	-	2
Політичні	- методи державного регулювання економіки; - політична ситуація	-державна політика в сфері АПК та агротехнологій;	+	2
		-політична нестабільність та відсутність політичної волі	-	3

Продовження табл. 2.6.

1	2	3	4	5
Правові	законодавчі акти, що регулюють діяльність підприємств в сфері АПК	- недосконалість законодавства - пріоритетність галузі	- +	3 2
Демографічні	- чисельність населення; - кваліфікаційна характеристика робочої сили	- стабілізація, а також деяке зростання попиту на еко-продукцію; - можливість найму кваліфікованих працівників	+ +	2 2
Науково-технічні	- нововведення в галузі технологій; - нововведення в галузі техніки; - екоінновації	- необхідність постійно реагувати на зміни в галузі, вкладати кошти у вдосконалення матеріально-технічної та ресурсної бази	+	3
Природні	-доступність природної сировини;  -екологічний фактор;	- можливість використання натуральної органічної сировини; зменшення рівня шкідливих викидів	+  +	2  2
Соціальні	-рівень життя населення; -міграція	- наявність соціальних гарантій - коливання чисельності купівельно-спроможного населення	+  -	1  2

Проаналізувавши вплив факторів макросередовища на діяльність ТЗОВ «Агроцентр-технологій» можна сказати про позитивні і негативні моменти. Проте за даними оцінювання спостерігаємо незначний переважаючий вплив негативних факторів, лише на 2 бали. Як бачимо, негативно впливають здебільшого економічні, політичні, правові та соціальні чинники.

Таким чином, бачимо, що позитивним моментом є наявність можливостей розвитку галузі АПК за рахунок впровадження інноваційних агротехнологій, екоінновацій, органічної сировини природного походження.

Використовуючи дані аналізу макросередовища формуємо таблицю з перерахунком можливостей та загроз для підприємства (див. табл. 2.7) із врахуванням ймовірності  $P_{mi}$  та  $P_{zi}$  таким чином, щоб дотримувалася умова  $P_{mi} + P_{zi} = 1$ . При чому:

$$M = \sum M_i \cdot P_i; \quad \text{та} \quad Z = \sum Z_i \cdot P_i \quad (2.1)$$

Перелік можливостей і загроз макросередовища для  
ТзОВ «Агроцентр-технологій»

Фактори макросередовища	Оцінка ступеня впливу фактора у балах			Можливі варіанти відповідних дій підприємства
	Мі	Рмі	М	
<b>1. Можливості ( фактори сприятливого впливу):</b> 1.1 Зростання доходів населення. 1.2 Можливість використання нових технологій. 1.3 Сприятлива державна політика. 1.4 Підвищення попиту на еко продукцію	8	0,3	2,4	Збільшення обсягів виробництва, розширення асортименту продукції. Впровадження ефективних агротехнологій Використання можливих пілг, дотацій та ін. у галузі. Використання конкурентних переваг для розширення масштабів діяльності.
	10	0,6	6,0	
	9	0,4	3,6	
	7	0,6	4,2	
			16,2	
<b>2. Загрози ( фактори несприятливого впливу):</b> 2.1 Скорочення доходів населення 2.2 Моральне старіння наявної техніки. 2.3 Високі податкові ставки. 2.4. Спад у АПК	3і	Рзі	3	Оптимізація програми випуску продукції. Продаж неліквідів та малоефективного обладнання Впровадження «податкових канікул». Залучення інвесторів та пошук альтернативних рішень і ринків збуту.
	8	0,7	5,6	
	10	0,4	4,0	
	9	0,6	5,4	
	7	0,4	2,8	
Загальна сума, бали			17,8	

Після проведення аналізу можливостей та загроз бачимо, що загальна оцінка ступеня впливу можливостей є меншою за наявні загрози, однак, дані показники різняться не сильно. Виходячи з такої ситуації, досліджуване підприємство ТзОВ «Агроцентр-технологій» повинно використовувати свої сильні сторони для нейтралізації зовнішніх загроз, вживати заходів для зниження рівня затрат та шукати шляхи інноваційного розвитку.

Стратегічний аналіз діяльності підприємства слід провести також в розрізі його безпосереднього оточення. На діяльність підприємства значний вплив мають фактори зовнішнього середовища, з якими воно безпосередньо взаємодіє, зокрема це – споживачі, конкуренти, постачальники.

Основними споживачами продукції ТзОВ «Агроцентр-технологій» є агропідприємства, юридичні та фізичні особи здебільшого Західного регіону. Оцінку характеристик профілю споживачів представлено у табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Оцінка профілю споживачів ТзОВ «Агроцентр-технологій»

№ з/п	Параметри профілю споживачів	Індикатори	Оцінка в балах		
			1	2	3
1.	Зміна переваг, потреб, смаків споживачів	1.1. Ступінь зміни потреб споживачів щодо продукції	+		
		1.2. Ступінь зміни смаків споживачів стосовно продукції та послуг	+		
2	Прихильність споживачів до послуг підприємства	2.1. Частота придбання продукції даного підприємства			+
		2.2. Частка продукції підприємства, що купують найбільше		+	
		2.3. Ступінь залежності покупців від продавця			+
3	Торгова сила споживачів	3.1. Рівень інформованості покупців про продукцію, ціну, режими роботи підприємства			+
		3.2. Чутливість споживачів до зміни рівня цін на продукцію		+	
		3.3. Ступінь залежності продавця від покупця			+
		3.4. Фінансовий стан покупця			+
		3.5. Чутливість покупців до змін	+		

Оцінивши характеристику покупців, бачимо, що зміна переваг, потреб та смаків споживачів є досить низькою. Це дещо сприятливо для підприємства, адже непотрібно змінювати суттєво щось у продукції, яка випускається. Прихильність покупців до продукції є сильною, тому необхідно підтримувати рівень якості. Торгова сила споживачів є значною, тобто вони добре проінформовані про продукцію, яку їм пропонують купити.

Постачальниками виступають підприємства, які забезпечують ТзОВ «Агроцентр-технологій» усіма необхідними ресурсами та тарою (див. табл. 2.9), карта основних постачальників зображена на рис. 2.3.

## Показники оцінки постачальників ТЗОВ «Агроцентр-технологій»

Регіон постачання, постачальник	Найменування товару, що постачається	Індикатори конкурентної сили постачальника, в балах				Узагальнююча оцінка конкурентної сили, в балах	Індикатори діяльності постачальника							Середня оцінка привабливості постачальника, в балах
		Репутація та імідж	Рівень каналу розподілу	Доступність	Сконцентрованість на роботі з конкретним клієнтом		Фінансовий стан	Надання гарантій якості товару, що постачається	Умови поставки та форма розрахунків	Інтервал та обсяг поставки	Обов'язковість виконання поставок	Ціна товару постачання	Надання додаткових послуг	
1. УкрПласт (Дніпропетровська обл.)	Еврокуби та комплекти	3	2	3	2	10	5	5	5	5	5	5	3	4,7
2. ПП «Кобьярин» (Хмельницька обл.)	Гумус	2	2	3	2	9	3	3	3	3	3	3	1	2,7
3. Компанія AGROVINN (м.Вінниця)	Торф	3	2	3	2	10	3	5	4	3	3	4	2	3,4
4. ПП «Каскад Пластик» (м. Луцьк)	Тара	3	2	3	2	10	4	4	5	5	4	5	3	4,3



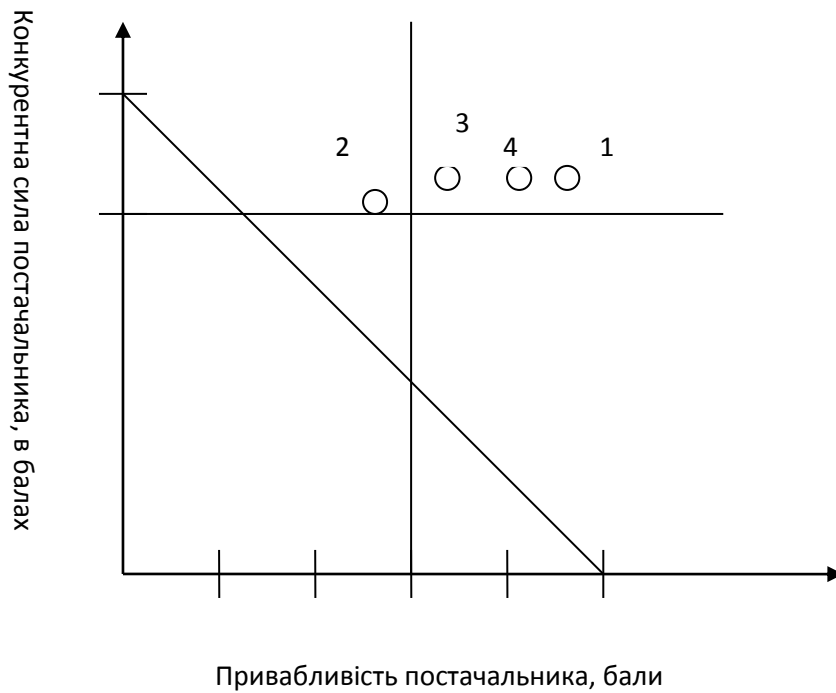


Рис 2.3. Карта основних постачальників ТЗОВ «Агроцентр-технологій»

Основними конкурентами досліджуваного підприємства є компанія «Еко-біо-тех» та ПрАТ «Агропродсервіс-біо», діяльність яких проаналізуємо у табл.2.10.

Таблиця 2.10

Оцінка діяльності основних конкурентів ТЗОВ «Агроцентр-технологій»

№ п/п	Показники	Компанія «Еко-біо-тех»			ПрАТ «Агропродсервіс-біо»		
		Бали			Бали		
		1	2	3	1	2	3
1	Частка ринку		+		+		
2	Рентабельність обігу			+		+	
3	Рентабельність капіталу			+		+	
4	Часка власних оборотних коштів		+		+		
5	Рівень цін		+			+	
6	Широта асортименту		+		+		
7	Якість товару		+			+	
8	Система збуту		+		+		
9	Рівень сервісу		+			+	
10	Система управління			+		+	
	Середній бал	2,4			1,6		

Провівши оцінку конкурентів можна зробити висновок, що основну загрозу для ТЗОВ «Агроцентр-технологій» становить компанія «Еко-біо-тех» (м. Хмельницький).

Отже, провівши дослідження факторів макросередовища, які впливають на діяльність підприємства, ми виявили фактори впливу безпосереднього оточення підприємства через його потенційних споживачів, конкурентів та постачальників.

Для узагальнення результатів аналізу та їх оцінювання складемо табл. 2.11 та табл. 2.12, де приведемо перелік можливостей і загроз безпосереднього оточення для досліджуваного підприємства.

Знову ж таки для кожної пари можливостей і загроз визначаються імовірності  $P_{mi}$  та  $P_{zi}$  таким чином, щоб дотримувалася умова  $P_{mi} + P_{zi} = 1$ .

Таблиця 2.11

Ідентифікація факторів безпосереднього оточення та їх вплив на діяльність ТЗОВ «Агроцентр-технологій»

Група факторів	Фактори	Прояв (стан фактора)	X-р впливу	Оцінка фактора бали
Споживачі	1. Стан і тенденції розвитку цільового ринку	Фінансова та політична кризи вплинули на обсяги закупівель продукції	-	2
	2. Стан і тенденції попиту на товари підприємства	Зменшення попиту через зниження купівельної спроможності населення	-	2
	3. Ступінь мінливості потреб, вимог, смаків покупців	Мінливість споживачів не висока, стабільні потреби, вимоги щодо якості продукції і послуг	+	2
	4. Торгова сила покупця	Інформованість споживача достатня, його фінансовий стан задовільний	+	2
	5. Ступінь прихильності покупців до товарів	Прихильність покупців до продукції підприємства є сильною	+	1
Постачальники	1. Конкурентна сила постачальників	Конкурентна сила постачальників достатня, це дає впевненість у їхній діяльності на ринку	+	2
	2. Ступінь привабливості постачальника	Високий рівень привабливості, це забезпечує підприємству стабільне функціонування	+	2

	3. Доцільність договірної політики	Договірні відносини є доцільними	+	2
Конкуренти	1. Стан конкурентної боротьби в сфері діяльності підприємства	Підприємство має стійкі позиції та конкурентні переваги	+	1
	2. Сила конкурентного тиску	Сила конкурентного тиску – помірна	+	2
	3. Число активних конкурентів	Не велика кількість	+	2

Таблиця 2.12

Оцінювання можливостей і загроз безпосереднього оточення підприємства

Фактори	Оцінка ступеня впливу фактора, в балах			Можливі варіанти відповідних дій підприємства
	Мі	Рмі	М	
<b>1. Можливості</b>				
1.1 Зменшення конкурентного тиску за рахунок інноваційності та екологічної чистоти продукції	9	0,6	5,4	Завоювання нових споживачів екопродукції.
1.2 Зниження цін на екосировину	10	0,4	2	Використання переваг для ефективного ціноутворення.
1.3 Збільшення нових підприємств-партнерів для розширення меж ведення бізнесу	8	0,7	5,6	Заохочення до ефективного співробітництва.
Загальна сума, бали			13	
	<b>Зі</b>	<b>Рзі</b>	<b>З</b>	
<b>2. Загрози</b>				
1.1. Поява нових конкурентів із числа колишніх партнерів	9	0,4	3,6	Активізація зусиль для здобуття конкурентних переваг.
1.2. Зростання цін на ресурси	10	0,8	8	Впровадження інноваційних агро-технологій.
1.3. Зниження купівельної спроможності і зацікавленості у продукції даного виду зі сторони потенційних споживачів	8	0,3	2,4	Розробка заходів стимулювання попиту та збуту продукції
Загальна сума, бали			14	

Таким чином, характеризуючи фактори безпосереднього оточення досліджуваного підприємства бачимо, знову ж таки, що загрози перевищують можливості, однак не сильно, вони майже врівноважуються.

