

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: «Інноваційні засоби та організація переробки
молокопродукції в умовах реформування економіки (на
прикладі ПрАТ «Тернопільський молокозавод»)»

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

Пашко Юлія Артемівна

Керівник _____ проф. Андрушків Б.М.

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 _____ Пашко Юлії

Артемівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Інноваційні засоби та організація переробки молокопродукції в умовах реформування економіки (на прикладі ПрАТ «Тернопільський молокозавод»)

Керівник роботи _____ д.е.н., _____ професор _____ Андрушків Б.М.

(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) _____ 16.12.2020

3. Вихідні дані до проекту (роботи) Матеріали виробничо-господарської діяльності досліджуваного підприємства ПрАТ «Тернопільський молокозавод»

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 20

ОД.

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	05.12.2020	
4	Охорона праці та безпека в надзвичайних ситуаціях	10.12.2020	
5	Висновки	15.12.2020	
	Перелік використаних джерел	15.12.2020	
6	Графічна частина (ілюстративні матеріали)	16.12.2020	

Студент _____ Пашко Ю.А.
(підпис) (прізвище та

ініціали)

Керівник роботи _____ Андрушків Б.М.
(підпис) (прізвище та

ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП

1. ВИЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ЗАСОБІВ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ПЕРЕРОБКИ МОЛОКОПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ

1.1. Еволюція понять про інновації й інноваційний розвиток

1.2. Особливості формування інноваційного середовища підприємства

1.3. Концептуальні основи механізму формування та реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості

2. АНАЛІЗУВАННЯ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ТА ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА МОЛОКОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ

2.1. Загальна характеристика управлінської діяльності досліджуваного підприємства – ПрАТ “Тернопільський молокозавод”

2.2. Аналіз фінансово-майнового стану досліджуваного підприємства

2.3. Оцінка ефективності управлінням господарського капіталу підприємства

РОЗДІЛ 3. ОБГРУНТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ЗАСОБІВ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ПЕРЕРОБКИ МОЛОКОПРОДУКЦІЇ ПРАТ “ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ МОЛОКОЗАВОД” В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

3.1. Пропозиції оновлення обладнання на підприємстві

3.2. Обґрунтування пропозиції виготовлення інноваційної продукції

3.3. Пропозиції застосування інноваційного управління зменшенням витрат на закупівлю сировини у ПрАТ “Тернопільський молокозавод”

Пропозиції застосування інноваційного управління зменшенням витрат на закупівлю сировини у ПрАТ “Тернопільський молокозавод”

4. ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА В НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ

4.1. Охорона праці

4.2. Безпека в надзвичайних ситуаціях

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

БІБЛІОГРАФІЯ

ВСТУП

Актуальність теми. Зміцнення ринкових відносин стимулює підприємства з вираженим інноваційним акцентом застосовувати нові підходи та форми в управлінні, змінювати характер вирішуваних завдань і методи досягнення результатів, а часом і векторний напрямок інноваційної діяльності. Пошук нових способів інноваційної діяльності визначається необхідністю вивчення інноваційних можливостей не лише на мікрорівні, але й на мезорівні, у межах конкретної галузі. Молокопереробна промисловість не є виключенням.

Питання переробки молокопродукції в умовах реформування економіки були й залишаються актуальними, оскільки дана галузь відіграє ключову роль у формуванні динамічного розвитку харчової промисловості та економіки України загалом. Завдяки організації її роботи формується економічний потенціал усієї держави, у тому числі, й бюджет країни. Але враховуючи технічну та технологічну складність виробничих процесів на підприємствах галузі, стає очевидною необхідність реалізації нових підходів в системі їх управління, впровадження інновацій з метою створення та стимулювання інноваційного потенціалу, який, у свою чергу, впливає на розвиток інноваційної сприйнятливості.

Динамізм зовнішніх і внутрішніх умов, у яких функціонує підприємство, вимагає чітко сформульованої стратегії та моделі управління, заснованої на комплексному підході до реалізації інноваційної діяльності. Комплексний підхід дозволить всебічно оцінити специфіку проведення інноваційної діяльності на підприємстві та у розрізі досліджуваної галузі. Усе перераховане вище, а також необхідність дослідження сучасних інноваційних тенденцій розвитку підприємств молокопереробної галузі визначили актуальність обраної теми, визначили **мету дослідження та ряд завдань**, необхідних для її досягнення.

Метою даного дослідження є удосконалення теоретичних засад та вироблення практичних рекомендацій щодо використання інноваційних

засобів у контексті перероблення молокопродукції та забезпечення інноваційного розвитку підприємств даної галузі.

Предметом дослідження є інноваційні засоби забезпечення організації переробки молокопродукції в сучасних умовах господарювання.

Об'єктом дослідження є виробничо-господарська, фінансова та інноваційна діяльність ПрАТ «Тернопільський молокозавод».

Для досягнення мети запропоновано вирішити перелік **таких завдань**:

- вивчити теоретичну та економічну сутність інновацій та передумов інноваційного розвитку підприємств в сучасному ринковому середовищі;

- дослідити особливості формування інноваційного середовища підприємства;

- визначити концептуальні основи механізму формування та реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємств молокопереробної галузі у розрізі харчової промисловості;

- проаналізувати виробничо-господарську та фінансову діяльність досліджуваного підприємства – ПрАТ «Тернопільський молокозавод»;

- обґрунтувати ключові вектори інноваційного розвитку досліджуваного підприємства;

- запропонувати інноваційні проекти щодо впровадження інноваційних засобів забезпечення організації переробки молокопродукції в сучасних умовах господарювання для ПрАТ «Тернопільський молокозавод».

Емпіричною і фактологічною основою роботи стали праці вітчизняних і зарубіжних учених з проблем інноваційного розвитку та інноваційної діяльності підприємств молокопереробної галузі.

Для розв'язання поставлених в магістерській роботі завдань використовувались **такі методи дослідження**: системний аналіз, синтез, узагальнення, методи групування і порівняння, табличний та графічний.

РОЗДІЛ 1

ВИЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ЗАСОБІВ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ПЕРЕРОБКИ МОЛОКОПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ

1.1. Еволюція понять про інновації й інноваційний розвиток

У сучасному ХХІ столітті, що динамічно розвивається, Україна перебуває на етапі переходу до інноваційного типу розвитку. Багато вчених, публіцистів, економістів відзначають дану тенденцію у своїх працях. Інноваційна діяльність набуває вирішального значення для забезпечення економічного зростання та вирішення соціальних, економічних, політичних, екологічних проблем. Але яким чином визначити, що країна розбудовується саме в інноваційному напрямку, яка роль інновацій у розвитку виробництва, економіки, суспільства й що слід вважати інновацією у сучасному світі? Для того, щоб орієнтуватися у питаннях, що цікавлять нас, звернемося до історії розвитку теорії інновацій на кілька століть тому. Ще у ХVІІІ в. французький просвітитель Жан Кондорсе виявив зв'язок науки та промисловості. Він стверджував, “що прогрес науки забезпечує прогрес промисловості, який сам потім прискорює наукові успіхи, і цей взаємний вплив, дія якого відновляється, повинен відноситись до найбільш діяльних, найбільш могутніх причин удосконалювання людського розвитку” [32]. Ж. Кондорсе, безсумнівно, ще й не підозрював, що початковим етапом формування розвитку теорії інновацій слугуватимуть ідеї вчених про наявність циклів кон'юнктури.

Потужним поштовхом початку серйозних досліджень у галузі інновацій, а також їхньої ролі у розвитку економіки, послужили роботи Н. Кондратьєва. Досліджуючи цикли кон'юнктури, їх тривалість, періодичність, учений визнав найбільш важливою причиною їх виникнення саме інновації. На сьогодні виділяють три основні періоди, що дозволяють простежити еволюцію становлення теорії інновацій (табл. 1.1).

Формування й розвиток теорії інновацій (складено автором)

Роки	Учені	Внесок у теорію інновацій
1	2	3
Перший етап – 1910–1930 рр.		
1910 р.	М.І. Туган-Барановський. Наукова праця – “Вибране. Періодичні промислові кризи”	Висунув теорію про вирішальну роль коливань інвестицій у зміні фаз промислового циклу
1930 р.	Н.Д. Кондратьєв. Наукова праця “Великі цикли кон’юнктури та теорія передбачення”	Заклав основи загальної теорії інновацій. Створив теорію про більші цикли кон’юнктури, довів зв’язок “зростаючих” і “понижуючих” хвиль цих циклів з хвилями технічних винаходів і їх впровадження, погодив ці хвилі з радикальними змінами в інших сферах життя суспільства
1930 р.	Й. Шумпетер. Наукова праця “Капіталізм, соціалізм і демократія”	Інноваційна діяльність – найважливіша функція підприємництва; відмінність інновацій-продуктів і інновацій-процесів; місце інновацій у циклічній динаміці економіки. Обґрунтував інституціональну роль корпорацій як джерел НТП й інноваційної активності в економіці
1937-1941 рр.	П. Сорокін. Наукові праці “Соціальна та культурна динаміка”, “Головні тенденції нашого часу”	Заклав основи теорії інновацій у соціокультурній сфері, надав кількісну оцінку інноваційним хвилям у ряді сфер духовного відтворення
Другий етап – 1940–1975 рр.		
1954 р.	Джон Бернал	Розкрив зв’язок між науковими, технічними й соціальними нововведеннями на всіх етапах розвитку суспільства, визначив не тільки творчий, але й руйнівний характер
1971 р.	С. Коваль	Увів поняття “епохальні нововведення”, визначив науку, як нове джерело зростання, відзначив, що держава повинне стимулювати ріст і структурні зміни, втілювати правові й інституціональні нововведення, встановив взаємозв’язок технологічних нововведень із нововведеннями в інших сферах суспільства
1974 р.	Б. Твісс	Визначив нововведення, як процес, у якому винахід або наукова ідея здобувають економічну сутність, виявив фактори, що визначають успіх нововведень: ринкова орієнтація, відповідність цілям корпорації, методи оцінки, творчість, інноваційна ситуація, дав характеристику особливостей інновацій на різних стадіях життєвого циклу галузі, методів оцінки й ефективності інноваційних проєктів
Третій етап – 1975 р. – по теперішній час		
1975 р.	Г. Менш	За рівнем новизни поділив технологічні інновації на базові, що поліпшують, і псевдоінновації