Для оцінювання діючих стратегій підприємства необхідно провести аналіз показників зовнішньої та внутрішньої ефективності сформованої стратегії підприємства. Зовнішня ефективність стратегії характеризується ступенем досягнення поставлених перспективних цілей. Така оцінка може бути виражена кількісно за допомогою бальної шкали для кожної стратегії та цілей підприємства, як показано у табл. 2.13.

Таблиця 2.13

Оцінювання ступеня досягнення перспективних цілей ТзОВ «Агроцентр-технологій»

Вид цілі	Зміст цілі	Ступінь досягнення			
		Повне	Неповне	Часткове	Не досягнута
Загальна	Втримати стабільну позицію на ринку	3			
Організаційна	Удосконалити організаційну структуру, що дозволить підвищити ефективність виробництва		2		
Маркетингова	Завоювання нового сегменту ринку, що призведе до збільшення доходів		2		
Технічна	Проведення оновлення матеріально-технічної бази			1	
Фінансова	Збільшити прибуток на 20 %, залучити інвестора			1	
Підсумкова оцінка		9			

Як бачимо підсумкова оцінка 9, що свідчить про неповне досягнення поставлених цілей ТзОВ «Агроцентр-технологій».

За допомогою визначення сильних і слабких сторін підприємства характеризуємо внутрішнє середовище та визначаємо умови успішного функціонування підприємства в умовах конкурентного середовища ведення бізнесу (табл. 2.14). Для цього необхідно оцінити профіль діяльності

підприємства. Характеризуючи кожний показник оцінкою 1 – як слабка сторона, та 3 – як сильна сторона підприємства.

Таблиця 2.14

Ідентифікація сильних і слабких сторін та їх вплив на діяльність  
ТЗОВ «Агроцентр-технологій»

№ з/п	Аспект внутрішнього середовища	Сильні сторони	Оцінка фактора за ступенем впливу на підприємство, у балах	Слабкі сторони	Оцінка фактора за ступенем впливу на підприємство, у балах
1	Організація управління	Ефективна оргструктура	2	Відсутність чітких цілей	1
2	Маркетинг	Сконцентрованість на постійних клієнтах	3	Не розвинена система маркетингу	2
3	Дослідження і розробки	Впровадження екоінновацій	2	Недостатнє фінансування таких новацій	2
4	Технологія	Наявність переваг над конкурентами за рахунок екотехнологій	3	Знос основних фондів	1
5	Фінанси	Позитивний результат діяльності підприємства	2	Недостатньо коштів для введення інновацій	2
6	Організаційна культура та імідж	Хороший імідж	2	Недостатній рівень організаційної культури	1
7	Загальна сума, бали	14		9	

Таким чином, бачимо, що сильних сторін у підприємства є більше, ніж слабких. Проведемо оцінювання сильних та слабких сторін у табл. 2.15.

Проаналізувавши сильні та слабкі сторони досліджуваного підприємства ТЗОВ «Агроцентр-технологій» бачимо, що сильних сторін є значно більше, ніж слабких. Саме їх підприємству варто використати для підвищення ринкових можливостей та попередження й ліквідації окремих загроз, які домінують у зовнішньому середовищі ведення бізнесу

Оцінювання сильних та слабких сторін підприємства ТзОВ «Агроцентр-технологій»

Фактори	Оцінка ступеня впливу фактора, в балах			Можливі варіанти відповідних дій підприємства
	С <sub>н</sub>	Р <sub>і</sub>	С <sub>н</sub> (С <sub>л</sub> )	
<b>Сильні сторони</b>				
1. Високо-кваліфікований персонал.	10	0,6	6,0	Ефективний мотиваційний механізм.
2. Потужна ресурсна та матеріально-технічна база.	9	0,6	5,4	Ефективне використання ресурсного потенціалу та своєчасне оновлення основних фондів.
3. Гнучка політика керівництва у формуванні стратегічних орієнтирів розвитку фірми	8	0,5	4,0	Орієнтація на інновації.
4. Хороша репутація у клієнтів.	7	0,6	4,2	Підтримка іміджу та бренду компанії.
Загальна сума, бали			19,6	
<b>Слабкі сторони</b>				
1. Скорочення чисельності персоналу	10	0,4	4,0	Удосконалення кадрової політики.
2. Нерозвинута ресурсна та матеріально-технічна база	9	0,4	3,6	Активізація агро-екотехнологій та нових сортів посівного матеріалу
3. Недостатньо високий прибуток	8	0,5	4,0	Збільшення обсягів реалізації, впровадження режиму економії ресурсів
4. Зниження ділової репутації	7	0,4	2,8	Стимулювання показників інтелектуальної власності та активізація гудвілу
			14,4	

Отже, на даному етапі розвитку для досліджуваного підприємства ТзОВ «Агроцентр-технологій» характерною є стратегія формування конкурентних переваг та посилення позицій на ринку за рахунок здійснення активної інноваційної політики щодо впровадження екопродукції та екотехнологій у сферу агробізнесу, при чому не лише на вітчизняному ринку, але й розширення меж діяльності – вихід на зарубіжні ринки.

## **Висновки до розділу 2**

1. Обране для дослідження підприємство ТЗОВ «Агроцентр-технологій» – сучасне інноваційно-активне підприємство, основною метою діяльності якого є пропагування використання екосировини та практичне впровадження новітніх еко-технологій на ринку України та сусідніх зарубіжних країн. У даному контексті йому потрібно залучати весь інноваційний потенціал та усі види ресурсів з метою забезпечення ефективності господарювання та реінвестування коштів у подальший свій розвиток у сфері використання інноваційних технологій в рослинництві, тваринництві та побуті.

2. Компанія «Агроцентр-технологій» представлена на ринку в наступних торгових марках: Eco Organic Product та Еко Гумат Плюс Зав'язь, які дозволяють якісно обробляти посівний матеріал, забезпечують відновлення та родючість ґрунтів на основі використання природних органічних речовин. Найбільш важливими компонентами в діяльності досліджуваного підприємства є якість та безпечність продукції. Безпечність компанії полягає насамперед в тому, що вся продукція не містить шкідливих речовин. Також важливим компонентом є те, що кожен продукт сертифікований та відповідає усім стандартам ефективності та безпечності, є екологічно чистим.

3. Проведений з метою оцінки фінансових можливостей досліджуваного підприємства аналіз його фінансового стану, який дає змогу визначити нам пріоритетність фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємства на наступні періоди, свідчить про такі позитивні й окремі негативні моменти роботи ТЗОВ «Агроцентр-технологій». По-перше бачимо, що впродовж досліджуваного періоду 2017-2019р.р. показники ліквідності є дуже низькими, що свідчить про те, що у підприємства недостатньо оборотних коштів для покриття своїх зобов'язань. По-друге, фінансовий стан досліджуваного підприємства є стійким, тобто підприємство є незалежним в своїй діяльності, оскільки частка власного капіталу є досить високою. По-третє, ділова активність підприємства є невисокою, але з кожним роком вона зростає за рахунок розширення меж діяльності підприємства та впровадження на ринок нових видів продукції.

Позитивною динамікою характеризуються також показники виручки, собівартості, прибутку та рентабельності за аналізований період 2017-2019р.р.

4. Використавши інструментарій стратегічного аналізу ми дослідили можливості та загрози зовнішнього середовища (в т.ч. й безпосереднього оточення підприємства, беручи до уваги діяльність його конкурентів, постачальників та споживачів), сильні та слабкі сторони внутрішнього середовища ТзОВ «Агроцентр-технологій» з метою формування стратегії та орієнтирів його інноваційного розвитку на перспективу.

В ході проведеного аналізу визначено, що для досліджуваного підприємства характерною є стратегія формування конкурентних переваг та посилення позицій на ринку за рахунок здійснення активної інноваційної політики щодо впровадження екопродукції та екотехнологій у сферу агробізнесу, при чому не лише на вітчизняному ринку, але й розширення меж діяльності – його вихід на зарубіжні ринки. У цьому контексті доцільно звернути увагу на активізацію використання засобів та інструментарію сучасного логістичного менеджменту та маркетингу.



## РОЗДІЛ 3

### ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТЗОВ «АГРОЦЕНТР-ТЕХНОЛОГІЙ» ТА ПОШУК МОЖЛИВОСТЕЙ І АЛЬТЕРНАТИВ ЇХ ФІНАСУВАННЯ

#### 3.1. Обґрунтування пріоритетів інноваційної діяльності ТЗОВ «Агроцентр-технологій» на ринку агропродукції та стратегій її реалізації

Як відомо, наша держава володіє потужним агропромисловим потенціалом та величезними перспективами розвитку сільського господарства, сприятливими кліматичними умовами і якісними земельними ресурсами, наявність яких свідчить про можливість ефективного розвитку сільськогосподарського виробництва.

В умовах зростаючої конкуренції на вітчизняному та міжнародному ринках ефективно ведення агробізнесу можливе завдяки активізації інноваційної діяльності у даній сфері. Досвід розвинутих країн свідчить, що рушійною силою економічного зростання є розвиток інноваційних екологічно чистих та високопродуктивних технологій. Тому у даному контексті Україні слід впроваджувати активні реформи та вибудувати ефективну стратегію технологічного поступу, яка передбачає широкомасштабне застосування прогресивних еко- та ресурсозберігаючих інноваційних технологій.

У контексті вище зазначеного, слід відмітити, що основну увагу слід акцентувати власне на технологіях, які базуються на управлінні родючістю ґрунтів та технологіях, які здійснюють управління продукційним процесом рослинництва та забезпечують ефективну органічну обробку посівного матеріалу. Як зазначає Г.Є. Мазнев: «...традиційно, ще починаючи із стародавніх часів, за першою технологією людина пріоритетну увагу приділяла отриманню якісного посівного матеріалу, здійснювала удобрення ґрунту. Причому, в подальшому використання наукових знань дозволило в селекції і насінництві досягти високих результатів, що забезпечило суттєвий ріст урожайності сільськогосподарських культур. У другій половині ХХ сторіччя

аграрна наука дійшла висновку, що урожаєм можна управляти не тільки через родючість ґрунтів, але й впливаючи безпосередньо на рослину в процесі її вегетації, тобто стало можливим управляти продукційним процесом» [29, с.64].

Аграрний сектор являється основним напрямком діяльності досліджуваного підприємства ТЗОВ «Агроцентр-технологій», він є також одним з пріоритетних та стратегічних напрямів розвитку економіки України загалом.

Разом з тим, повноцінний розвиток сільського господарства є можливим за умов ефективного фінансового забезпечення інноваційної діяльності та здійснення постійних і значних інвестиційних вкладень, ресурсний потенціал яких є достатньо обмеженим у вітчизняних сільгоспвиробників, а тому важливим є пошук можливостей збільшення інвестицій у аграрний сектор використовуючи наявні та можливі фінансові ресурси нашої економіки.

Сьогодні ми є свідками того як відбувається становлення, розвиток та реформування аграрного сектора економіки, що супроводжується проведенням земельної реформи, створенням нових підприємницьких організаційних структур різних форм власності. Реалії сьогодення спонукають до впровадження стратегічних підходів для здійснення глибоких перетворень в аграрній сфері, до використання інноваційно-логістичних, фінансових та маркетингових інструментів забезпечення активізації інноваційної діяльності підприємств в сфері аграрного бізнесу.

Проведені дослідження вказують на те, що український аграрний сектор з потенціалом виробництва, що значно перевищує потреби внутрішнього ринку, є ланкою, що з одного боку може стати локомотивом розвитку національної економіки та її ефективної інтеграції в світовий економічний простір, а з іншого – зростання доходів, задіяного в аграрній економіці сільського населення, що складає понад третину всього населення країни, дати мультиплікативний ефект у розвитку інших галузей національної економіки [29, с. 68].

Незважаючи на певні досягнення досліджуваного підприємства ТЗОВ «Агроцентр-технологій» в аграрній сфері, бачимо, що тут залишається не вирішених ще багато питань і проблем, зокрема:

- недосконалість нормативно-правової бази та відсутність мотивації до кооперації та укрупнення дрібних сільськогосподарських виробників в рамках ОТГ;

- нестабільні конкурентні позиції агробізнесу на зовнішньому ринку через не завершення процесів адаптації до європейських вимог щодо якості та безпечності сировини та харчових продуктів;

- низькі темпи інноваційно-технологічного розвитку виробництва;

- ризики збільшення виробничих витрат через зростання зношеності техніки, непродуктивні витрати різних видів ресурсів (в т.ч. і природних) в структурі собівартості;

- значні втрати продукції через недосконалість інфраструктурного та консультаційного забезпечення аграрного ринку, логістики зберігання та розподілу продукції;

- відсутність мотивації виробників до дотримання агроекологічних вимог виробництва;

- нестача коштів для фінансування окремих напрямів розвитку агробізнесу та інфраструктури його підтримки, низька платоспроможність населення;

- недостатня проінформованість значної частини аграрних підприємств про кон'юнктуру ринків та умови ведення бізнесу в галузі;

- незавершеність земельної реформи та інше.

Отже, незважаючи на проблеми, які притаманні сучасному етапу розвитку підприємства в аграрному секторі, ТзОВ «Агроцентр-технологій» повинно надалі розвивати виробничі потужності для сільського господарства, щоб у найближчі декілька років його продукція була й надалі екологічна, безпечна, якісна й могла вийти на світовий ринок і конкурувати з продукцією інших розвинутих країн світу.

У даному контексті розглянемо коефіцієнти дохідності та конкурентоспроможності основних асортиментних позицій ТзОВ «Агроцентр-технологій» (табл.3.1).

## Коефіцієнти дохідності та конкурентоспроможності продукції

ТЗОВ «Агроцентр-технологій» у 2018-2019 рр.

Вид продукції	Коефіцієнт дохідності		Відхилення 2019р. до 2018р.	Коефіцієнт конкурентоспроможності		Відхилення 2019р. до 2018 р.
	2018р.	2019р.		2018р.	2019р.	
Органічні мінеральні добрива	1,6	4,8	3,2	54,4	85,2	30,8
Органічні засоби захисту рослин	1,3	0,5	-0,8	14,9	11,7	-3,2
Миючі засоби	1,2	2,2	1,0	3,1	3,9	0,8
Натуральна косметика	1,0	1,8	0,8	3,5	24,5	21,5

Проаналізувавши дані таблиці бачимо, що найвищий коефіцієнт дохідності був у 2019 році для продукції органічні мінеральні добрива, який становив 4,8, а найнижчий – для засобів захисту рослин, який дорівнював 0,5.

За показником конкурентоспроможності у 2018 та 2019 роках домінують також добрива (показник відповідно 54,4 та 85,2), на другому місці у 2018 році були органічні засоби для захисту рослин (показник 14,9), однак у 2019 році ситуація кардинально змінилась і дану позицію з суттєвою перевагою зайняла натуральна косметика із показником конкурентоспроможності 24,5; рівень конкурентоспроможності миючих засобів майже не змінився і у 2019 році становив 3,9 пункти.

Як уже зазначалось вище, вихід на світовий ринок і є перспективою даного підприємства, а основою для його забезпечення є інноваційно-логістична та маркетингова підтримка.

У процесі проведення попередніх досліджень, ми визначили, що «...маркетинг як важливий інструмент стратегічного розвитку та успішного ведення агробізнесу забезпечує постійний і систематичний аналіз потреб ринку, що сприяє розробці ефективних інноваційних агротехнологій, нових видів продукції з особливими властивостями та ціннісними показниками,

призначених для конкурентних груп покупців. Саме властивості екологічності, інноваційності, високої якості відрізняють їх від товарів конкурентів і в такий спосіб створюють виробникові сільськогосподарської продукції стійку конкурентну перевагу.

Стратегія розвитку будь якого підприємства являє собою комплекс його довгострокових дій, реалізація яких спрямована на досягнення поставлених стратегічних цілей. А формування власне маркетингової стратегії має неабияке значення у стратегічному наборі сучасних підприємств, в т. ч. й аграрного сектору економіки. Така стратегія полягає у формуванні орієнтирів розвитку, виходячи із довгострокових узгоджень можливостей підприємств відповідно до ситуації на ринку, тобто в узгодженні ключових елементів зовнішнього та внутрішнього середовищ ведення бізнесу» [35, с.120].

Основні сили, що визначають структуру побудови ефективної стратегії підприємства, представимо в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Оцінка факторів та показники для побудови стратегії розвитку підприємства

Фактори середовища	Показники
1	2
Безпосередньо фірма	Місце і роль служби маркетингу в організаційній структурі фірми
	Організаційна структура служби маркетингу
	Фахівці з маркетингу
Маркетингові посередники	Торговельні посередники
	Маркетингові фірми
	Рекламні агентства
Постачальники	Ціни постачальників
	Сервісне обслуговування з боку постачальників
Споживачі	Фактори, що впливають на поведінку споживача
	Фактори, що впливають на прийняття рішення про купівлю продукції

Продовження табл.3.2.

Конкуренція	Рівень конкурентоспроможності фірми
	Галузеві конкуренти
	Потенційні конкуренти
Вплив на споживача	Товари-замінювачі
	Цінова політика
	Засоби масової інформації
	Політика якості
	Політика високої екологічної чистоти

Як бачимо, «...у контексті реалізації власне маркетингової стратегії із стратегічного набору потрібно звернути увагу на роботу служби маркетингу підприємства.

Загалом, слід зазначити, що у процесі формування маркетингової стратегії виділяють вхідні та вихідні її елементи. Вхідні – це ті фактори, аналіз яких передують розробці маркетингової стратегії. Отже, йдеться про фактори маркетингового середовища і цілі фірми. Вихідними елементами є стратегічні рішення щодо маркетингового міксу, тобто комплексу компонентів маркетингу, який включає чотири складові – товар, ціну, збут та просування.

Таким чином, основне призначення маркетингової стратегії полягає в тому, щоб взаємно узгодити маркетингові цілі агрофірми з її можливостями, вимогами споживачів, використати слабкі позиції конкурентів та свої конкурентні переваги на ринку» [35, с.121].

Слід зазначити також, що сучасним підприємствам необхідно аналізувати попит на продукцію, яку вони випускають, і ту значну кількість чинників, що впливають на його формування. Необхідно розрізняти фактори, що визначають попит, і, які впливають на формування попиту на продукцію. Факторами, що сприяють формуванню попиту на продукцію є, як відомо, її ціна, упаковка, методи просування продукції, стимулювання збуту тощо. Результати маркетингових досліджень дають можливість підприємству розробити власний асортимент продукції згідно вимог споживачів, визначити її конкурентоспроможність, удосконалити виробу і їх маркування, виробити

фірмовий стиль, і загалом, отримати вичерпну інформацію щодо груп споживачів, ринкових сегментів тощо.

Об'єктами маркетингових досліджень ТЗОВ «Агроцентр-технологій» щодо попиту споживачів є тенденції і процеси розвитку ринку агропродукції та агротехнологій та аналіз впливу факторів попиту на них.

Вивчення і прогнозування попиту досягається за рахунок комплексного поєднання різних методів. Інформація про попит на сільськогосподарську продукцію та необхідність упровадження інноваційних агротехнологій стає доступною за рахунок маркетингових досліджень, проте недостатній обсяг інформації створює значну кількість проблем при проведенні таких досліджень. Цінність інформації для підприємства зростає тільки у тому випадку, коли вона узагальнюється і складає основу для прийняття найбільш ефективних рішень. Інформаційне забезпечення повинно бути регулярним, достовірним, забезпечувати цілісну картину сучасного ринку в сфері агробізнесу. Актуальність проблеми створення ефективної системи інформаційного його забезпечення на даний час стає очевидною: загострення конкурентної боротьби приводить до того, що вітчизняним агропідприємствам, зокрема й досліджуваному, стає все важче зберігати свої ринкові позиції, діючи в інформаційному вакуумі.

Серед усіх факторів, які впливають на формування систем маркетингової інформації є інформаційна непрозорість ринкових операцій. Під інформаційною непрозорістю ринкового простору ми розуміємо відсутність повної інформації щодо усіх ринкових операцій. Це пов'язано, в першу чергу, з низьким рівнем культури ведення бізнесу і відсутністю у держави здатності контролю, що призводить до майже повної відсутності достовірних даних щодо виробництва, імпорту, товарообігу, рівня життя тощо, тобто до відсутності повної і релевантної інформації про ринок.

Як показують проведені дослідження, підприємства даної галузі у своєму функціонуванні також зіткнулися з проблемою дефіциту інформаційних джерел. Основними джерелами інформації щодо попиту є показники статистичної звітності, спеціальних спостережень і досліджень. Проте, на даний

час, у зв'язку зі складною економічною ситуацією в країні, суттєво зменшився обсяг традиційної інформації про попит, зокрема, за рахунок значного скорочення даних, які раніше надавалися органами державної статистики, окрім того, дослідження і прогнозування попиту потребує певного професіоналізму і кваліфікації. Все це значно утруднює діяльність вітчизняних підприємств в галузі вивчення попиту споживачів з метою виведення на ринок інноваційної продукції органічного походження.

Таким чином, відсутність необхідної маркетингової інформації, використання неточних чи неактуальних даних можуть призвести до серйозних економічних прорахунків. Тому маркетингову діяльність слід розглядати як складову об'єктивно і постійно функціонуючого інформаційного процесу, як інструмент забезпечення ефективної виробничо-господарської, фінансової та інноваційної діяльності. Базуючись на інформації і створюючи нові інформаційні потреби, маркетинг не може ефективно працювати без використання комп'ютерних технологій, створення розвиненого інформаційного забезпечення і системи комунікацій.

Вивчення зазначених видів діяльності підприємства і ефективне управління ними є необхідним для:

- аналізу поточного стану підприємства;
- прогнозування поведінки підприємства в умовах мінливої ринкової кон'юнктури;
- розробки рекомендацій з метою прийняття оптимальних рішень;
- визначення найкращих способів використання підприємством ресурсів;
- активізації інноваційних процесів на підприємстві.

Одним із шляхів виходу із даної ситуації є співпраця із спеціалізованими маркетинговими, консалтинговими організаціями. Проте, спеціалізованих організацій, які могли б надати маркетингові послуги з дослідження певних галузевих ринків, зокрема й ринку агропродукції й агротехнологій, не так і багато. Це обумовлює необхідність створення спільної для усіх підприємств даної сфери, зокрема тих, що впроваджують органічну та екологічно чисту, безпечну продукцію єдиної, маркетингової служби.



Створення власної спільної служби маркетингу є більш ефективним, ніж отримання послуг маркетингу у сторонніх організацій. По-перше, це обумовлено частотою потреби: інформація про ринки, партнерів, ціни, коригування маркетингових програм і стратегій, що носить постійний характер. По-друге, дане рішення є оптимальним через специфіку здійснення маркетингу. Інформація про конкретний ринок, уміння орієнтуватися в ньому і приймати адекватні змінам ринкової ситуації рішення є можливим шляхом створення ефективних інформаційних і комунікаційних систем в галузі маркетингу.

Функціонування єдиної маркетингової служби, відповідно наявність єдиного інформаційного простору, єдиної збутової мережі, єдиних стандартів роботи з інформацією, приводить до мінімізації витрат, пов'язаних з пошуком інформації, дослідженнями ринків, розробкою і реалізацією маркетингових рішень. Наявність на підприємствах, які здійснюють виробництво і розподіл органічної агропродукції торгових марок Есо Organic Product та Еко Гумат Плюс Зав'язь, розрізнених, не пов'язаних в єдину систему відділів маркетингу передбачає значні витрати на дослідження ринку, інформаційне, інфраструктурне, рекламне забезпечення.

Метою створення і функціонування єдиної маркетингової структури є підвищення ефективності організації постачання виробництва і збуту продукції, тобто й покращення частини логістичних функцій, усунення організаційної невідповідності в комерційній і маркетинговій діяльності, підвищення керованості та координації діяльності тощо (рис. 3.1).

Елементи вертикальної організаційної структури єдиної маркетингової служби забезпечать мінімізацію витрат за рахунок централізованого планування, акумуляції досвіду. Елементи горизонтальної організаційної структури забезпечать мінімізацію втраченої вигоди за рахунок оперативного аналізу великих обсягів інформації.