Продовження табл. 1.1

1	2	3
---	---	---

	Я. Ван Дейн, А. Кляйнкнехт, К. Фрімен, Дж. Кларк, Л. Суїте, І. Ніколаєв	Досліджені проблеми довгохвильових коливань в економіці
1970 – 1975 рр.	Є. Тоффлер	Вважав, що результатом найбільших нововведень є більші хвилі. Перша хвиля (8-9 тис. років тому) – освоєння землеробства та скотарства, формування будівництва та ремесла. Друга хвиля – народження індустріальної цивілізації, початок якої поклала промислова революція. Третя хвиля (з кінця ХХ ст.) представляє собою справді новий спосіб життя
1970 – 1975 рр.	Д. Белл	Основну увагу приділив технологічній стороні становлення постіндустріального суспільства, ввів поняття “технологічні сходи”
1978 р.	Ю.В. Яковець	Визначив інновації, як неодмінну частину науково-технічних й економічних циклів, основу виходу з кризи, досліджував взаємозв'язок наукових, технічних, інноваційних, освітніх, організаційно-управлінських циклів та їх інноваційних фаз
1980 р.	Д. Норт	Заснував інституціональну теорію інновацій, обґрунтував вплив НТП на інституціональний розвиток економіки
1986 р.	А. І. Аничішкін	Виділив в історії НТП три епохальні перевороти, що реалізували кластери базисних інновацій, визначив ознаки нової, другої хвилі НТП
1986 р.	П. Кеннеді	Досліджував динаміку рівня індустріалізації на душу населення у розвинених країнах і показав, що розрив по цьому показнику в індустріальну епоху різко зріс
1986 р.	Л.С. Барютін	Зробив опис технічних нововведень у промисловості
1986 р.	В.І. Кушлін	Виявив проблеми відновлення виробничого апарату у промисловості
1987 р.	С. Фрімен	Заснував інституціональний системний підхід у теорії інновацій. Ввів поняття національних інноваційних систем
1989 р.	С.М. Меньшиков, Л.А. Клименко	Виявили довгострокові тенденції у капіталістичній економіці
1989 р.	А.І. Пригожин	Розділив нововведення по типу нововведень, виділив матеріально-технічні та соціальні нововведення, за механізмом здійснення; за особливостями інноваційного процесу
1991 р.	А. Тойнбі	Виявив і досліджував наддовгі вікові та тисячолітні хвилі епохальних інновацій
1992 р.	Ф. Бродель	Обґрунтував наявність не лише півстолітніх Кондратьєвських, але й вікових трендів довжиною від 150 до 300 років

Продовження табл. 1.1

1	2	3
---	---	---

1992 р.	І.М. Діяконов	Виділив у сорокатишолітній історії людини 8 історичних фаз, що змінюють одна одну. Пріоритетну роль у зміні фаз він надавав великим інноваціям у розвитку озброєння, засобів знищення людини
1998 р.	Н.Н. Моїсеєв	Зробив акцент на екологічній, ноосферній характеристиці майбутнього суспільства
1999 р.	М. Портер	Теорія висхідних і спадних інновацій. Об'єднання теоретичних підходів до інноваційного розвитку
1998 – 1999 р.	Ю.В. Яковець	Виявлені закономірності виникнення й освоєння відкриттів, винаходів і нововведень, розкриття циклічності у динаміка нововведень; визначена головна системна функція інновацій
2004 р.	Н.Б. Кузик, Ю.В. Яковець	Сформували стратегію інноваційного прориву

Переймаючи результати та досвід попередників, учені на сучасному, третьому етапі розбудовують теорію інновацій стосовно до умов постіндустріального суспільства. Інновація поступово стає головною рушійною силою соціально-економічного розвитку, певним шляхом до процвітання та росту підприємства, регіону, країни у цілому. Так у чому ж сутність, відмінні критерії категорії “інновація”, що стала через століття головним інструментом, який сприяє економічному росту? Для того, щоб розібратися у цьому питанні, повернемося до першої половини ХХ ст., до досліджень і поглядів Н. Кондратьєва, що стосуються більших циклів кон'юнктури. Його ідеї одержали розвиток у роботі великого австрійського економіста Йозефа Шумпетера “Теорія економічного розвитку” (1912 р.). Він розглядав інновацію, як зміну технології та управління, як нові комбінації використання ресурсів. Й. Шумпетер відзначав, що “виробнича функція описує кількісну зміну продукту з урахуванням змін у всій сукупності факторів, що впливають на нього. Якщо в сумі факторів ми змінимо форму функції, то одержимо інновацію” [11, с. 16]. Поняття “здійснення нових комбінацій”, з погляду Шумпетера, охоплює наступні випадки:

- виготовлення нового, тобто ще невідомого споживачам, блага, або створення нової якості того або іншого блага;
- впровадження нового, тобто ще практично невідомого, методу (способу) виробництва у певній галузі промисловості;

- освоєння нового ринку збуту, тобто такого ринку, на якому дотепер дана галузь промисловості цієї країни ще не була представлена, незалежно від того, існував цей ринок колись чи ні;

- одержання нового джерела сировини або напівфабрикату, незалежно від того, існувало це джерело колись або просто не бралось до уваги, або його ще тільки потрібно створити.

Якщо охарактеризувати дані визначення, можна сказати, що у сучасному трактуванні інновації – це результат одночасної взаємодії двох взаємозалежних сторін – техніки та бізнесу. Коли зміна відбувається лише на рівні технології, Шумпетер називає це винаходом. Як тільки до зміни підключається бізнес, вона стає інновацією. Схожої точки зору дотримувався Б. Твісс, що стверджував, що винахід стає нововведенням, якщо одержує успіх на ринку. Виходячи із представлених у таблиці трактувань, інновація в основному розглядається з трьох позицій (рис. 1.1):

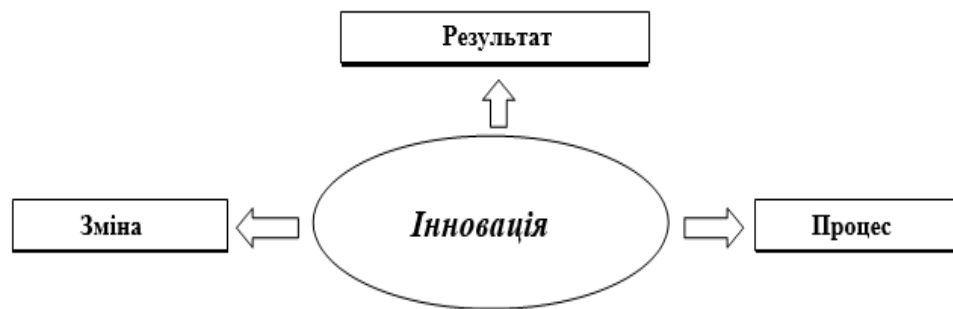


Рис. 1.1. Підходи до визначення поняття "інновації"

Дослідження даного питання показало, що практично кожний автор, що зачіпає інноваційну тематику, дає у своїй роботі визначення терміну "інновація". За кілька століть з часів Й. Шумпетера (перша половина XIX ст.) нагромадилася величезна безліч трактувань даного поняття. Існуючі визначення терміну "інновації" відносять до п'яти основних підходів:

1. Об'єктний підхід. Даний підхід базується на положеннях теорії конкуренції М. Портера, де в якості інновації (нововведення) виступає об'єкт – результат наукових досліджень і розроблень: нові методи виробництва, технічні пристрої, матеріали;

2. Процесний підхід. У межах даного підходу під інновацією розуміється

комплексний процес, що містить розроблення, впровадження у виробництво та комерціалізацію нових споживчих цінностей – техніки, технології, товарів тощо;

3. Об'єктивно-утилітарний підхід. Цей підхід характеризується двома ключовими моментами. По-перше, у якості інновації розуміється об'єкт – нова споживча вартість, заснована на досягненнях науки та техніки. По-друге, увага акцентується на утилітарному боці інновації – здатності задовольняти суспільні потреби;

4. Процесно-утилітарний підхід. У цьому випадку інновація є комплексним процесом створення, поширення та використання нового практичного виготовлення;

5. Процесно-фінансовий підхід. У межах даного підходу під інновацією розуміється процес інвестицій в інновації, вкладення коштів у розроблення нової технології, техніки, наукові дослідження.

Таким чином, дослідження існуючих у науковій літературі варіантів трактувань “інновація” дозволило виділити ряд зауважень. По-перше, притримуючись однієї позиції (однієї точки зору), можна не врахувати сильні сторони інших підходів. Наприклад, визначаючи інновацію як процес, губиться її зміст, як конкретного матеріального об'єкта. По-друге, у багатьох визначеннях не враховується ідея реалізації інновації на ринку й одержання позитивного ефекту. По-третє, слід враховувати можливість ризику при реалізації інновації. Немає такого оновлення як в організації, так і в соціумі, яке не викликало б протидії й опору. Крім того, необхідно у трактуванні даного терміну простежити шлях інновації від ідеї до її реалізації на ринку, враховуючи корисність, яку продукт, технологія, процес, метод, несе своєму споживачу, тобто володіє споживчою вартістю, завдяки чому й стає інновацією. Ще К. Маркс у своїй роботі “Капітал” відзначав, що “корисність речі робить її споживчою вартістю, яка здійснюється лише в користуванні або споживанні. Для того, щоб стати товаром, продукт повинен бути переданий у руки того, кому він служить в якості споживчої вартості” [22]. За словами К. Маркса, “якщо відволіктися від споживчої вартості товарних тіл, то в них

залишається лише одна властивість, а саме те, що вони – продукти праці. Але тепер і сам продукт праці здобуває зовсім новий вигляд. Насправді, оскільки ми відволіклися від його споживчої вартості, разом з тим відволіклися також від тих складових частин і форм його товарного тіла, які роблять його споживчою вартістю. Разом з корисним характером продукту праці зникає й корисний характер представлених у ньому видів праці, зникають, отже, різні конкретні форми цих видів праці; останні не вирізняються більше між собою, а зводяться все-одно до однакової людської праці, до абстрактно людської праці”. Інакше кажучи, споживча вартість проявляється лише у процесі користування та споживання блага. Дане явище проявляє якісний бік блага, у нашому випадку – інновації. Але не варто забувати, що товар має також і кількісну властивість, вираженою згідно К. Маркса, у вигляді мінової вартості, яка представляється як “кількісне співвідношення, пропорція, у якій споживчі властивості одного роду обмінюються на споживчі властивості іншого роду” [22].

У досліджуваному питанні ми дотримуємося думки, що не можна ізольовано один від одного розглядати якісні та кількісні зміни продукту праці, оскільки вони тісно пов'язані між собою. Таким чином, можна стверджувати, що інновацію слід розглядати із двох сторін: як предмет споживання – з однієї, і як носій вартості – з іншої сторони.

Доцільно розглядати поняття “інновація” по-перше, з позиції її взаємозв'язку з поняттями “новина”, “новація”, “нововведення”, що відображає економічну сутність та значення у сучасних умовах; по-друге, з позиції мети та процесу виникнення, створення, розроблення, впровадження та отримання результатів, що визначає її економічний зміст (рис. 1.2).