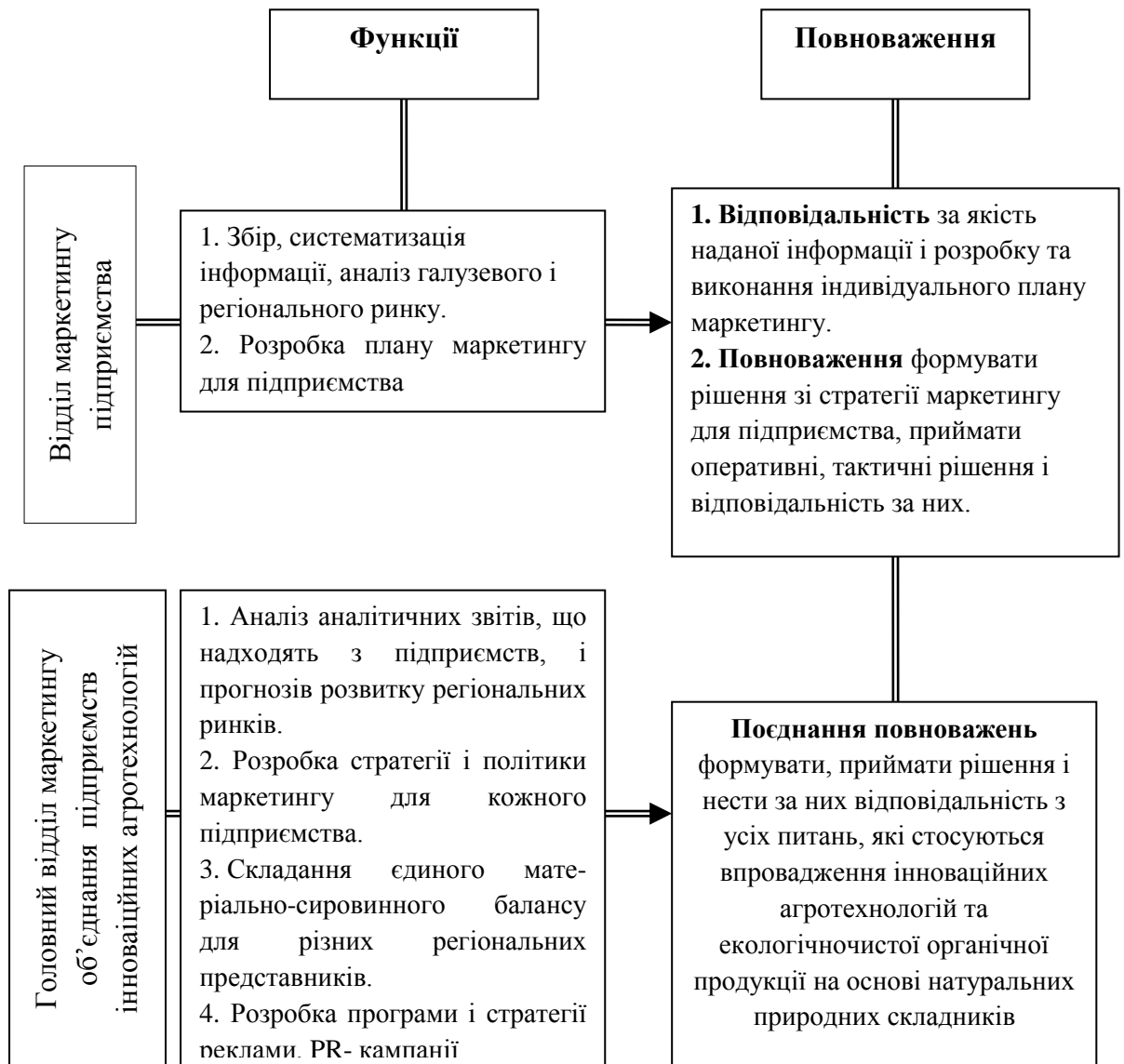


Рис. 3.1. Функції та повноваження горизонтальних складових організаційної структури єдиної маркетингової служби підприємств інноваційних агротехнологій

У контексті вище зазначеного, для досліджуваного підприємства ТЗОВ «Агроцентр-технологій» пропонуємо таку структуру відділу маркетингу, яка ефективно взаємодіятиме з усіма учасниками впровадження інноваційних агротехнологій на ринку (рис. 3.2).

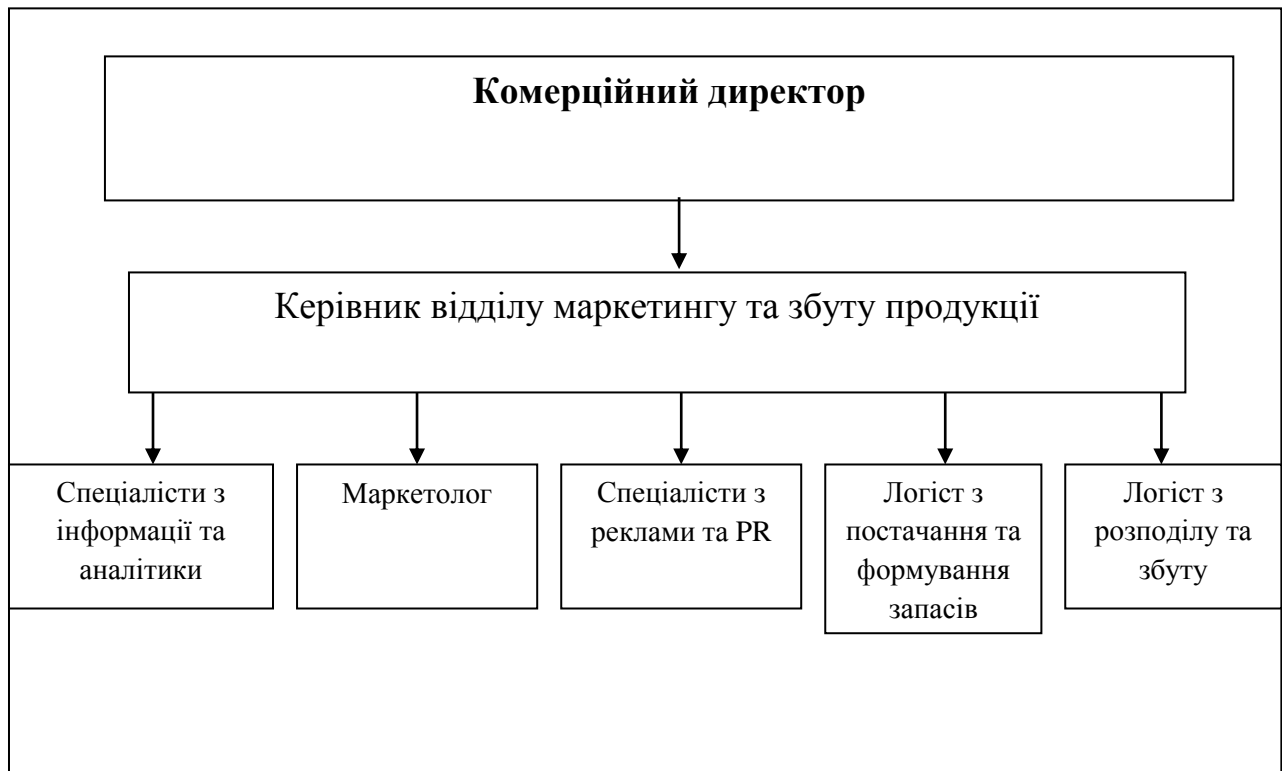


Рис. 3.2. Структура відділу маркетингу ТЗОВ «Агроцентр-технологій»

Таким чином, формування і функціонування запропонованої маркетингової служби та структури відділу маркетингу ТЗОВ «Агроцентр-технологій» є ефективним інструментом удосконалення господарського механізму в сучасних умовах, підвищення рівня використання інноваційного потенціалу агропідприємств.

У контексті активізації інноваційної діяльності досліджуваного підприємства та визначення методів та джерел її фінансування окрім маркетингових інновацій слід впроваджувати, як було обґрунтовано у кінці другого розділу роботи, стратегію формування конкурентних переваг та посилення позицій на ринку за рахунок розширення меж діяльності – вихід на зарубіжні ринки. Відповідно у таблиці 3.3 запропоновано перелік можливих стратегій виходу на закордонні ринки для ТЗОВ «Агроцентр-технологій» у стратегічному його наборі та визначення можливих їх форм фінансування (інвестування).

## Стратегії виходу на закордонні ринки для ТзОВ «Агроцентр-технологій»

Стратегія завоювання нових ринків	Пряме фінансування (інвестування)	Спільна діяльність
<p><b>1. Непрямий експорт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- через вітчизняних купців експортерів;</li> <li>- через вітчизняних агентів з експорту;</li> <li>- через вітчизняну кооперативну організацію;</li> </ul> <p><b>2. Прямий експорт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- через експортний відділ у власній країні;</li> <li>- через збутове відділення чи філію за кордоном;</li> <li>- через комівояжерів з експортних операцій;</li> <li>- через закордонних дистриб'юторів чи агентів</li> </ul>	<p><b>1.</b> Ліцензування.</p> <p><b>2.</b> Підрядне виробництво.</p> <p><b>3.</b> Управління за контрактом.</p> <p><b>4.</b> Підприємства спільного володіння</p>	<p><b>1.</b> Спільні підприємства.</p> <p><b>2.</b> Виробничі підприємства</p>

Виходячи із даних таблиці бачимо два варіанти: вибір стратегії та напрямів дій, що орієнтуються на прямий експорт та відповідно на непрямий. Непрямий експорт має місце, коли вироби та послуги реалізуються, через посередників: коли вітчизняний посередник-експортер отримує продукцію від виробника та продає її за кордон; вітчизняний агент-експортер шукає покупців за кордоном та домовляється про поставки, розраховуючи на отримання комісійної винагороди; або кооперативна організація здійснює експорт від декількох виробників та частково під їх адміністративним контролем чи керуюча експортом фірма керує експортною діяльністю компанії за певну винагороду.

Непрямий експорт для ТзОВ «Агроцентр-технологій», особливо необхідний в умовах, коли виробник не має достатньої інформації про зовнішній ринок або досвіду роботи на ньому, тому віддає перевагу зменшенню власного ризику, передаючи функцію збуту посередницькій фірмі.

Отже, якщо компанія вирішила вийти на зовнішній ринок, їй необхідно визначитися зі стратегією виходу та методом інвестування, виходячи із чотирьох загальновідомих варіантів: експортування, ліцензування, створення спільного підприємства чи пряме інвестування, кожна з яких має як позитивні, так і негативні наслідки. Саме тому, керівництво підприємства повинно чітко аналізувати умови та особливості як зовнішнього, так і регіонального ринку, їх збалансованість для забезпечення розвитку.

### **3.2. Оновлення матеріально-технічної бази підприємства та впровадження технічних інновацій**

З метою оновлення матеріально-технічної бази та впровадження технічних інновацій досліджуване підприємство планує закупити нову техніку – телескопічний навантажувач Merlo TF 38.7-120 (рис.3.3), це буде вигідна угода для забезпечення його інноваційного розвитку. Однак через брак фінансових ресурсів фінансування даного інноваційного проекту доцільно здійснити із залученням інвестиційних ресурсів.

Адже, як відомо, саме інвестиції здатні забезпечити модернізацію і технічне переоснащення, впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій, а, отже, зменшення частки матеріальних витрат у структурі собівартості та збільшення оплати праці, виробництво конкурентоспроможної продукції.

Поступове залучення зовнішніх джерел фінансування дозволить розширювати основні напрями діяльності щодо випуску органічної, екологічно чистої і безпечної продукції в майбутньому. Для реалізації даного проекту доцільно використати метод фінансування у вигляді лізингу, зокрема як альтернатива запропоновано використати лізингову програму за участю однієї із фірм: VAB Лізинг; ОТП Лізинг; Бізон Лізинг; ТОВ «Український лізинговий фонд»; «ЕСКА Капітал» Лізинг.

Ці проекти надають різноманітні унікальні пропозиції для вітчизняних аграрних підприємств, де кожен має змогу знайти для себе найбільш прийнятний варіант, який забезпечить йому ефективність та конкурентоспроможність на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Слід зазначити, що на сьогоднішній день ТзОВ «Агроцентр-технологій» продовжує плідну співпрацю із компанією «ОТП Лізинг» та запроваджує новий проект з використанням пропозиції вигідних пільгових відсоткових ставок. Умови кредитування за договором-лізингу представлено у табл. 3.4.

## Умови фінансування проекту закупівлі телескопічних навантажувачів типу Merlo

Умови фінансування проекту	Значення показників за умовами фінансування проекту				
1. Строк фінансування за договорами фінансового або оперативного лізингу, місяці	12	24	36	48	60
2. Авансовий платіж, %	30				
3. Ставка фінансування за договорами фінансового або оперативного лізингу для USD, %	2,70	6,90	8,30	9,10	9,60
4. Ставка фінансування за договорами фінансового або оперативного лізингу для грн., %	12,20	16,40	17,90	19,1	21,0

За даним проектом початковий внесок на техніку – навантажувачі Merlo TF 38.7-120 становитиме лише 30%. Загальна ціна обладнання складе 80 000 €. Акційна пропозиція поширюється лише на телескопічні навантажувачі Merlo.



Рис. 3.3. Телескопічний навантажувач Merlo TF 38.7-120

Як бачимо, телескопічний навантажувач Merlo простий в експлуатації та має високу вантажопідйомність, він допоможе виконувати ряд логістичних операцій, пов'язаних із складуванням, переміщенням запасів у різні зони зберігання та відвантаження продукції споживачу.

Наразі український агробізнес, впроваджуючи подібні інноваційні проекти, має змогу придбати якісну сучасну техніку за привабливою ціною.

Загалом, слід відмітити, що з метою оновлення матеріально-технічної бази та впровадження інновацій на підприємстві даний проект є вигідним, умови придбання даного транспортного засобу є прийнятними. Використовуючи запропонований механізм залучення фінансових ресурсів за рахунок здійснення лізингових операцій досліджуване підприємство, а також інші аграрії, які можуть також ним скористатися, зможуть ефективно експлуатувати даний вид техніки у своїх господарських цілях з метою покращення ефективності їх виробничо-господарської діяльності.

### **3.3. Прогнозування результатів інноваційної діяльності ТЗОВ «Агроцентр-технологій» на основі фінансових показників ефективності**

Як відомо, вплив різноманітних чинників на кінцевий результат діяльності підприємства – конкурентоспроможність, ефективність, забезпечення інноваційного розвитку можна оцінити за допомогою економіко-математичних методів. Вітчизняним і світовим досвідом зібрано великий обсяг знань щодо моделювання та прогнозування економічних процесів. Проте й до сьогоднішнього дня в Україні продовжується пошук, розроблення та вдосконалення методів, за допомогою яких можна було б аналізувати та прогнозувати усі економічні процеси згідно з ринковими умовами розвитку та трансформаційними перетвореннями. Велика кількість факторів призводить до необхідності застосування регресійного аналізу для кількісної оцінки взаємозалежностей між статистичними ознаками, що характеризують окремі соціально-економічні процеси. Під час регресійного аналізу потрібно встановити теоретичну форму зв'язку між факторними і результативними ознаками. Результати регресійного аналізу, які будуть отримані, можна буде використати для обґрунтування управлінських рішень, що дозволить

прогнозувати і планувати обсяги реалізації окремих видів продукції в короткотерміновому майбутньому періоді.

Завданням регресійного аналізу є побудова та аналіз економіко-математичної моделі рівняння регресії, що показує залежність результативної ознаки від кількох факторів і дає оцінку міри щільності зв'язку.

У процесі дослідження у даній роботі проблеми інноваційної діяльності та пошуку джерел її фінансування (витрачання коштів на інновації) для досліджуваного підприємства ТЗОВ «Агроцентр-технологій» використаємо також метод регресійного моделювання з метою визначення прогнозних її показників.

Побудову регресійної моделі почнемо з виокремлення факторів, які, на нашу думку, істотно впливають на обсяг реалізованої інноваційної продукції, а саме витрати на інновації та продуктивність праці.

Вихідні статистичні дані для прогнозування результатів інноваційної діяльності ТЗОВ «Агроцентр-технологій» подано у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Вихідні дані ТЗОВ «Агроцентр-технологій» для прогнозування результатів інноваційної діяльності

Роки	Обсяг реалізованої інноваційної продукції, тис. грн.	Витрати на інновації, тис. грн.	Продуктивність праці, тис. грн.
2017	1 275,7	302,62	121,5
2018	1470	379,26	123,5
2019	2 114,5	476,06	151

При виборі математичної форми зв'язку, якщо немає підстав вважати інше, починати слід з найпростішого випадку: лінійної залежності. Лінійна залежність (відповідно лінійна регресійна модель) означає, що фактори враховуються у сумі зі своїми коефіцієнтами. Для побудови багатофакторної регресійної моделі використано відому формулу лінійної залежності [39]:

$$Y_t = b_0 + b_1 \cdot X_{1t} + b_2 \cdot X_{2t} + \dots + b_m \cdot X_{mt} \quad (3.1)$$



де  $Y_t$  – досліджуваний процес;

$X_{1t}, X_{2t} \dots X_{mt}$  – пояснючі фактори у період часу  $t$  (в загальному випадку їх кількість дорівнює  $m$ , причому  $m$  – довільне натуральне число, у тому числі і 1, коли фактор тільки один);

$b_0, b_2 \dots b_m$  – коефіцієнти регресії, які потрібно розрахувати для встановлення регресії.

Статистичну адекватність рівняння визначено за максимальною щільністю зв'язку між досліджуваним процесом та факторами. Коефіцієнти лінійної кореляції  $R$  та  $R^2$  – було обрано показниками щільності зв'язку. Оцінка статистичної надійності рівняння в цілому проведена за  $F$  – критерієм Фішера. Оптимальною вважаємо математичну залежність, яка забезпечує максимально наближені до одиниці значення  $R$  та  $R^2$ . Для підвищення достовірності отриманих результатів використано «Пакет аналізу», який є стандартним додатком Microsoft Excel.

В даному випадку, досліджуваним процесом  $Y_t$  – було обрано обсяг реалізованої інноваційної продукції ( $O_i$ ), тис. грн., а факторами -  $X_1$  - витрати на інновації ( $V_i$ ), тис.грн.,  $X_2$  – продуктивність праці (ПП), тис.грн.

Одержана багатofакторна регресійна модель для визначення впливу факторів на інноваційну діяльність ТзОВ «Агроцентр-технологій» матиме вигляд (рис. 3.4).

Таким чином, наше рівняння буде мати вигляд:

$$O_i = (-131,874) + 1,393 * V_{in} + (-0,7745 * ПП)$$

де  $O_i$  – обсяг реалізованої інноваційної продукції, тис.грн.;

$V_{in}$  – витрати на інновації, тис.грн.;

ПП – продуктивність праці, тис.грн.

Множинний коефіцієнт лінійної регресії  $R$  становить 0,9903, тобто обсяг реалізованої інноваційної продукції на ТзОВ «Агроцентр-технологій» на 99 % визначається обраними факторами, які є значущими для одержаної моделі за  $t$ -критерієм Стьюдента.

Для аналізу динаміки впливу витрат на інновації та продуктивності праці на обсяг реалізованої інноваційної продукції використовуємо коефіцієнт еластичності ( $k_e$ ). Оскільки результативний показник і фактори переважно оцінюються у різних одиницях виміру і є різними за величиною, то для усунення різнорозмірності і оцінки співвідношення між кожним фактором і досліджуваним показником за допомогою відносних величин, визначається коефіцієнт еластичності. Останній показує, на скільки відсотків зміниться функція зі зміною певного фактора на 1% при фіксованому (середньому) значенні інших факторів.

За відомою формулою визначення коефіцієнта еластичності можемо визначити даний коефіцієнт для витрат на інновації та продуктивності досліджуваного підприємства ТзОВ «Агроцентр-технологій».

$$k_{e1} = \frac{b_1 \cdot \bar{X}_1}{b_0 + b_1 X} \quad (3.2)$$

Таким чином, даний показник для витрат на інновації складе:

$$k_e B_{iH} = \frac{1,39332 * \bar{B}_{iH}}{-131,873 + (1,39332 * B_i)}$$

$$k_e B_i = \frac{1,39332 * 386}{-131,873 + (1,39332 * 302,62)} = \frac{537,821}{289,773} = 1,856$$

Відповідно для продуктивності праці для досліджуваного підприємства ТзОВ «Агроцентр-технологій»:

$$k_e ПП_i = \frac{-0,7745 * \bar{ПП}_i}{-131,873 + (-0,7745 * ПП_i)}$$

$$k_e ПП_i = \frac{-0,7745 * 132}{-131,873 + (-0,7745 * 121,5)} = \frac{-102,234}{-225,974} = 0,452$$

Вихідні дані для оцінювання показників інноваційного розвитку ТзОВ «Агроцентр-технологій»									
Од.вим. Умовні позначення	тис.грн.	тис.грн.	тис. грн.	Модель прогнозу обсягів реалізації інноваційної продукції					
	ОРіп	Ві	ПП	<b>ОРіп = -131,874 + 1,393 * Ві + (-0,7745 * ПП)</b>					
t	Обсяг реалізованої інноваційної продукції	Витрати на інновації	Продуктивність праці	Коефіцієнт еластичності для витрат на інновації, %					
2017	1 275,7	302,62	121,5	<b>КеВі = 1,39332 * 386 / -131,873 + (1,39332 * 302,62)</b>					<b>1,856 або 880,711 тис. грн.</b>
2018	1470	379,26	123,5						
2019	2 114,5	476,06	151						
				Коефіцієнт еластичності для продуктивності праці, %					
				<b>КеПП = -0,775 * 132 / -131,873 + (-0,7745 * 121,5)</b>					<b>0,452 або 68,252 тис. грн.</b>
				Обсяг реалізованої інноваційної продукції при збільшенні витрат на інновації у 2020 р. на 1,856					<b>3924,51 тис. грн.</b>
				Обсяг реалізованої інноваційної продукції при підвищенні продуктивності праці у 2020 р. на 0,452					<b>955,75 тис. грн.</b>
				Обсяг реалізованої інноваційної продукції при збільшенні витрат на інновації у 2021 р. на 1,856					<b>7283,89 тис. грн.</b>
				Обсяг реалізованої інноваційної продукції при підвищенні продуктивності праці у 2021 р. на 0,452					<b>432 тис. грн.</b>
SUMMARY OUTPUT									
<i>Regression Statistics</i>									
Multiple R		0,990335134							
R Square		0,980763677							
Adjusted R Square		0,961527353							
Standard Error		22,44993018							
Observations		5							
ANOVA									
		<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>			
Regression		2	51392,80127	25696,40063	50,98498613	0,019236323			
Residual		2	1007,99873	503,999365					
Total		4	52400,8						
<i>Coefficients</i>									
		<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>Lower 95,0%</i>	<i>Upper 95,0%</i>	
Intercept		-131,8738785	61,15081332	-2,156535152	0,163772019	-394,9845923	131,2368354	-394,98459	131,2368354
X Variable 1		1,393322887	0,373348808	3,731960191	0,064889724	-0,213067379	2,999713153	-0,2130674	2,999713153
X Variable 2		-0,774537679	0,690487104	-1,121726496	0,378568274	-3,7454639	2,196388542	-3,7454639	2,196388542

**Рис. 3.4. Результати регресійного моделювання впливу факторів на інноваційну діяльність ТзОВ «Агроцентр-технологій»**

Згідно проведених розрахунків коефіцієнта еластичності, можемо зробити наступний висновок:

1. Якщо у подальшому ТзОВ «Агроцентр-технологій» збільшить витрати на інновації на 1 %, то обсяг реалізованої інноваційної продукції досліджуваного підприємства зросте на коефіцієнт 1,85 % і складе 880,711 тис.грн.

2. Якщо дане підприємство збільшить продуктивність праці на 1 %, то обсяг реалізованої інноваційної продукції ТзОВ «Агроцентр-технологій» збільшиться на коефіцієнт 0,452 % і приріст буде становити 68,252 тис. грн.

Отже, для покращення інноваційної діяльності ТзОВ «Агроцентр-технологій» важливо збільшувати витрати на інновації та підвищувати продуктивність праці.

Зведені дані результатів регресійного моделювання щодо прогнозування обсягів реалізованої інноваційної продукції на 2020-2022рр. та визначення впливу факторів на ефективність інноваційної діяльності ТзОВ «Агроцентр-технологій» представлено у таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

Результати прогнозування обсягів реалізованої інноваційної продукції на 2020-2022рр. та визначення впливу факторів на інноваційну діяльність

ТзОВ «Агроцентр-технологій»

Фактори впливу	Регресійна модель	Множинний коефіцієнт регресії	Коефіцієнт еластичності, %	Зміна обсягу інноваційної продукції при зростанні фактора на 1 %, тис. грн.	Обсяг реалізованої інноваційної продукції, тис.грн.		
					2020 рік	2021 рік	2022 рік
$V_{in}$ – витрати на інновації, тис.грн.	$OP_i = (-131,874) + 1,393 * V_{in} + (-0,7745 * ПП)$	0,990	1,856	880,711	3924,51	7283,89	13518,89
ПП – продуктивність праці, тис.грн.			0,452	68,252	955,75	432	195,26

Аналізуючи одержані результати регресійного моделювання для ТЗОВ «Агроцентр-технологій» загалом можна зробити наступні висновки:

1) усі моделі адекватні і показують, що відібрані фактори на 98-99 % відображають фактори впливу на величину обсягу інноваційної продукції, параметри рівняння значущі за  $t$ -критерієм Стьюдента;

2) витрати на інновації є значним фактором, що формує величину обсягу інноваційної продукції для ТЗОВ «Агроцентр-технологій».

3) для збереження у наступні періоди кращого становища з обсягу інноваційної продукції потрібно найперше розширити інноваційну діяльність і розв'язувати проблеми із кадрами і стимулюванням на підприємстві. Оскільки, при зниженні продуктивності праці на підприємстві, відбуватиметься зменшення обсягу реалізованої інноваційної продукції.

Також слід зауважити, що економіко-статистична модель, побудована у вигляді певного рівняння множинної регресії, є одним з ефективних інструментів прогнозування досліджуваного процесу на коротко- та середньостроковий період. Це дозволить ТЗОВ «Агроцентр-технологій» вчасно приймати обґрунтовані управлінські рішення, а також правильно обирати найбільш сприятливі з них та здійснювати певні заходи, з допомогою яких виникатиме можливість усунути негативний вплив цих факторів в майбутньому періоді.