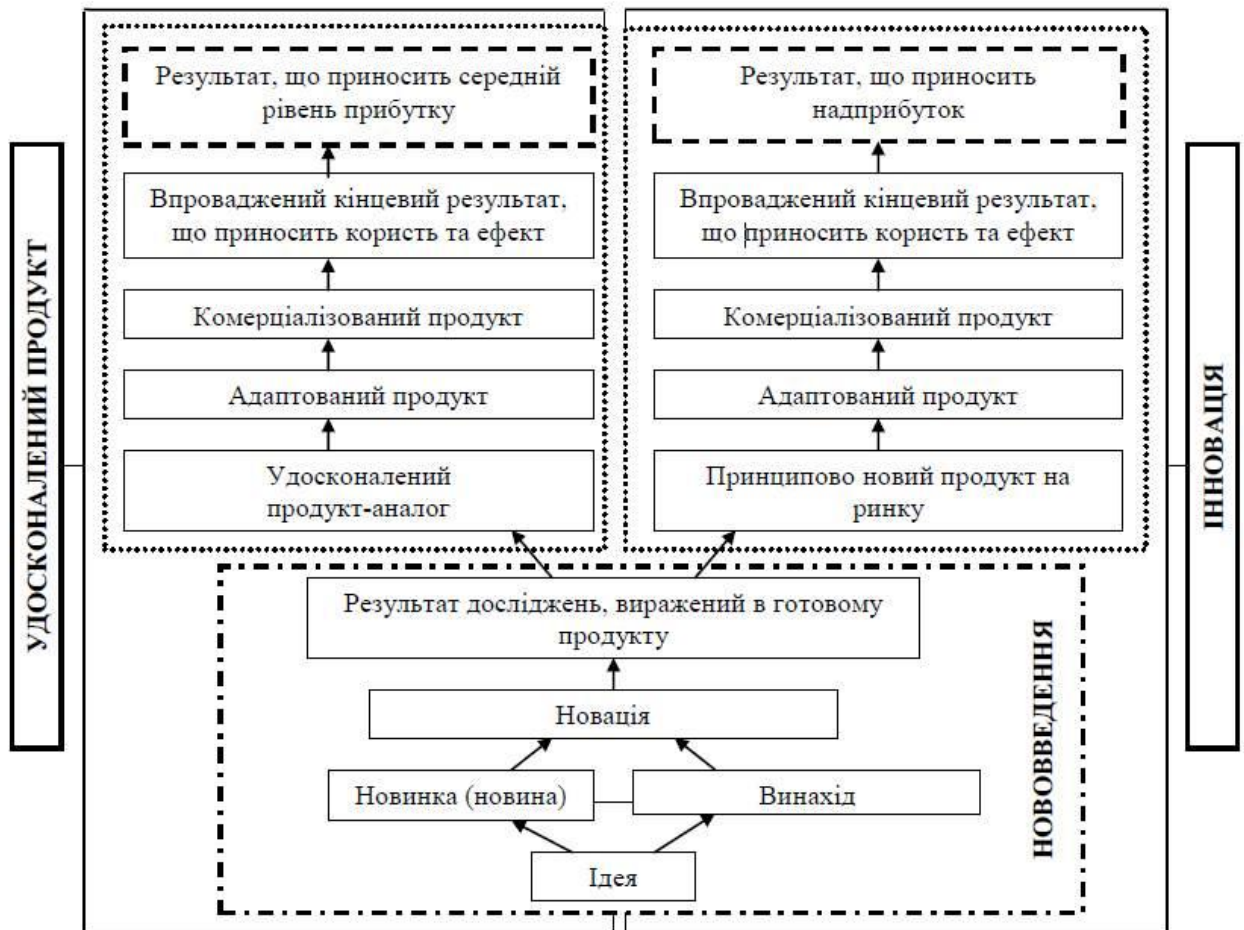


Рис. 1.2. Структурно-блочна схема складових елементів інновації

Виділимо найбільш важливі характеристики інновації:

1. Науково-технічна новизна (створення досконало нової комбінації ресурсів, що утворюють раніше не існуючу систему; якісна зміна різних властивостей раніше створеної системи; зміна кількісних, а також корисних властивостей системи з метою поліпшення її функціонування. Ця властивість інновації є одним з перших, які хотілося б відзначити, тому що інновація є результатом нових ідей. Будь який процес, будь який продукт, метод, пропонований на ринку, колись раніше існував на рівні нової ідеї, нового відкриття, винаходу. Реалізуючись на ринку, як інновація, він згодом перестає мати таку властивість, як новизна.

2. Корисність, тобто здатність задовольняти певні запити споживача. Інакше кажучи, якщо була розроблена ідея, яка знайшла відображення у різних формах (креслення, схеми, розрахунки, графіки), але не реалізується й не використовується у якій небудь сфері діяльності, галузі, не пропонується на

ринку, те ця ідея як нове знання чи як результат творчої діяльності, не буде інновацією.

3. Ризиковість. Дійсно, ризики, з якими зустрічаються інноваційні підприємства, є досить високими. Приміром, менеджмент компанії, проводячи невдалу маркетингову політику, неграмотне сегментування ринку тощо може призвести до збільшення такого ризику, як ризик невпровадження (нововведення не використовується або ж процес впровадження затягнувся на тривалий період). Ризик, як властивість, виділяв у своїй роботі І.В. Афонін [13]. Він розглядав різні види ризиків по типах інновації (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Ризик по видах інновацій

Види інновацій	Ризики
Товарно-продуктові	Інноваційні, інвестиційні, технологічні, комерційні, фінансові, регулярні
Техніко-технологічні	Інноваційні, інвестиційні, технологічні, фінансові, регулярні
Організаційно-управлінські	Організаційно-психологічні, фінансові тощо

Крім того, І.В. Афонін відзначав, “що ризики, з якими зустрічаються інноваційні колективи, суттєво вище ризиків у порівнянні з іншими бізнес-процесами. Інновації пов'язані не лише зі специфічними ризиками на всіх стадіях розроблення інноваційних проектів – це властиво інноваційним ризикам. Вони збільшують інвестиційні та технологічні ризики. У ряді випадків критичним моментом є комерційний ризик, коли до моменту виходу на ринок нововведення витрати на розроблення та реальні інвестиції досягають величини, близької до максимальної.

В.І. Аверченков не менш детально розглядав у своїй роботі ризик в інноваційній діяльності [15]. Він трактує поняття ризику, як імовірність втрат коштів, що виникають при вкладенні організацією, у виробництво нових товарів і послуг, розроблення нової техніки та технологій, які, можливо, не знайдуть очікуваного попиту на ринку, а також при вкладенні коштів у розроблення управлінських інновацій, які не принесуть очікуваного ефекту. До основних видів ризику в інноваційній діяльності він відносить наступні:

ризик помилкового вибору інноваційного проекту; ризики незабезпечення інноваційного проекту; ризики невиконання господарських договорів; ризики посилення конкуренції.

4. Далі виділимо таку властивість інновації, як одержання ефекту від реалізації інновації на ринку. Ефект може бути різний: економічний, соціальний, технічний, екологічний. Ефекти можуть проявлятися як на мікро, так і на макрорівні (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Ефекти від реалізації інновацій на мікро- та макрорівнях

Ефект	Рівень	
	Внутрішній	Зовнішній
Економічний	Ефект проявляється у додатковому прибутку, що сприяє подальшій капіталізації. Особливістю даного ефекту є конкурентні переваги, які отримуються у результаті впровадження нововведень	Ефект виражається у досягненні основної мети суспільства – підвищенні якості життя нації у цілому
Соціальний	Ефект проявляється у зростанні продуктивності праці за допомогою поліпшення умов і техніки безпеки праці, зниження частки важкої ручної праці тощо	Ефект проявляється у підвищенні матеріального та культурного рівня життя громадян, більш повному задоволенні їх потреб у товарах і послугах тощо.
Технічний	Ця поява нової техніки та технології, відкриттів, винаходів, ноу-хау й інших нововведень	Ця поява нової техніки та технології, відкриттів, винаходів, ноу-хау й інших нововведень
Екологічний	Ефект проявляється у створенні та забезпеченні безпечних умов життєдіяльності для підприємств за допомогою впровадження й використання екологічно безпечного устаткування та технології (наприклад, в атомній, хімічній промисловості тощо).	Ефект проявляється у поліпшенні екологічної обстановки у регіоні, зниженні обсягів забруднення екосистеми, техногенного впливу діяльності підприємств на навколишнє середовище за рахунок розроблення та впровадження нових проектів (наприклад, розроблення проектів по утилізації відходів коксохімічного виробництва, монтаж систем по зниженню викидів в атмосферу тощо).

Таким чином, враховуючи виділені властивості (науково-технічна новизна, корисність, ризикованість, ефект від реалізації), сформулюємо визначення інновації у межах пропонованого нами вартісного підходу. Інновація – це кінцевий результат інтелектуальної діяльності, який пройшов

шлях від ідеї до впровадження на ринок, виражений у вигляді споживчої вартості (якісна сторона), тобто такий, що несе корисність своєму кінцевому споживачу, та мінової вартості (кількісна сторона), що приносить ефекти з урахуванням можливостей ризику при реалізації.

Розглядаючи інновацію у межах запропонованого нами підходу, а також її визначальних властивостей, варто говорити про інновацію, як причину утворення більших циклічних хвиль, імпульсом до переходу на новий рівень розвитку. Логіка схожої думки прослідковувалася у “Теорії економічного розвитку” Й. Шумпетера. Він писав, що “розвиток представляє собою зміну траєкторії, по якій здійснюється кругообіг, на відміну від самого кругообігу, представляє собою зсув стану рівноваги на відміну від процесу руху в напрямку стану рівноваги, однак не будь яка така зміна є зсувом, а тільки, по-перше, що стихійно виникає в економіці й, по-друге, дискретне, оскільки всі інші зміни й так зрозумілі й не створюють жодних проблем” [41]. На його думку, нововведення в економіці втілюються не після того, як у споживачів виникнуть нові потреби, а тільки тоді, коли саме виробництво прищепить споживачам нові потреби. Саме тут і розкривається, з його погляду, одне із численних відмінностей між кругообігом, який здійснюється по звичайній траєкторії та виникненням нових речей, нових комбінацій ресурсів, що задають форму та сутність розвитку розвитку. Таким чином, нововведення лежать в основі інноваційного розвитку, який розглядається на практиці з різних позицій.

Що ж слід розуміти під інноваційним розвитком? На сьогодні існує безліч підходів до визначення сутності даного поняття. Виходячи з розглянутих підходів різних авторів, інноваційний розвиток припускає ефективне використання й удосконалювання інноваційного потенціалу. Відзначимо, що ряд авторів розглядають інноваційний розвиток, як системний процес. На їхню думку, інноваційний розвиток є типом системного розвитку, при якому розвиток здійснюється, переважно, за рахунок реалізації наукових, технологічних, управлінських нововведень. Однак, що ж стосується підходів учених до визначення інноваційного розвитку промислового комплексу, то

аналіз наукової літератури дозволив виявити відсутність чіткого трактування. Вважаємо, що під інноваційним розвитком підприємств промислового комплексу пропонуємо розуміти процес реалізації системи заходів, що забезпечує прогресивний рух у часі та просторі до поставленої мети шляхом першочергового використання інноваційних переваг підприємств промислового комплексу. Дане визначення дозволяє розглянути інноваційний розвиток, як системний процес, тому що носить комплексний і динамічний характер і має на увазі реалізацію ряду ідей, що охоплюють не лише технологічний процес або виробництво, а цілу систему, що включає також інші сфери – управління, фінансування, навчання, підготовку кадрів й інші галузі, що впливають на кінцевий підсумок.