У практиці прогнозування реалізації продукції інколи доводиться здійснювати прогнозні розрахунки не маючи повної інформації про обсяги продажу товару. Така проблема виникає, наприклад, під час прогнозування обсягів продажу інноваційної продукції, до яких, зокрема, належать продукція ТЗОВ «Агроцентр-технологій».

Пропонуємо ще розрахувати трендові зміни чистого доходу від реалізації, обсягу інноваційної продукції та чистого прибутку досліджуваного підприємства (рис.3.6, 3.7 та 3.8), використовуючи методи статистичного аналізу, основною метою використання яких полягає у тому, щоб на їх основі зробити прогноз про розвиток досліджуваного процесу на майбутній проміжок

часу, а також простота побудови таких моделей за допомогою використання засобів Excel.

Здійснення прогнозу чистого доходу від реалізації продукції ТзОВ «Агроцентр-технологій» на наступний рік за допомогою побудови адекватної трендової моделі дасть змогу досліджуваному підприємству спланувати обсяги реалізації продукції для забезпечення його ефективної роботи.

Трендові моделі побудуємо за допомогою засобів Excel, їх адекватність оцінимо за допомогою коефіцієнтів кореляції.

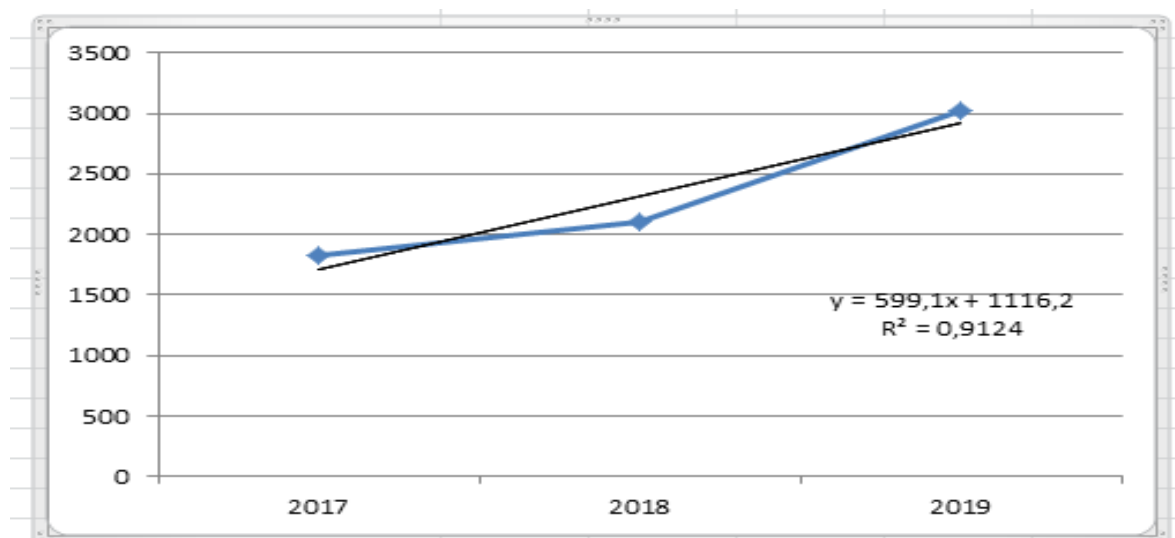


Рис. 3.6. Побудовані тренди по показниках чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн. ТзОВ «Агроцентр-технологій»

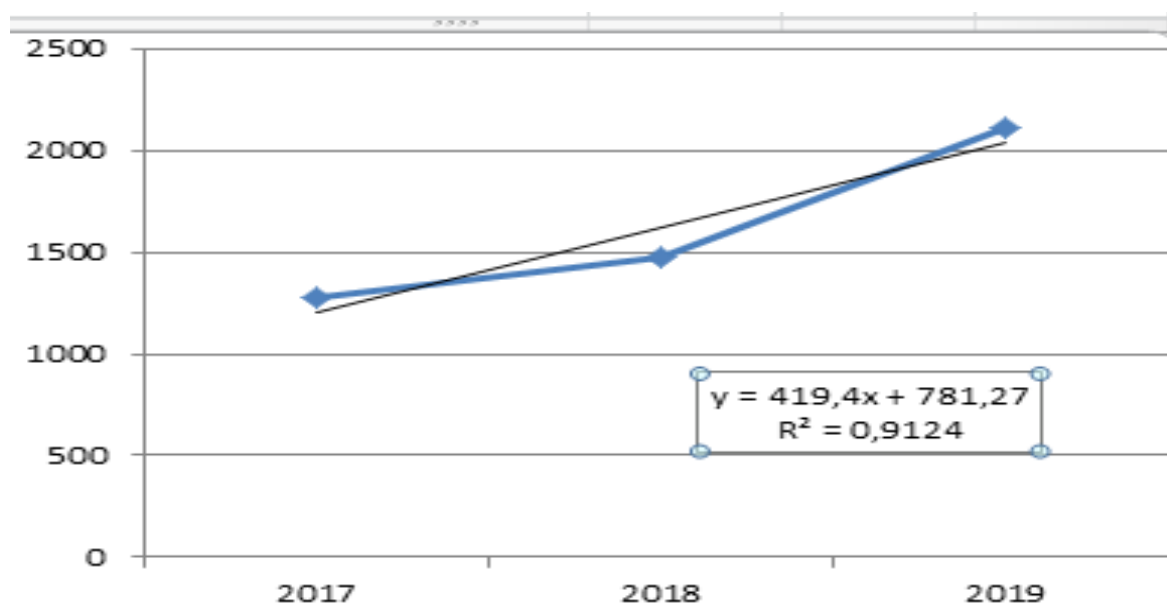


Рис. 3.7. Побудовані тренди по показниках обсягу реалізованої інноваційної продукції, тис. грн. ТзОВ «Агроцентр-технологій»

Як видно з побудованих трендів, на підприємстві ТзОВ «Агроцентр-технологій» показано, що чистий дохід від реалізації та обсяг реалізованої інноваційної продукції зростає протягом 2017-2019 р.р. Це дозволило побудувати лінію тренду, яка відображає темпи зростання чистого доходу від реалізації і обсяг реалізованої інноваційної продукції та можливість подальшого прогнозування даного показника з достовірністю 0,9124, що є досить високою.

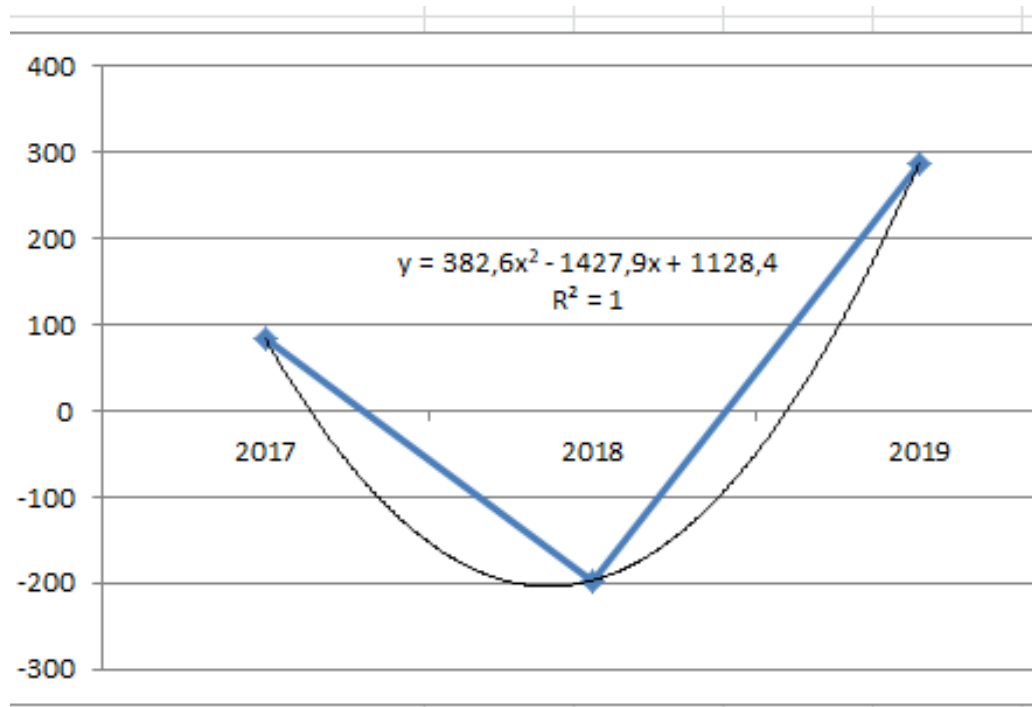


Рис. 3.8. Побудовані тренди по показниках чистого прибутку, тис. грн. ТзОВ «Агроцентр-технологій»

При побудові тренду по показниках чистого прибутку підприємства ТзОВ «Агроцентр-технологій» одержано поліноміальну модель також з високою достовірністю – коефіцієнт кореляції 1. За даними показниками підприємство покращило своє становище у 2019 р., що показали виявлені тенденції. Але для їх збереження у наступні періоди потрібно найперше активізувати інноваційну діяльність на основі пошуку додаткових джерел її фінансування.

Одержані трендові моделі і виявлені тенденції показують:

– на досліджуваному підприємстві спостерігалось зростання по показниках протягом 2017-2019 рр., що пояснюється напрямом діяльності підприємства ТзОВ «Агроцентр-технологій»;

– з 2017 року прослідковується стабілізація розвитку.

– проте, якщо не приймати дієвих заходів щодо активізації інноваційної діяльності та пошуку джерел її фінансування, то погіршення становища можемо спостерігати вже у наступні періоди.

Спрогнозувавши майбутній чистий дохід, обсяг реалізації інноваційної продукції та чистий прибуток можна зробити висновки щодо необхідності розширення меж інноваційної діяльності та впровадження заходів щодо її стимулювання.

### **Висновки до розділу 3**

1. У процесі дослідження обґрунтовано основні пріоритети інноваційної діяльності ТзОВ «Агроцентр-технологій» на ринку агропродукції. Як бачимо, процес інноваційної діяльності ще недостатньо трансформувался за ринковими правилами, залишаючись переважно зорієнтованим на продукування нових знань і технологій незалежно від врахування попиту споживача і участі в процесі їх створення потенційних замовників. Це є ключовим моментом щодо визначення і розв'язання проблеми переорієнтації системи продукування і впровадження інновацій на ринковий попит споживача, тобто акцентування уваги власне на ринковій складовій, важливими елементами якої є інноваційно-логістичне та маркетингове забезпечення.

2. Проаналізувавши механізм формування асортиментної політики підприємства та коефіцієнти дохідності та конкурентоспроможності ключових асортиментних позицій досліджуваного підприємства, бачимо, що найвищий коефіцієнт дохідності у 2019 році був для продукції органічні мінеральні добрива, який становив 4,8, а найнижчий – для засобів захисту рослин, який



дорівнював 0,5. За показником конкурентоспроможності у 2018 та 2019 роках домінують також добрива (показник відповідно 54,4 та 85,2), на другому місці у 2018 році були органічні засоби для захисту рослин (показник 14,9), однак у 2019 році ситуація кардинально змінилась і дану позицію з суттєвою перевагою зайняла натуральна косметика із показником конкурентоспроможності 24,5; рівень конкурентоспроможності миючих засобів майже не змінився і у 2019 році становив 3,9 пункти.

3. Виходячи з проведених досліджень бачимо, що вихід з органічною, екологічно чистою та безпечною продукцією на світовий ринок є перспективою даного підприємства, а основою для його забезпечення є інноваційно-логістична та маркетингова підтримка. У контексті цього запропоновано необхідність створення маркетингової служби для усіх учасників ринку впровадження інноваційних агротехнологій та безпосередньо відділу маркетингу ТзОВ «Агроцентр-технологій», ефективність яких визначається: по-перше, тим, що вони є ланками об'єднання і зацікавлені в узгодженні обсягів і цін поставок продукції, розробці і реалізації єдиної маркетингової стратегії політики ціноутворення; по-друге, розробкою системи інформаційного забезпечення для проведення комплексних маркетингових досліджень.

4. З метою оновлення матеріально-технічної бази та впровадження інновацій на підприємстві запропоновано інноваційний проект закупівлі нової техніки – телескопічного навантажувача Merlo TF 38.7-120, визначено джерела фінансування даної угоди. Проведені дослідження показали, що даний проект є вигідним, умови придбання даного транспортного засобу є прийнятними. Використовуючи запропонований механізм залучення фінансових ресурсів за рахунок здійснення лізингових операцій досліджуване підприємство, а також інші аграрії, які можуть також ним скористатися, зможуть ефективно експлуатувати даний вид техніки у своїх господарських цілях з метою покращення ефективності їх виробничо-господарської діяльності.

5. В роботі запропоновано комплексний підхід до оцінювання впливу факторів на інноваційну діяльність підприємства ТзОВ «Агроцентр-технологій» за допомогою регресійного моделювання.

Побудовано регресійну модель та визначено вплив ключових факторів – витрат на інновації та продуктивності праці на результуючий показник ефективності інноваційної діяльності – обсяг реалізації інноваційної продукції.

Згідно проведених розрахунків коефіцієнта еластичності, бачимо:

- якщо у наступні роки ТзОВ «Агроцентр-технологій» збільшить витрати на інновації на 1%, то обсяг реалізованої інноваційної продукції досліджуваного підприємства зросте на коефіцієнт 1,85 % і складе 880711 грн.

- якщо дане підприємство буде збільшувати продуктивність праці на 1%, то обсяг реалізованої інноваційної продукції ТзОВ «Агроцентр-технологій» збільшиться на коефіцієнт 0,452 % і приріст буде становити 6825 грн.

## РОЗДІЛ 4

### ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА У НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ

#### 4.1. Організація охорони праці досліджуваного підприємства ТзОВ «Агроцентр-технологій»

Необхідність забезпечення здорових і безпечних умов праці, формування цілісних орієнтацій, пріоритетів життя і здоров'я людей по відношенню до результатів виробничої діяльності, зумовлює потребу вивчення проблем в галузі охорони праці.

Як відомо, охорона праці – це система правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних та лікувально-профілактичних заходів і засобів, спрямованих на збереження здоров'я та працездатності людини в процесі праці.

Правовою основою законодавства щодо охорони праці є Конституція України, Закони України: «Про охорону праці», «Про охорону здоров'я», «Про пожежну безпеку», «Про забезпечення санітарного та епідеміологічного благополуччя населення», а також Кодекс Законів про працю України.

Ключовим законодавчим документом в галузі охорони праці є Закон України «Про охорону праці», дія якого поширюється на всі підприємства, установи і організації незалежно від форм власності та видів їх діяльності, на усіх громадян, які працюють. Цей закон визначає основні положення щодо реалізації конституційного права громадян про охорону їх життя і здоров'я в процесі трудової діяльності, регулює за участю відповідних державних органів відносини між власником підприємства, організації і працівником з питань безпеки, гігієни праці та виробничого середовища і встановлює єдиний порядок організації охорони праці в Україні.

Соціальне значення охорони праці полягає в сприянні росту ефективності суспільного виробництва шляхом безперервного вдосконалення і поліпшення

умов праці, підвищення їх безпеки, зниження виробничого травматизму і профзахворювань.

Економічне значення охорони праці визначається ефективністю заходів з покращення умов і підвищення безпеки праці та є економічним виразом соціальної значущості охорони праці. Тобто, економічне значення охорони праці оцінюється за результатами, отриманими при зміні показників шляхом впровадження заходів з покращення умов праці і підвищення продуктивності праці; зниження непродуктивних витрат часу і праці; збільшення фонду робочого часу; зниження витрат, пов'язаних з плінністю кадрів тощо.

Виходячи з вище викладеного, управління охороною праці – це підготовка, прийняття та реалізація рішень спрямованих на забезпечення здоров'я та працездатності людини в процесі праці. Система управління охороною праці є складовою частиною загальної системи управління підприємством. Об'єктом управління є діяльність структурних підрозділів підприємства, яка спрямована на створення безпечних і здорових умов праці.

Служба охорони праці підприємства створюється на підприємствах, установах і організаціях незалежно від форми власності та виду діяльності для виконання правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних та лікувально-профілактичних заходів, в процесі праці.

Для реалізації перелічених вище цілей служба охорони праці повинна вирішувати такі завдання:

- здійснювати контроль за безпекою виробничих процесів, устаткування, будівель і споруд;
- забезпечувати працівників засобами індивідуального та колективного захисту;
- забезпечувати професійну підготовку і підвищення кваліфікації працівників із питань охорони праці;
- забезпечувати оптимальні режими праці і відпочинку працюючих;
- вимагати професійного добору кадрів для визначених видів робіт.

Оскільки досліджуване підприємство ТзОВ «Агроцентр-технологій» є невеликим за розмірами, кількість працюючих лише 26 чол., тому створювати цілу службу з охорони праці було недоцільно і не вигідно. Основні функції управління охороною праці на підприємстві виконуються керівником, зокрема:

1. Створення ефективної системи управління, яка сприяє удосконаленню діяльності кожного структурного підрозділу і кожної посадової особи.

2. Здійснення оперативного-методичного керівництва роботою з охорони праці.

3. Розробка разом із структурними підрозділами заходів по забезпеченню норм безпеки, гігієни праці та виробничого середовища або їх підвищення.

4. Розробка змісту і методики проведення інструктажу з питань охорони праці та протипожежної безпеки при прийомі працівників на роботу та періодично згідно графіка в процесі їх роботи на робочих місцях.

У своїй діяльності досліджуване підприємство використовує:

1. Положення про систему управління охороною праці.
2. Положення про навчання, інструктаж і перевірку знань працівників з питань охорони праці.

3. Положення про проведення первинного та повторного інструктажів.

4. Наказ про порядок атестації робочих місць щодо їх відповідності нормативним актам про охорону праці.

5. Інструкції з охорони праці для працюючих за професійними видами робіт.

6. Інші заходи.

## **4.2. Навчання та інструктажі працівників із питань охорони праці на підприємстві**

Проведення навчання та інструктажів працівників із питань охорони праці є складовою системи управління охороною праці будь якого підприємства.

Працівники, що виконують роботи підвищеної небезпеки, а також де є необхідність у професійному відборі, при прийнятті на роботу проходять попереднє спеціальне навчання і перевірку знань з питань охорони праці та періодичне навчання і перевірку знань не рідше одного разу на рік.

Відповідно, працівники, що не пройшли навчання і перевірку знань або при повторній перевірці показали незадовільні знання з питань охорони праці, звільняються з посади.

Інструктажі за часом і характером проведення поділяються на: вступний, первинний, повторний, позаплановий та цільовий.

Вступний інструктаж проводиться з усіма працівниками, які щойно прийняті на роботу (постійну або тимчасову), незалежно від їх освіти, стану роботи або посади; працівниками, які знаходяться у відрядженні на підприємстві й беруть безпосередню участь у виробничому процесі; з водіями транспортних засобів, які вперше в'їжджають на територію підприємства; учнями та студентами навчальних закладів перед початком трудового і професійного навчання.

Первинний інструктаж проводиться на робочому місці до початку роботи з новоприйнятим працівником або працівником, який буде виконувати нову для нього роботу, студентом перед початком практики тощо.

Повторний інструктаж проводиться на робочому місці з усіма працівниками: на роботах із підвищеною небезпекою один раз на квартал; на інших роботах – один раз у рік. Мета такого інструктажу – поновити знання та уміння виконувати працівником роботу правильно і безпечно.

Позаплановий інструктаж на підприємстві проводять в окремих випадках, проводиться він з працівниками на робочому місці або в кабінеті директора при:

- введенні в дію нових або змінених нормативних актів про охорону праці;
- зміні технологічного процесу, заміні або модернізації устаткування, приладів та інструментів;
- при порушенні працівниками нормативних актів, що може призвести до травматизму чи інших негативних моментів;
- на вимогу працівника органу державного нагляду або вищої державної організації;

Цільовий інструктаж також прописаний, однак проводиться в окремих випадках:

- при виконанні разових робіт, що не пов'язані безпосередньо з основними роботами працівника;
- при форс-мажорних обставинах (ліквідації наслідків аварії, стихійного лиха тощо).

Слід зазначити, що усі вказані вище види інструктажів проводяться керівником досліджуваного підприємства ТзОВ «Агроцентр-технологій» згідно положень, затверджених на підприємстві та нормативно-правової бази, яка регламентує дане питання.

## ВИСНОВКИ

Провівши дане магістерське дослідження стосовно управління фінансовим забезпеченням інноваційної діяльності підприємства у сфері ведення агробізнесу можна сформулювати наступні висновки:

1. Проаналізувавши дефініцію «інновація», визначено, що це новий конкурентоспроможний продукт, який приносить економічний, соціальний та інші ефекти для суспільства.

Своєю чергою, інноваційний процес – це послідовність етапів створення та просування на ринок інноваційного продукту (інновації), який передбачає використання фінансових, матеріальних, інтелектуальних та інших видів ресурсів.

Відповідно інноваційна діяльність – це діяльність, яка передбачає продукування (розроблення і виготовлення) та комерціалізацію новацій (впровадження і реалізацію, включаючи маркетинговий супровід).

2. Проведені дослідження стану інноваційної діяльності вітчизняних підприємств показали, що упродовж 2015-2019р.р. їх інноваційна активність була низькою (15–20%), у порівнянні з розвинутими країнами світу, де показник сягає 60–70%, при чому за останні роки вона знизилась від 18,9% у 2016 році до 15,8 % у 2019 році. І однією з головних причин її низького рівня є відсутність коштів на проведення інноваційної діяльності. Тому фінансове забезпечення інноваційного процесу визначено ключовим елементом при реалізації завдань з провайдингу інновацій.

3. У процесі дослідження визначено, що система фінансування інноваційної діяльності покликана вирішувати такі ключові завдання як: створення сприятливих умов для продукування та провайдингу інновацій; збереження і розвиток стратегічного інноваційного потенціалу в пріоритетних напрямках розвитку; створення необхідних умов для збереження та розвитку інтелектуально-кадрового потенціалу в усіх галузях національної економіки.



Виходячи із досліджень фінансового забезпечення вітчизняних підприємств систематизовано та виділено основні методи та джерела фінансування: самофінансування, акціонерне, бюджетне, кредитне, банківське, проектне та венчурне фінансування, лізинг та селенг, визначено їх переваги та недоліки в сучасних умовах господарювання.

Зазначено, що створення обґрунтованої системи фінансування інноваційної діяльності вітчизняних підприємств створює умови для накопичення фінансових коштів, можливості їх концентрації на ключових напрямках інноваційних процесів та ефективного використання їх інноваційного потенціалу.

4. У процесі дослідження, з'ясовано, що обране підприємство ТЗОВ «Агроцентр-технологій» – це сучасне інноваційно-активне підприємство, основною метою діяльності якого є пропагування використання екосировини та практичне впровадження новітніх еко-технологій на ринку.

Зазначено, що у даному контексті йому потрібно залучати весь інноваційний потенціал та усі види ресурсів з метою забезпечення ефективності господарювання та реінвестування коштів у подальший свій розвиток у сфері використання інноваційних технологій в рослинництві, тваринництві та побуті.

5. Компанія «Агроцентр-технологій» представлена на ринку в наступних торгових марках: Eco Organic Product та Еко Гумат Плюс Зав'язь, які дозволяють якісно обробляти посівний матеріал, забезпечують відновлення та родючість ґрунтів на основі використання природних органічних речовин. Найбільш важливими компонентами в діяльності досліджуваного підприємства є якість та безпечність продукції. Безпечність компанії полягає насамперед в тому, що вся продукція не містить шкідливих речовин. Також важливим компонентом є те, що кожен продукт сертифікований та відповідає усім стандартам ефективності та безпечності, є екологічно чистим.

6. Проведений з метою оцінки фінансових можливостей досліджуваного підприємства аналіз його фінансового стану, який дає змогу визначити нам пріоритетність фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємства

на наступні періоди, свідчить про такі позитивні й окремі негативні моменти роботи ТзОВ «Агроцентр-технологій». По-перше бачимо, що впродовж досліджуваного періоду 2017-2019р.р. показники ліквідності є дуже низькими, що свідчить про те, що у підприємства недостатньо оборотних коштів для покриття своїх зобов'язань. По-друге, фінансовий стан досліджуваного підприємства є стійким, тобто підприємство є незалежним в своїй діяльності, оскільки частка власного капіталу є досить високою. По-третє, ділова активність підприємства є невисокою, але з кожним роком вона зростає за рахунок розширення меж діяльності підприємства та впровадження на ринок нових видів продукції.

Позитивною динамікою характеризуються також показники виручки, собівартості, прибутку та рентабельності за аналізований період 2017-2019р.р.

7. Використавши інструментарій стратегічного аналізу ми дослідили можливості та загрози зовнішнього середовища (в т.ч. й безпосереднього оточення підприємства, беручи до уваги діяльність його конкурентів, постачальників та споживачів), сильні та слабкі сторони внутрішнього середовища ТзОВ «Агроцентр-технологій» з метою формування стратегії та орієнтирів його інноваційного розвитку на перспективу.

В ході проведеного аналізу визначено, що для досліджуваного підприємства характерною є стратегія формування конкурентних переваг та посилення позицій на ринку за рахунок здійснення активної інноваційної політики щодо впровадження екопродукції та екотехнологій у сферу агробізнесу, при чому не лише на вітчизняному ринку, але й розширення меж діяльності – його вихід на зарубіжні ринки. У цьому контексті доцільно звернути увагу на активізацію використання засобів та інструментарію сучасного логістичного менеджменту та маркетингу.