Як правило, для отримання позитивного кінцевого підсумку та подальшого підвищення рівня інноваційного розвитку промислового комплексу необхідна безперервна підтримка сприятливих умов його функціонування.

1.2. Особливості формування інноваційного середовища підприємства

Одним з перших, хто вивчав формування та підтримку інноваційного середовища у 80-х рр., був М. Кастельс. У своїй роботі “Інформаційна епоха: економіка, суспільство та культура” він використовував це поняття для аналізу сукупних умов, що сприяють виробництву нових продуктів, ідей, ринків. На його думку, інноваційне середовище є “специфічною сукупністю відносин виробництва та менеджменту, засноване на соціальній орієнтації, яка у цілому розділяє культуру праці й інструментальні цілі, спрямовані на генерування нового знання, нових процесів і нових продуктів” [24].

Уперше ж в економічний обіг термін “інноваційне середовище” (innovation milieu) був введений групою європейських дослідників інноваційного середовища GREMI (Group de Recherche Europeen sur les

Milieux Innovateurs), яка складалась з 25 осіб. Ще у середині 80-х рр. дана група вчених проводила емпіричний і теоретичний аналіз характеристик середовища, що вивчили досвід понад 12 європейських територій [26]. Основні концепції закордонних учених відносно інноваційного середовища зведені нами у табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Підходи закордонних учених відносно інноваційного середовища

№ п/п	Автор (пропонована)	Сутність концепції
1	2	3
1.	R. Samagni (1991 р.)	Інноваційне середовище є “сукупність мережних складних неформальних соціальних відносин на обмеженому географічному просторі, що часто визначають зовнішній імідж й особливі специфічні внутрішні уявлення та почуття “приналежності”, які стимулюють інноваційність території через синергетичність і процеси колективного навчання”
2.	Концепція “близькості” (початок 90-х)	“Близькість” сприймається набагато ширше, ніж географічна близькість елементів, які формують базу для кластерів. Розвиток внутрішніх можливостей для організації є попередньою умовою для того, щоб соціальна близькість відіграла роль у формуванні синергії між місцевими фірмами. Інноваційне середовище являє собою певний набір інструментів, що визначає необхідні умови для ефективного розвитку інновацій
3.	Концепція “агломерації” (J.Kolehmainen)	Дана концепція заснована на “теорії оптимального розміщення промислового виробництва”. Концепція інноваційного середовища передбачає наявність певних елементів середовища, що здійснюють і стимулюють інноваційну діяльність, крім того, припускає наявність таких інститутів, як відносини, норми поведінки, правила, сформовані у визначеному просторі
4.	Концепція через “призму” соціальних мереж	Інноваційне середовище – це сукупність компаній, інститутів і соціальних зв'язків, яка створює потенційну базу для виникнення інноваційних мереж. Тобто інноваційне середовище складається з невловимих відносин між людьми, здатних, якщо буде потреба, трансформуватися у сильні інноваційні мережі

Продовження табл. 1.4

1	2	3
5.	Lu Xingqi, Zhang Hongle	Інноваційне середовище складається з декількох рівнів: жорстке (відчутне) оточення (матеріальні об'єкти: лабораторії, устаткування й персонал, що працює в них) і м'яке (невідчутне) оточення (людське середовище: академічне середовище, науковий дух, гнучкі напрямки дослідження)

В основних концепціях закордонних авторів спостерігаються різні

підходи до тлумачення “інноваційного середовища”. Більшість серед них базуються на роботах групи дослідників GREMI і мають інституціональний характер. Інноваційне середовище, на думку деяких учених, є щось природно виникаючим та існуючий достатньо тривалий час.

На сьогодні існує безліч інтерпретацій поняття “інноваційне середовище”, але всі вони зводяться до загального визначення – це сукупність умов і факторів, що діють усередині та за межами інноваційної системи, що й виявляють вплив на здійснювану промисловим комплексом інноваційної діяльності. Таким чином, інноваційне середовище представляє собою певну систему, утворену такими основними структурами, як середовище, що продукує знання (вузівський сектор, академічний сектор, одиночні дослідники й винахідники тощо), система передачі знань за допомогою інформаційного супроводу інноваційного процесу (інформація про розроблення, патенти та ліцензії, замовлення тощо), організації-інвестори, суб'єкти ринкової інноваційної інфраструктури, нормативно-законодавче регулювання інноваційної діяльності, а також середовище споживання знань (бажання та готовність промислових підприємств впроваджувати інновації та реальна потреба в їхньому здійсненні). Виходячи з цього, структура інноваційного середовища промислового комплексу виглядає у такий спосіб (рис. 1.3).

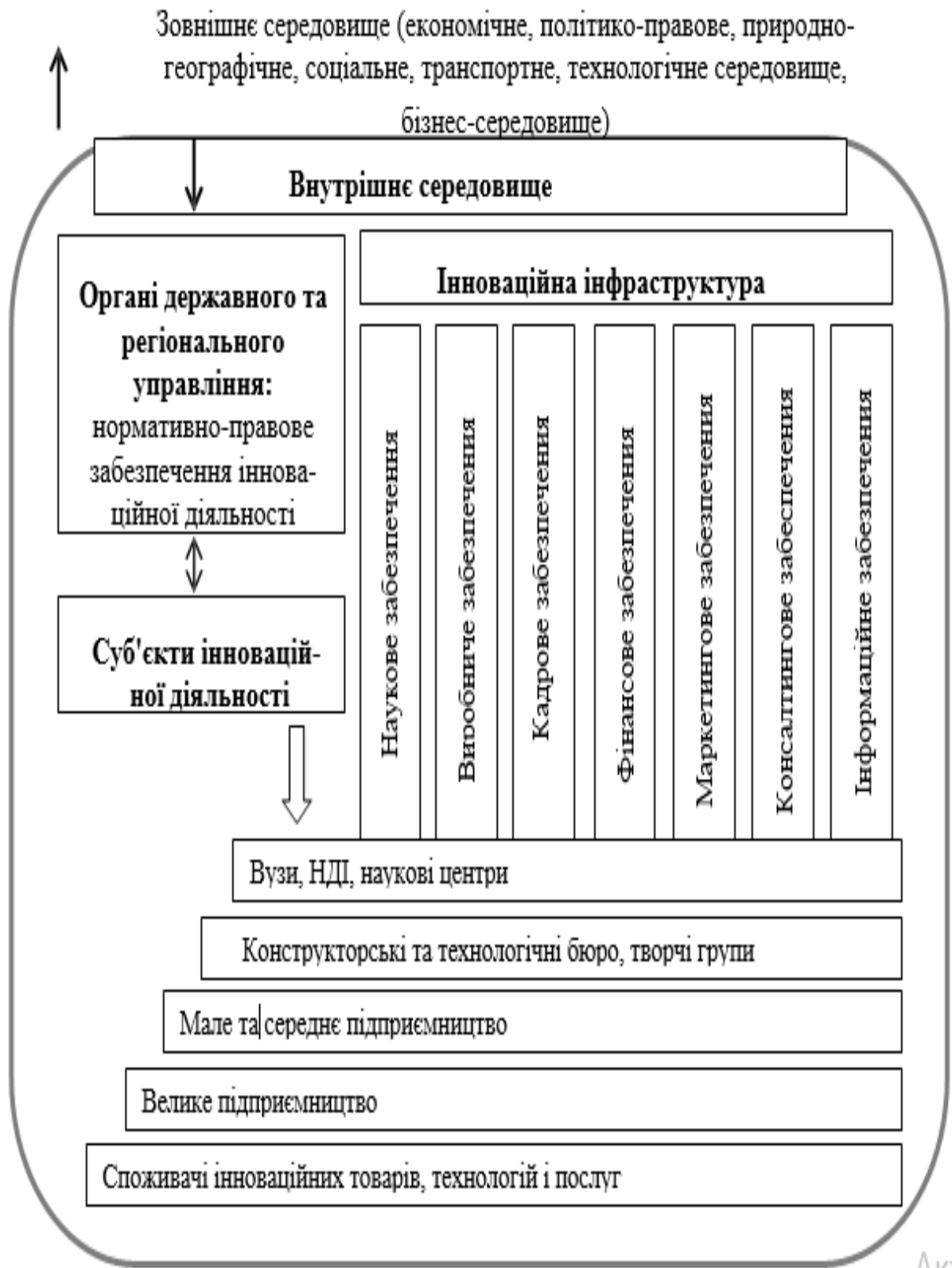


Рис. 1.3. Структура інноваційного середовища промислового кластеру

Таким чином, інноваційне середовище промислового комплексу слід розглядати, як систему, що складається з сукупності зовнішніх умов, які

сприяють інноваційному розвитку, а також внутрішньої складової, що характеризує готовність підприємств промислового комплексу до інноваційних рішень, як суб'єктивного фактору інноваційної сприйнятливості. Даний підхід дозволяє розглянути інноваційне середовище через призму сукупних організаційно-економічних характеристик, що визначають можливості й умови розвитку інноваційних процесів. Розглядаючи інноваційне середовище з позиції системи, не варто забувати про те, що на неї, як і на будь яку іншу систему, впливають різні фактори, які як сприяють, так і перешкоджають його функціонуванню. Відзначимо, що ефективному протіканню взаємодії підприємств з інноваційним середовищем сприяють інвестори (представники фінансового середовища), інноваційні посередники (інформаційне середовище), а також учасники соціального й екологічного середовища [24].

Таким чином, важливою умовою ефективного функціонування та підтримання стійкого стану інноваційного середовища є його компромісна взаємодія з елементами фінансового, інформаційного, екологічного, соціального середовища, тому що відносини учасників інноваційного процесу постійно супроводжуються інформаційними, фінансовими й іншими потоками. Крім того, необхідною умовою формування та підтримання інноваційного середовища промисловості на мезорівні виділимо державну участь у регулюванні інноваційних процесів.