8. У процесі дослідження також обґрунтовано основні пріоритети інноваційної діяльності ТзОВ «Агроцентр-технологій» на ринку агропродукції. Як бачимо, процес інноваційної діяльності ще недостатньо трансформувався за ринковими правилами, залишаючись переважно зорієнтованим на

продукування нових знань і технологій незалежно від врахування попиту споживача і участі в процесі їх створення потенційних замовників. Це є ключовим моментом щодо визначення і розв'язання проблеми переорієнтації системи продукування і впровадження інновацій на ринковий попит споживача, тобто акцентування уваги власне на ринковій складовій, важливими елементами якої є інноваційно-логістичне та маркетингове забезпечення.

9. Проаналізувавши механізм формування асортиментної політики підприємства та коефіцієнти дохідності та конкурентоспроможності ключових асортиментних позицій досліджуваного підприємства, бачимо, що найвищий коефіцієнт дохідності у 2019 році був для продукції органічні мінеральні добрива, який становив 4,8, а найнижчий – для засобів захисту рослин, який дорівнював 0,5. За показником конкурентоспроможності у 2018 та 2019 роках домінують також добрива (показник відповідно 54,4 та 85,2), на другому місці у 2018 році були органічні засоби для захисту рослин (показник 14,9), однак у 2019 році ситуація кардинально змінилась і дану позицію з суттєвою перевагою зайняла натуральна косметика із показником конкурентоспроможності 24,5; рівень конкурентоспроможності миючих засобів майже не змінився і у 2019 році становив 3,9 пункти.

10. Виходячи з проведених досліджень бачимо, що вихід з органічною, екологічно чистою та безпечною продукцією на світовий ринок є перспективою даного підприємства, а основою для його забезпечення є інноваційно-логістична та маркетингова підтримка. У контексті цього запропоновано необхідність створення маркетингової служби для усіх учасників ринку впровадження інноваційних агротехнологій та безпосередньо відділу маркетингу ТЗОВ «Агроцентр-технологій», ефективність яких визначається: по-перше, тим, що вони є ланками об'єднання і зацікавлені в узгодженні обсягів і цін поставок продукції, розробці і реалізації єдиної маркетингової стратегії політики ціноутворення; по-друге, розробкою системи інформаційного забезпечення для проведення комплексних маркетингових досліджень.

11. З метою оновлення матеріально-технічної бази та впровадження інновацій на підприємстві запропоновано інноваційний проект закупівлі нової техніки – телескопічного навантажувача Merlo TF 38.7-120, визначено джерела фінансування даної угоди. Проведені дослідження показали, що даний проект є вигідним, умови придбання даного транспортного засобу є прийнятними. Використовуючи запропонований механізм залучення фінансових ресурсів за рахунок здійснення лізингових операцій досліджуване підприємство, а також інші аграрії, які можуть також ним скористатися, зможуть ефективно експлуатувати даний вид техніки у своїх господарських цілях з метою покращення ефективності їх виробничо-господарської діяльності.

12. У роботі запропоновано комплексний підхід до оцінювання впливу факторів на інноваційну діяльність підприємства ТзОВ «Агроцентр-технологій» за допомогою регресійного моделювання.

Побудовано регресійну модель та визначено вплив ключових факторів – витрат на інновації та продуктивності праці на результуючий показник ефективності інноваційної діяльності – обсяг реалізації інноваційної продукції.

Спрогнозувавши майбутній чистий дохід, обсяг реалізації інноваційної продукції та чистий прибуток можна зробити висновки щодо необхідності розширення меж інноваційної діяльності та впровадження заходів щодо її стимулювання.

13. У роботі розглянуто також питання щодо організації охорони праці та безпеки життєдіяльності досліджуваного підприємства, основні функції управління ними та проведення навчання та інструктажів працівників із питань охорони праці.

## ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про інноваційну діяльність». *Відомості Верховної Ради України*. 2002. № 36.
2. Закон України «Про науково і науково-технічну діяльність». *Відомості Верховної Ради України*. 2001. № 24.
3. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні». *Відомості Верховної Ради України*. 16 січня 2003. №433 - IV.
4. Авранчій В. І., Чумак В. Д., Смолянська О. Ю. Фінансова діяльність підприємств : навч. посібн. К. : ВД "Професіонал", 2005. 240 с.
5. Александрова В.П. Джерела фінансового забезпечення інноваційної Діяльності. *Проблеми науки*. 2011. №1. С.22-35.
6. Ансофф И. Стратегическое управление. М.: сокр. перев. с англ. Экономика, 1989. 519с.
7. Андрушків Б.М, Малюта Л.Я. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства : навч. посібн. Тернопіль: Терно-Граф, 2010. 280с.
8. Андрушків Б.М., Малюта Л.Я., Мельник Л.М. Прикладні аспекти ринку інновацій : навч. посібн. Тернопіль: Терно-Граф, 2010. 168с.
9. Андронова О.Ф., Череп А.В. Трансфер технологій як інструмент реалізації інноваційної діяльності: монографія К.: Кондор, 2007. 356 с.
10. Антонюк Л.Л., Поручник А.М., Савчук В.С. Інновації: Теорія, механізм розробки та комерціалізації : монографія. К. : КНЕУ, 2003. 394 с.
11. Боронос В.Г., Гуща А.В., Ю.Ю. Романова Ю. Ю. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності підприємств. *Ефективна економіка*. 2019. №11.
12. Волкова О.І., Денисенко М.П. та ін. Економіка і організація інноваційної діяльності: підручн. К.: ВД «Професіонал». 2004. 960 с.
13. Галиця І. О. Концептуальні підходи до стратегії інноваційного розвитку суб'єктів господарювання. *Проблеми науки*. 2006. №8. С. 14–21.

14. Гальчинський А. С., Геєць В. М. та ін. Стратегія економічного і соціального розвитку України. Шляхом Європейської інтеграції. *Національний інститут стратегічних досліджень, Інститут економічного прогнозування НАН України, Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України*. К. : ІВЦ Держкомстату України, 2014. 416 с.
15. Гаман М. В. Управління інноваціям: Україна та зарубіжний досвід: монографія. К.: Вікторія, 2011. 312 с.
16. Гриньов А.В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління. Х.: ІНЖЕК, 2003. 308 с.
17. Гончарова Н. П., Перерва П. Г. Маркетинг инновационного процесса : учеб. Пособие. К. : “Вира-Р”, 1998. 267 с.
18. Дікань Л. В., Голуб Ю. О. Фінансове забезпечення діяльності підприємства: сутність та джерела. *Економіка розвитку*. 2007. № 3 (43). С.65–68.
19. Джерела фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств [Електронний ресурс] : *Державна служба статистики України*. Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 13.11.2020 ).
20. Здійснення наукових досліджень і розробок у 2019 році [Електронний ресурс] : *Державна служба статистики України*. Експрес випуск. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 13.11.2020).
21. Економічна енциклопедія: в 3-х томах за ред. Л. І. Молдована. К. : Видавничий центр “Академія”, 2000. Т. 1. 864 с.
22. Йохна М. А., Стадник В.В. Економіка і організація інноваційної діяльності : навч. посібник. К.: ВЦ «Академія», 2005. 400 с.
23. Ілляшенко С. М. Інноваційний менеджмент: підручник. Суми : ВТД:Університетська книга, 2010. 334 с.
24. Ілляшенко С.М. Маркетинг. Менеджмент. Інновації: монографія. Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2010. 623с.

25. Інноваційна діяльність підприємств та її фінансове забезпечення в умовах трансформаційних змін економіки України : монографія . За заг. ред В. В. Зянько. Вінниця : ВНТУ, 2015. 172 с.
26. Конкуренція: М. Портер : пер. с англ. Н. Макаровой. М. : Вільямс, 2005. 608 с.
27. Котлер Ф. Управление маркетингом. М. : Экономика, 1990. 222 с.
28. Лапко О. Інноваційна діяльність в системі державного регулювання : монографія. К. : Ін-т економ. прогноз. НАН України, 1999. 254 с.
29. Мазнєв Г.Є. Інноваційні технологічні кластери: особливості та застереження. *Економіка АПК*. 2013. № 8. С. 63-67.
30. Малюта Л.Я. Особливості формування інтегрованої моделі активізації інноваційної діяльності промислових підприємств в умовах реформування : монографія. Тернопіль, 2011. 250с.
31. Москаль О. І. Фінансове забезпечення розвитку агропромислового виробництва регіону: автореф. дис. ... канд. екон. наук. К., 2001. 16 с.
32. Онишко С. В. Фінансове забезпечення інноваційного розвитку: монографія. Ірпінь : Національна академія ДПС України, 2004. 434 с.
33. Почтовюк А.Б. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності підприємств у сучасних умовах. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2016. № 3 (75). С.131-140.
34. Продіус О.І. Проблеми та перспективи впровадження інноваційних проектів на вітчизняних підприємствах. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2016. №19. С. 91-95.
35. Пончик М., Малюта Л. Маркетингова стратегія як важливий елемент стратегічного набору для забезпечення розвитку агробізнесу і впровадження агротехнологій. *Матеріали XI Регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі»*. Тернопіль, ТНТУ, 2020. 196 с. С.120-121.

36. Рудь Н.Т. Економіка і організація інноваційної діяльності: навч. посібник. Луцьк, РВВ ЛДТУ, 2017. 264с.

36. Стойко І.І. Дудкін П.Д. Інноваційний менеджмент : навч. посібник. Тернопіль, ТДТУ. 2008. 160с.

37.Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: навч. посібн. К. : КНЕУ, 2003. 554 с.

38.Тюха І.В., В.А. Кузнєцова В.А. Проблеми інноваційної діяльності в Україні та на вітчизняних підприємствах. *Ефективна економіка*. 2015. №11. С.34-41.

39. Теорія ймовірностей і математична статистика для наукових працівників та інженерів: Київ, 2003. 239 с.

40. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент: ученик. М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интер-синтез», 2000. 624с.

41.Федулова Л.І. Інноваційна економіка: підручник. К.: Либідь, 2006. 480 с.

42. Хорошко В. А. Методи фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємства. *Управління розвитком*. 2013. № 12. С. 35–37.

43. Череп А.В., Лизуненко М.М. Інноваційний розвиток як економічна категорія. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2012. № 1. С.13-17.

44. Чухрай Н.І., Патора Р.П. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві. К.: Кондор, 2006. 374 с.

45.Шершньова З.С. Стратегічне управління : навч. посібник. К: КНЕУ, 2004. 286 с.

46. Шумпетер И. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. 455 с.

47. Юрій С.І. Фінанси : навч. посібн. Тернопіль : Карт-бланш, 2002. 357 с.

48.Яковлев А.Ю. Методика визначення ефективності інвестицій, інновацій, господарських рішень в сучасних умовах. Харків, 2002. 252 с.



49. Яненко І.Г. Організаційно-управлінські ресурси інноваційного розвитку економіки: методологія та практика: монографія. Миколаїв: Вид-ва ЧДУ імені Петра Могили, 2012. 259 с.
50. Янковский К.П., Мухарь И.Ф. Организация инвестиционной и инновационной деятельности. СПб. : Питер, 2001. – 448 с.
51. Янсен Ф. Эпоха инноваций. М. : ИНФРА-М, 2002. XII. 308 с.
52. Ярошенко Ф.О. Керівництво з управління інноваційними проектами і програмами організацій: монографія. К.: Новий друк, 2010. 160 с.
53. Drucker P. F. Innovations and entrepreneurship: Practic and principles. London : Heinemann, 1985. 415 p.
54. Griffin R. Management. Boston. 1990. P. 424–428.
55. Freeman C. The Economics of industrial innovation. London : Frances Pinter, 1982. 348 p.
56. Invitation to Tender for Research and Innovation Information System  
Електронний ресурс: March 24, 2011. Режим доступу:  
<http://issuu.com/jiscinfonet/docs/riis-itt>
57. Jonston, Robert E. The power of strategy innovation: a new way of linking creativity and strategic planning to discover great business opportunities. N. Y. : АМАСОМ, 2003. 286 p.
58. Europe 2020 flagship initiative Innovation Union. Luxembourg: EUR-OP:  
Електронний ресурс. Режим доступу: <http://ec.europa.eu>
59. European Innovation Scoreboard 2019 : Електронний ресурс. Режим доступу: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/17862>
60. Kanter R. The change masters: Corporate entrepreneurs at work. London : Allen and Irwin, 1983. 400 p.
61. King N. Innovation in elderly care organizations. U.K., University of Sheffield, 1989. P. 45–57.
62. Marcus D. Smart, simple design: Using variety effectiveness to reduce total costs and maximize customer selection. Essex Junctio, Vermont; Oliver Wight publ, 1994. 311 p.

63. Riggs X. Managing high technology companies Bemont. N.Y., 1983. 128p.
64. Tidd I., D. Bessant, K. Pavitt. Managing innovation. Iohn wiley & Sons, LTD. Chichesten, 2001. 238 p.

# ДОДАТКИ