Держава, виступаючи у ролі регулятора інноваційних взаємодій у господарському середовищі (наприклад, створення з коштів бюджету спеціальних фондів для кредитування інноваційних проектів, спрощення процедур одержання патентів і прав на інтелектуальну власність тощо), сприяє підвищенню її інноваційної активності та сприйнятливості. Інфраструктура дозволяє структурувати та впорядковувати складні ресурсопотоки, збільшуючи, таким чином, сумарний потік. Це дозволяє підтримувати стан інноваційного середовища на життєздатному рівні, а сам інноваційний процес доводити до логічного завершення. Однак, для того, щоб інноваційній

продукції пройти свій шлях від ідеї до виходу на ринок до кінцевого споживача, не достатньо існування лише добре розвинутої та безперервно функціонуючої інфраструктури. Як ми відзначали раніше, для інновації характерна така властивість, як ризикованість, і визначити її “частку” дуже складно. Вихід на ринок, будучи невідомою для споживача, може не бути успішною, у зв'язку із чим потрібен системний підхід до передбачення майбутнє. А для своєчасної реалізації сформованого плану дій, як і для будь-якої іншої системи, необхідний систематичний контроль. Інакше кажучи, потрібен інструмент, здатний при формуванні та реалізації стратегії враховувати різного роду фактори та виробити вірний орієнтир з урахуванням закономірностей розвитку досліджуваного процесу у майбутньому. Це визначає необхідність існування механізму формування та реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості, що саме й виступають необхідним інструментом для формування та реалізації стратегії. Роль даного механізму може бути виражена на різних рівнях управління – від окремо взятого підприємства до національної системи у цілому. На рис. 1.4 і 1.5. обґрунтована сутність механізму і його призначення на регіональному та місцевому рівнях.

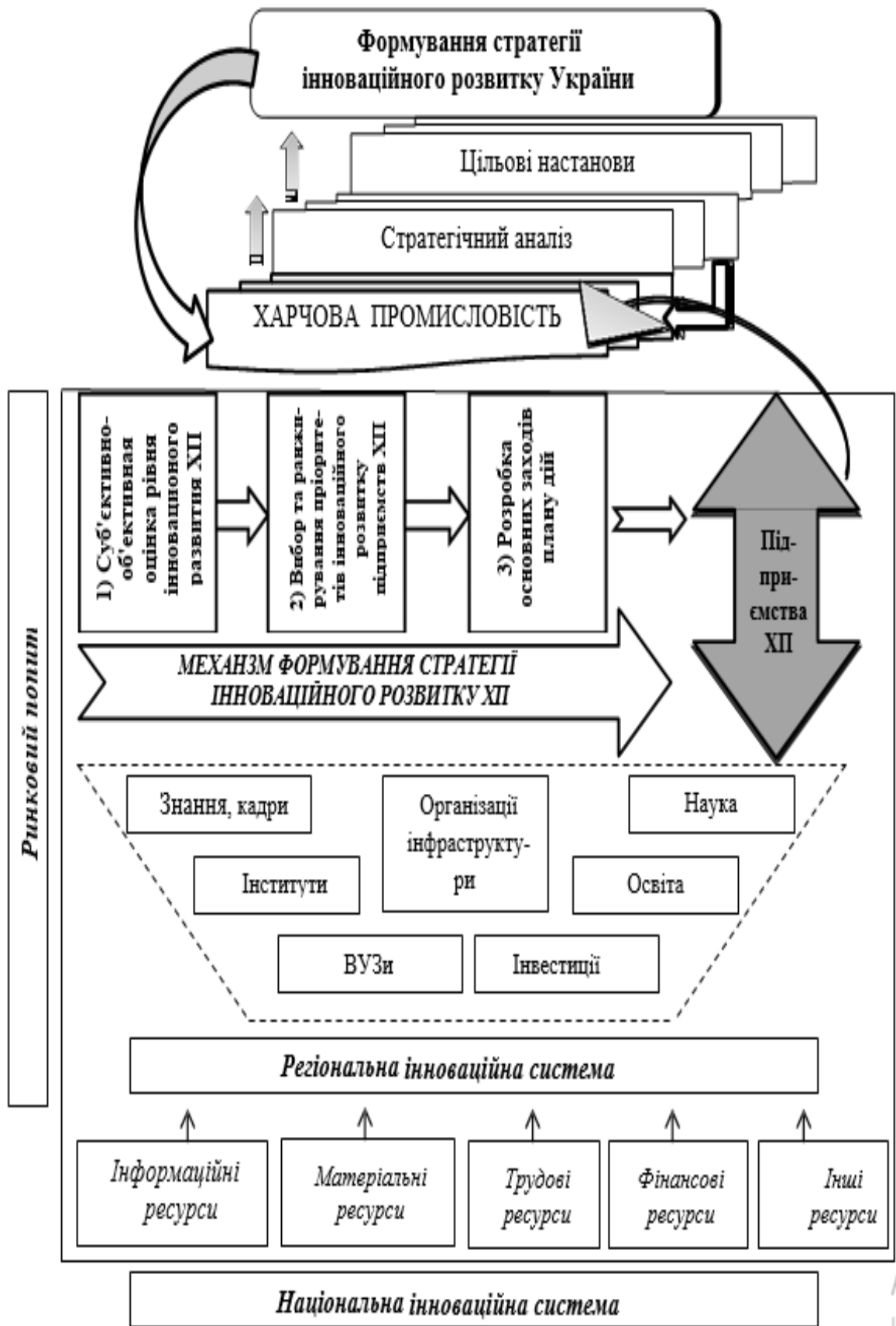


Рис. 1.4. Роль механізму формування стратегії інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості у моделі формування стратегії інноваційного розвитку України (складено автором)

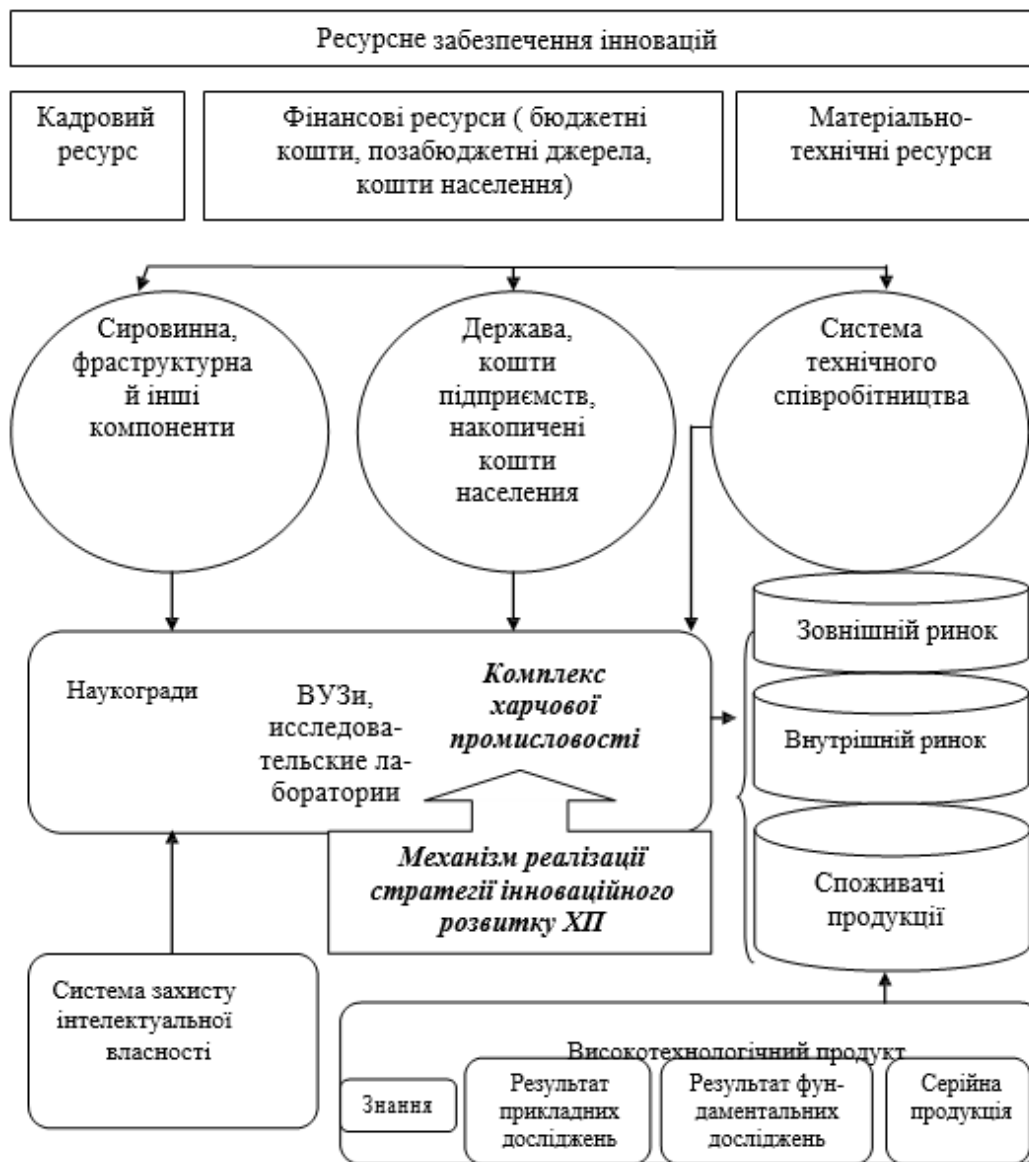


Рис. 1.5. Роль механізму реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості у моделі реалізації стратегії інноваційного розвитку України (складено автором)

Таким чином, механізм формування та реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості безпосередньо впливає на національну стратегію інноваційного розвитку країни, що ще раз доводить необхідність і доцільність його існування.

1.3. Концептуальні основи механізму формування та реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості

Про необхідність розроблення механізму формування стратегії інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості свідчать незадовільні показники сьогоденного стану інноваційної діяльності загалом вітчизняного промислового комплексу. Лише 5-6 % українських промислових підприємств ведуть розроблення та впровадження технологічних інновацій.

Ситуація, що склалася у харчовій промисловості України, обумовлює необхідність формування сприятливих умов, у яких можливо буде досягти активізації інноваційної діяльності підприємств. Відсутність системи організації інноваційної діяльності ще раз підкреслює необхідність розроблення механізму формування та реалізації стратегії інноваційного розвитку харчових підприємств. Сама ж стратегія представляє собою план дій, заснований на минулому досвіді функціонування підприємств та який містить ряд пріоритетних напрямків інноваційного розвитку харчової промисловості. Стратегія повинна ґрунтуватися на розроблених урядом пріоритетних напрямках, але з урахуванням особливостей середовища, у яких відбувається інноваційна діяльність підприємств даної галузі.

На практиці виділяють наступні основні пріоритетні напрямки стратегії інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості, що є найбільш важливою серед усіх пріоритетних напрямків:

- стимулювання існуючих промислових підприємств до використання інновацій;
- залучення зовнішніх інвестицій;
- стимулювання розвитку малих інноваційних підприємств;
- створення ефективної інфраструктури для підтримки інновацій;
- підвищення рівня інноваційної культури у регіоні.

Основне втримування, цілі та завдання перерахованих напрямків зведені у табл. 1.5.

Таблиця 1.5

Пріоритетні напрямки стратегії інноваційного розвитку підприємств харчового комплексу

Напрямок 1. Стимулювання існуючих харчових підприємств до використання інновацій	
1	2
Ціль	Сприяння існуючим підприємствам в активному використанні інновацій усього спектра напрямків (технологічних інновацій, інновацій у галузі менеджменту, фінансів тощо).
Завдання	<p>Забезпечення регулярною інформацією харчових підприємств з боку науково-освітнього комплексу про наявні і таких, що ведуться, розроблення з боку органів державної влади та місцевого самоврядування, а також організацій інноваційної інфраструктури про наявність кваліфікованих кадрів, можливостях просування продукції тощо.</p> <p>Створення офісів комерціалізації технологій при організаційній і фінансовій підтримці органів державної влади, самоврядування та керівництва установ науково-освітнього комплексу.</p> <p>Забезпечення організаційної та фінансової підтримки органами державної влади та місцевого самоврядування, організаціями інноваційної інфраструктури, керівництвом наукових установ, спільних заходів представників бізнесу та наукових кіл.</p> <p>Здійснення організаційної підтримки органами державної влади роботи в компаніях студентів, аспірантів, молодих фахівців.</p> <p>Здійснення організаційної підтримки по залученню коштів державного бюджету, а також грантової підтримки органами державної влади дослідно-конструкторських робіт (ДКР), здійснюваних підприємствами на умовах паритетного фінансування.</p> <p>Здійснення організаційної, інформаційної, кадрової, фінансової підтримки органами державної влади та місцевого самоврядування, організаціями інноваційної інфраструктури, реалізації підприємствами інноваційних проектів у межах регіонального закону</p>
Напрямок 2. Залучення зовнішніх інвестицій	
Ціль	Використання конкурентних переваг підприємств харчової промисловості для залучення інвестицій у регіон
Завдання	<p>Організаційна підтримка та створення умов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - для залучення фінансів з боку органів державної влади та місцевого самоврядування, а також організацій інноваційної інфраструктури, у тому числі, з можливістю просування інвестиційної привабливості харчової промисловості; - з боку органів державної влади розвитку контактів з населенням в обраних секторах аж до створення науково-освітніх центрів; - для залучення організацій науково-освітнього комплексу, організацій інноваційної інфраструктури, підприємств з метою створення науково-технологічного парку; - для створення спільних підприємств і відкриття українських і закордонних філій.

Продовження табл. 1.5

1	2
---	---

Підготовча робота	<ul style="list-style-type: none"> - аналіз міжнародної діяльності організацій регіонального науково-освітнього комплексу та вибір наукових секторів, у яких отримані наукові результати світового рівня та встановлені міжнародні контакти як з науковими організаціями, так і з компаніями; - формування пакету умов, що створюють максимально сприятливу атмосферу для потенційних інвесторів
Напрямок 3. Стимулювання створення малих інноваційних підприємств	
Ціль	Створення умов для зростання нових малих інноваційних, технологічно орієнтованих підприємств, у тому числі, що виділяються з наукових установ
Завдання	<ul style="list-style-type: none"> - організація у ВУЗах курсів по підприємництву; - створення реально діючих бізнес-інкубаторів, що надають починаючим компаніям приміщення та консалтингову підтримку; - створення системи підготовки підприємницьких проектів при участі органів державної влади та місцевого самоврядування, організацій інноваційної інфраструктури, керівництва ВУЗів і наукових установ; - створення системи просування інноваційної продукції нових підприємств в Україні та за кордоном за підтримки органів державної влади та місцевого самоврядування, а також організацій інноваційної інфраструктури; - підготовка та формування за допомогою фінансових структур, приватних осіб й організацій інноваційної інфраструктури за підтримки органів державної влади інвесторів для нових технологічних компаній
Підготовча робота	<ul style="list-style-type: none"> - аналіз проблем, що виникають при створенні та розвитку малих інноваційних підприємств на основі досвіду існуючих організацій; - аналіз реальних можливостей організацій інфраструктури, що підтримують починаючі малі інноваційні підприємства; - створення умов для розвитку малих інноваційних підприємств у ключових технологічних секторах; - досягнення консенсусу з керівниками наукових установ по питанні створення нових малих інноваційних підприємств
Напрямок 4. Створення ефективної інфраструктури для підтримки інновацій	
Ціль	Створення ефективно працюючої інфраструктури, що сприяє швидкому розвитку інноваційної діяльності харчової промисловості
Завдання	<ul style="list-style-type: none"> - створення відсутніх елементів інноваційної інфраструктури при підтримці органів державної влади та місцевого самоврядування; - розвиток зовнішніх зв'язків інноваційної інфраструктури; - організація заходів, що сприяють розвитку інфраструктурної мережі; - забезпечення незалежного постійного оцінювання інноваційної діяльності підприємств харчової промисловості
Підготовча робота	<ul style="list-style-type: none"> - аналіз реальних послуг і можливостей кожної існуючої організації інноваційної інфраструктури; - аналіз потреб і попиту на послуги організації інноваційної інфраструктури з боку харчової промисловості; порівняння попиту та послуг; - формування мережі організацій інноваційної інфраструктури
Напрямок 5. Підвищення рівня інноваційної культури у регіоні	
Ціль	Максимально ефективного використання людських ресурсів для реалізації різних напрямків інноваційної стратегії

Продовження табл. 1.5

1	2
---	---

Завдання	<ul style="list-style-type: none"> - організація курсів для навчання персоналу підприємств; створення органами державної влади умов, що стимулюють участь підприємств у даному процесі; - організація ВУЗами навчання високопрофільних консультантів для організацій інноваційної інфраструктури з їхнім стажуванням на виробничих підприємствах в Україні та за кордоном; - цільова підготовка кадрів вищими та середніми професійними навчальними закладами для зростаючих інноваційних виробництв, у тому числі, з використанням механізму держзамовлення; - підвищення інноваційної культури на всіх рівнях освіти
Підготовча робота	<ul style="list-style-type: none"> - аналіз потреб у навчанні різних цільових груп; - підготовка схем і програм навчання; - вибір і підготовка викладачів

Таким чином, виділимо основні складові стратегії інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості:

- нормативно-правове забезпечення інноваційного розвитку харчових підприємств;
- стимулювання харчової промисловості до використання інновацій;
- створення та розвиток інфраструктури підтримки харчових підприємств;
- розвиток системи інноваційного інвестування;
- підвищення рівня інноваційної культури на мезорівні;
- формування високопрофільних керівників у владних структурах;
- створення системи підготовки та перепідготовки кадрів для інноваційної діяльності;
- інформаційне забезпечення інноваційної діяльності (створення баз даних, сайтів по найважливіших винаходах, проектах тощо);
- підтримка проривних напрямків технологічного розвитку.

Враховуючи, що на сьогодні у багатьох регіонах відсутні достатні ресурси для реалізації всіх напрямків технологічного прориву харчової промисловості, слід сконцентруватися на найбільш перспективних інноваційно-ринкових нішах. На вирішення даного завдання спрямований механізм реалізації стратегії інноваційного розвитку харчових підприємств, що дозволяє оцінити рівень його готовності до інноваційних перетворень, виділити інноваційні пріоритети, потенціал комплексу тощо.

На сьогодні відсутнє однозначне трактування поняття механізму

інноваційного розвитку харчових підприємств, а також пророблена структура механізму формування та реалізації стратегії інноваційного розвитку харчової промисловості. Механізм – це система комунікацій, у якій учасники посилають один одному сигнали по заздалегідь відомих правилах і одержують запланований результат; у такий спосіб механізм ототожнюється з поняттям алгоритму. На рис. 1.6 схематично відображено поняття механізму [19].

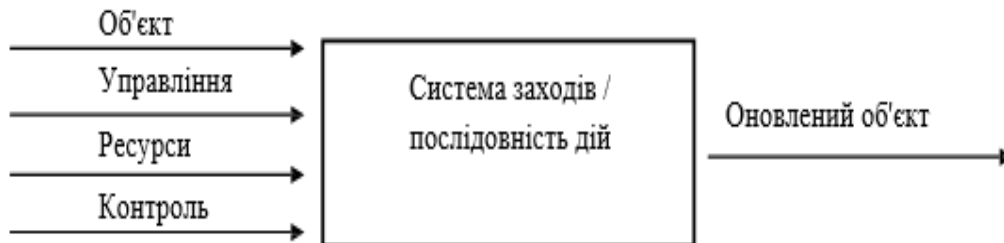


Рис. 1.6. Спрощена схема поняття "механізм"

Як бачимо, механізм є певним упорядкованим процесом. Для введення поняття “механізм формування стратегії інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості” слід уточнити, що необхідно розуміти під комплексом харчової промисловості. У законодавстві України промисловий комплекс визначено, як сукупність, основна діяльність якої у сфері науки та виробництва спрямована на реалізацію інтересів держави, національної безпеки та здоров'я людини, збереження можливостей розроблення та виготовлення наукомісткої конкурентоспроможної продукції. У наукових колах у цілому під комплексом харчової промисловості розуміється деяка сукупність промислових підприємств, розглянутих як єдине ціле. Таким чином, під механізмом формування стратегії інноваційного розвитку комплексу харчової промисловості будемо розуміти послідовний процес формування системи заходів за допомогою скоординованої діяльності зацікавлених організацій з різних сфер: науки, бізнесу, виробництва, влади тощо, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості.

Нами розроблено механізм формування та реалізації стратегії інноваційного розвитку комплексу харчової промисловості, який представлений на рис. 1.7.



Рис. 1.7. Механізм формування й реалізації стратегії інноваційного розвитку комплексу харчової промисловості (складено автором)

Відзначимо, що основними елементами пропонованого механізму є оцінювання рівня інноваційного розвитку підприємств комплексу харчової промисловості та розроблення методичних рекомендацій з визначення заходів на етапі формування стратегії інноваційного розвитку харчових підприємств.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗУВАННЯ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ТА ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА МОЛОКОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ

2.1. Загальна характеристика управлінської діяльності досліджуваного підприємства – ПрАТ “Тернопільський молокозавод”

Об’єктом нашого дослідження є приватне акціонерне товариство “Тернопільський молокозавод”, яке працює на українському ринку як потужний виробник молочної продукції.

На сьогоднішній день підприємство виготовляє чотири стратегічно важливі продуктові групи: біо-лінія, десертна група, цільномолочна продукція, молоко тривалого зберігання. Асортимент налічує близько 70 найменувань товарів, серед них – молоко, кефір, сметана, масло, які випускаються з перших днів роботи підприємства, і до них додалися йогурти, смузі, сиркові маси, десерти, молочні суміші. Усі ми знаємо торгову марку: ТМ “Молокія”, яка була створена у 2002 році і стала народним брендом.

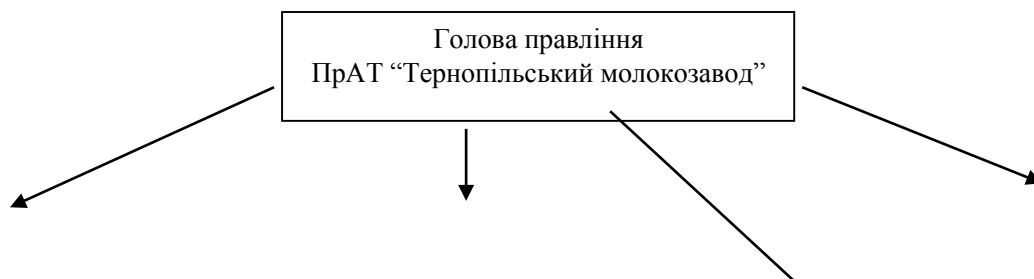
З 2005 р. на підприємстві розпочато масштабну реконструкцію, третій етап якої завершився до 2017 року. Зараз підприємство має 12 власних торговельних представництв у західних областях та у місті Київ, планується також відкриття представництв в інших регіонах. ПрАТ “Тернопільський молокозавод” працює без дистриб’юторів та посередників, щоб контролювати усі етапи – від фермерського господарства до доставки продукції. Вже з 2011 р., вперше в Україні, на потужностях ПрАТ “Тернопільський молокозавод” запроваджено німецьку технологію “Fresh milk” (“Свіже молоко”), яка завдяки низькотемпературній обробці молока, дозволяє максимально зберегти його корисні властивості.

Основне виробництво досліджуваного підприємства складається із п’яти секторів: цех молочноного білка, цех незбираного молока, цех плавлених сирів, цех стерилізованого молока та дільниця фасованої сметани. Загалом у

структурі можна виділити наступні підрозділи: відділ виробництва, сировинний відділ, відділ організації та збуту, відділи адміністративного управління, транспорту, технологічний. Окрім цього, є склад готової продукції, що складається з трьох холодильників: у першому зберігаються дієтичні продукти (йогурти в стаканчиках, десерти, сиркова маса тощо); у другому – продукція в упаковці Pure Pak (короткострокового зберігання); у третьому – в упаковці Tetra Pak (тривалого зберігання). Організаційну структуру управління підприємством показано на рис.2.1.

Підприємству дуже важко застосувати в чистому вигляді лише одну зі стратегій конкуренції. Воно може опиратися на якусь базову стратегію, але все ж таки у його діяльності можуть бути присутніми елементи й інших стратегій. ПрАТ “Тернопільський молокозавод” сфокусувало свою діяльність на стратегії розвитку на основі конкуренції на сегменті, тому що на сьогоднішній день підприємство ще достатньо не розширило свою діяльність, щоб забезпечити низькі галузеві витрати виробництва. Стратегія розвитку вимагає додаткових витрат. Загалом, стратегія розвитку має місце в таких випадках, коли потреби і смаки надто відрізняються від покупця до покупця, і тому не можуть бути задоволені виробництвом стандартної продукції. А поведінка і потреби споживачів продукції галузі є стабільними.

ПрАТ “Тернопільський молокозавод” вирішило використовувати стратегію розвитку на основі концентрації на сегменті і всі свої дії спрямувати на визначений сегмент ринку, яким є в основному Західний регіон країни: Тернопільська, Львівська та Івано-Франківської області, однак активно співпрацює також із іншими областями України. Що стосується каналів розподілу, то існує три види дистрибуції: підприємство постачає свою продукцію безпосередньо в роздріб (канал прямого маркетингу – нульового рівня); спочатку вона продається оптовим покупцям (на оптові бази), а вже потім потрапляє в роздрібну торгівлю (однорівневий); продукція продається дилерам, а вони її перепродають або оптовим, або роздрібним покупцям (двох і більше).



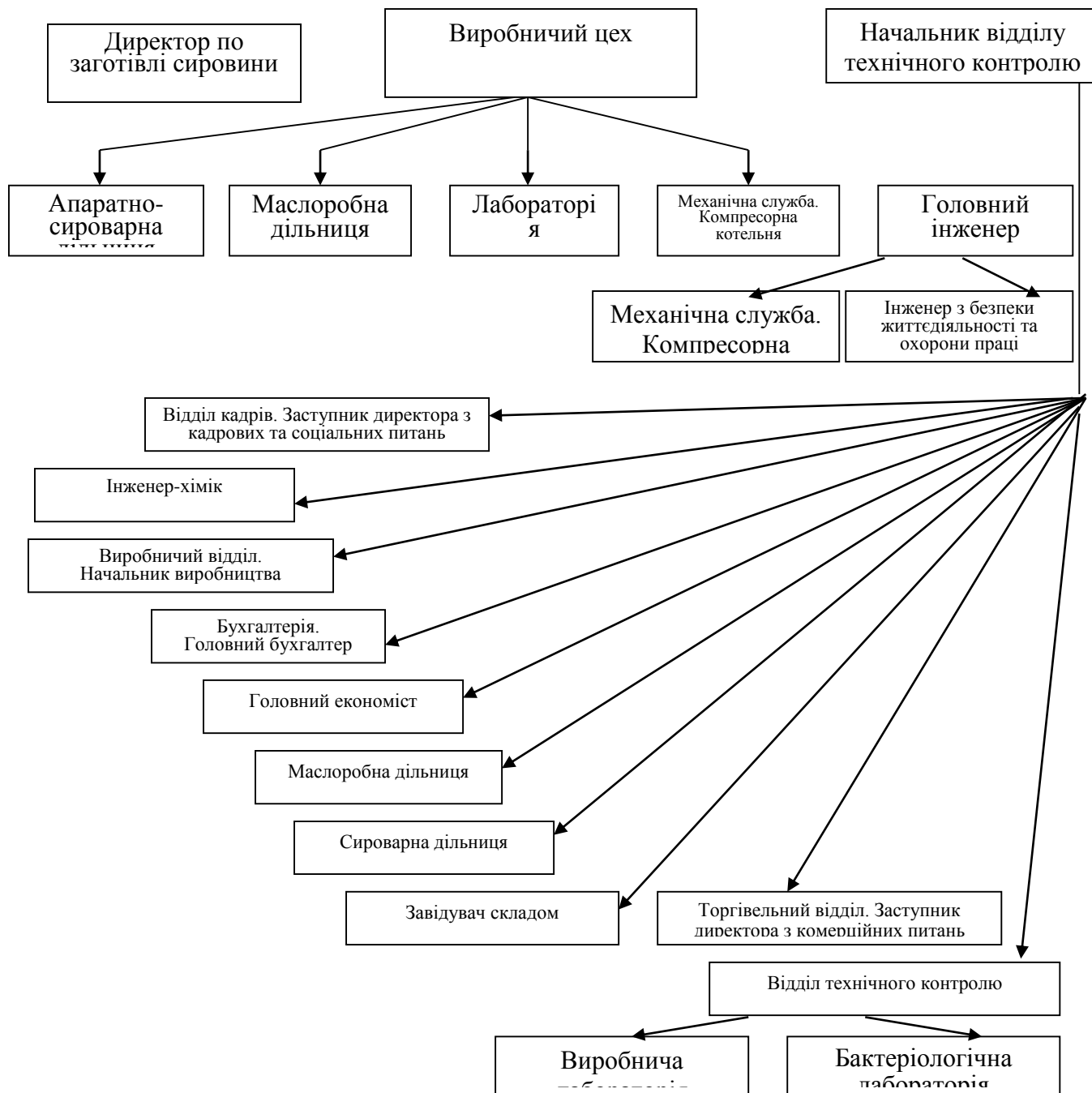


Рис. 2.1. Організаційна структура управління
ПрАТ “Тернопільський молокозавод”

Постачання сировини ПрАТ “Тернопільський молокозавод” проводиться згідно договорів-контрактів, головним чином – безпосередньо з сільськогосподарськими підприємствами. Взагалі підприємство співробітничає з 50 постачальниками сирого молока. Колгоспників підтримують і тим, що платять “живими” грошима (частка бартеру зведена практично до нуля); і тим, що купують для них різноманітне технологічне

обладнання.

Молоко, вершки постачаються транспортом спецавтобази, вивіз готової продукції проводиться підприємством АТП. Біля 20% сировини поступає від районних молокозаводів, котрі очищують та охолоджують сировину, прийняту від сільськогосподарських підприємств, доводячи молоко до 1-го сорту. Молоко постачають від господарств області. Загалом, радіус доставки сировини досягає від 15 до 200 км. Як уже зазначалось, основним видом діяльності підприємства є перероблення молока, загальний асортимент продукції складається з 27 найменувань, яку можна поділити на чотири основних види: класична цільномолочна група (молоко, кефір, сметана, йогурт, кисломолочний сир); біо-продукція; тверді та плавлені сири типу “Чеддер” та “Гауда”; масло (вагове, фасоване у пергаментну упаковку та фольгу). Рівень спеціалізації підприємств за питомою вагою продукції у загальному обсязі виробництва показано у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Питома вага окремих видів продукції у загальному обсязі
виробництва ПрАТ “Тернопільський молокозавод” у 2019 р.

Продукція	Питома вага , %
Молоко пастеризоване	15,5
Суміші	7,7
Кисломолочна продукція	9,5
Біо-продукція	23,4
Йогурти	5,6
Вершки	1,2
Сметана	9,2
Творог та творожні вироби	14,7
Сири	6,6
Масло вершкове	5,8
Інше	0,8
Всього	100

Основною підставою придбання молочної продукції є її споживання як корисного продукту харчування з унікальними смаковими характеристиками. Покупці чітко усвідомлюють зв'язок ціни продукції та її якості, а тому прагнуть купувати невелику кількість більш дорогої продукції або значну – більш дешевшої. За останніми статистичними даними встановилася тенденція

зростання молочної продукції при збільшенні середньодушового доходу сім'ї. Нагадаємо, що основними споживачами молочної продукції є люди вище середнього і середнім рівнями достатку, але за рахунок виробництва і реалізації інших видів молочної продукції підприємство також є привабливим і для споживачів з низьким доходом. Вони не можуть відмовитися від придбання продукції у випадку сімейного або іншого свята; через корисність і споживчі властивості продукції; у щоденному споживанні – в разі високого рівня доходу сім'ї.

Проведемо сегментацію за асортиментом продукції, якій віддають перевагу покупці і за географічними координатами споживання продукції (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Сегментування ринку молочної продукції ПрАТ “Тернопільський молокозавод” за асортиментом продукції у 2019 році

Асортиментна група	Обсяги реалізації, тонн				
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал	За рік
Тверді сири	58,5	66,8	64,1	56,6	246
Вершкове масло	7,8	8,3	7,5	9,5	33,1
Сметана	61,6	44,8	58,9	59,5	224,8
Пастеризоване молоко	55,1	44,9	42,5	56,2	198,7
Творог	61,2	37,2	40,5	47,6	186,5
Всього	244,2	202	213,5	229,4	889,1

Як бачимо, в основу групування покладено асортиментну групу та зміни обсягів її реалізації протягом 4-х кварталів 2019 р.

Географічні ринки збуту підприємства представлені за 5 регіонами Тернопільської області: захід, схід, південь, північ, центр, що дозволить уникнути зайвої деталізації (табл. 2.3)

Таблиця 2.3

Сегментація ринку молочної продукції за місцем споживання

Регіон	Райони
Центр	Теребовля, Тернопіль, Збараж
Північ	Кременець, Зборів, Шумськ
Схід	Підволочиськ, Ланівці
Захід	Бережани, Козова, Підгайці, Монастирськ, Бучач
Південь	Заліщики, Чортків, Гусятин, Борщів

Далі складемо узагальнену таблицю продажу молочної продукції ПрАТ “Тернопільський молокозавод”, попередньо провівши сортування даних за величиною збуту в кожному регіоні від найбільшого до найменшого (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Продаж молочної продукції ПрАТ “Тернопільський
молокозавод” за регіонами

Регіон	Асортиментна позиція					Всього
	Сири	Масло	Сметана	Молоко	Кисломолочний сир	
Центр	8,6	18,9	14,5	17,8	20,9	80,7
Північ	14,6	25,8	25,2	23,9	21,8	111,3
Схід	21,3	12,3	11,9	15,8	16,9	78,2
Захід	108,4	115,9	120,7	114,9	49,8	509,7
Південь	15,9	24,3	20,1	25,9	23	109,2
Всього	168,8	197,2	192,4	198,3	132,4	889,1

Наведені дані дозволили побудувати такий графік (рис. 2.2):

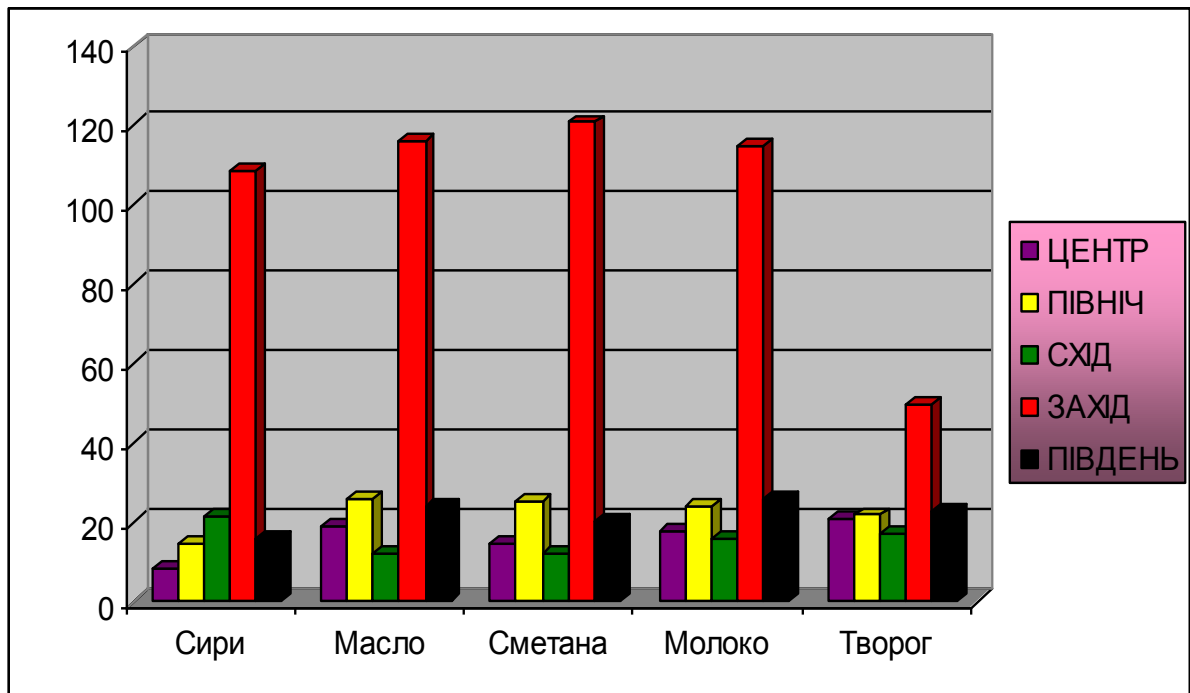


Рис. 2.2. Сегментування ринку молочної продукції
ПрАТ “Тернопільський молокозавод”

З діаграми бачимо, що основним ринковим сегментом підприємства є Західний регіон, де споживається в основному вся продукція, окрім кисломолочного сиру-творогу, який реалізовується лише в кількості 49,8 тис. тонн, порівняно з сиром – 108,4 т., сметаною – 120,7 т., маслом – 115,9 т., молоком – 114,9 т.

Загалом, слід зазначити, що питома вага споживання цих чотирьох видів продуктового асортименту в даному регіоні майже однакова і асортимент представленої групи є доступним споживачам як з високим, так із низьким рівнями доходу. Невисока тенденція споживання спостерігається у центральному регіоні, що пояснюється концентрацією в цьому районі інших підприємств молочної галузі. На решті регіонах приблизно однаковий рівень реалізації продукції.

Рівень кооперації досліджуваного підприємства доволі високий, підприємство співпрацює з такими організаціями як: ТОВ “Тетрапак” – по забезпеченні упаковкою; “Агрона Фрут Україна” – по забезпеченні

наповнювачами; “Арома” – по забезпеченні ароматизаторами. Завод співпрацює з більш ніж 10 фермерськими господарствами.

Виробничі потужності ПрАТ “Тернопільський молокозавод” сертифікували відповідно до вимог системи управління безпекою. Сертифікацію проводило бюро VERITAS – міжнародний орган сертифікацій, який має понад 40 національних та міжнародних органів з акредитації в усьому світі. ПрАТ “Тернопільський молокозавод” отримав сертифікат “Standard ISO 22000 : 2005”. Це означає, що усі виробничі потужності ПрАТ “Тернопільський молокозавод” відповідають міжнародним стандартам, є безпечними для працівників та якісними для виробництва продукції.

Нещодавно підприємство посилило свої потужності ще однією лінією “Екопак”. На подібному обладнанні (досі працювало дві таких лінії) завод вже давно розливає молоко, питні йогурти, кефіри, ряжанку та іншу цільномолочну продукцію у пакети “пюр-пак”. Свіжу техніку планують завантажити новими продуктами. До того ж підприємство встановило нову установку для фінальної упаковки “пюр-паковських” пакетів виробництва італійської компанії Magiani. Це позбавить підприємство від використання обігової тари і спростить реалізацію даної продукції. Як вважає директор ПрАТ “Тернопільський молокозавод”, нова упаковка дала можливість його підприємству значно розширити ринки збуту та захопити нові сегменти ринку. Спочатку виникли труднощі з постачанням продукції у новій упаковці, але згодом магазини оцінили новинку, що позбавило їх від проблем з поверненням ящиків, їхньою заставною вартістю тощо.

Останнім часом вся продукція ПрАТ “Тернопільський молокозавод” змінила упаковки. Усі упаковки тепер мають єдине стильне оформлення, і тепер продукцію підприємства легко відрізнити від продукції виробників-конкурентів.

Крім технічної, молокопереробне підприємство зазнає також ідеологічної та методологічної реконструкції. Повністю змінена робота відділу збуту, що тепер являє собою сучасну дистриб’юторську компанію.

У ПрАТ “Тернопільський молокозавод” по всій Україні біля 3 тис.

клієнтів, яким підприємство постачає свою продукцію напряму. З них близько півтори тисячі посередників, працюючих з підприємством щодня. 20-30% продукції купують підприємці, вивозячи товар з підприємства самостійно. Крім Івано-Франківської обл., ПрАТ “Тернопільський молокозавод” реалізовує продукцію по всій Україні, а також в райони Львівської, Тернопільської та інших областей. Продукція користується попитом у споживачів, є конкурентоспроможною на вітчизняному ринку. Масло і сир з маркою даного ПрАТ “Тернопільський молокозавод” продається в усіх регіонах України. Якості продукції приділяється велика увага, так як ринок насичений молочною продукцією у достатній кількості. Зараз більшу увагу звертається на товарний вигляд продукції, упаковку, тару.

Постійно вивчаються потреби та вимоги споживачів, щоб швидко реагувати на вимоги ринку. З метою розширення асортименту у ПрАТ “Тернопільський молокозавод” зробили і впроваджують технологію сиру “Дністер”, а також нова біо-продукція – смузі з натуральними наповнювачами із фруктів, дещо схожа до йогуртів. На перспективу планується впровадження нових видів цільномолочної продукції залежно від вимог споживача та дрібного фасування сиру та масла.

Досвід показує, що заготівля сировини та реалізація молочних продуктів знаходиться під впливом циклічних коливань та необхідністю постійного акумулювання обігових коштів.

ПрАТ “Тернопільський молокозавод” ввело в експлуатацію новий цех молокоприймання, було побудоване нове молокосховище. На першому етапі реконструкції були введені сім танків із нержавіючої сталі, оснащених необхідним обладнанням, що дозволяє тепер зберігати до 350 т молока. У відділенні приймання була повністю модернізована та спрощена схема обліку сировини й обслуговування молоковозів. Встановлене обладнання дозволяє без затримки розвантажувати машини, точно визначати обсяги і швидко проводити аналіз якості молока, що надходить.

Збут своєї продукції підприємство здійснює через фірмові кіоски, а також за допомогою посередників (магазини нашого міста та області).

Основним недоліком збутової діяльності підприємства, на нашу думку, є недостатня кількість власних пунктів продажу, оскільки ціни у звичайних магазинах дещо вищі.

2.2. Аналіз фінансово-майнового стану досліджуваного підприємства

Для проведення аналізу фінансово-майнового стану розглянемо динаміку основних показників складу та структури балансу ПрАТ “Тернопільський молокозавод” за останній звітний період у порівнянні з базовим (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Аналіз складу та структури балансу

ПрАТ “Тернопільський молокозавод” за 2018-2019 рр., тис. грн.

Актив	2018 р.	2019 р.	Відхилення 2019 р. до 2018 р. (+;-)	
			Абсолютне (тис. грн.)	Відносне (%)
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	100	93	-7	7
залишкова вартість	100	93	-7	7
первісна вартість	238	315	77	32,4
накопичена амортизація	138	222	84	60,9
Незавершені капітальні інвестиції	6491	19040	12549	193,3
Основні засоби:				
залишкова вартість	84887	97483	12596	14,8
первісна вартість	115204	143989	28785	24,9
знос	30317	46506	16189	53,4
Усього за розділом I	91478	116616	25138	27,5
II. Оборотні активи				
Запаси	29607	15700	-13907	46,9
Виробничі запаси	5316	5167	-149	2,8

Продовження табл. 2.2.

1	2	3	4	5
Готова продукція	23682	10527	-13155	55,5
Товари	609	6	-603	-99
Дебіторська заборгованість за продукцію: товари, роботи, послуги	2710	-	-2710	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	4732	6865	2133	1,5
з бюджетом	283	453	170	60
із внутрішніх розрахунків	20993	23825	2832	13,5
Інша поточна дебіторська заборгованість	2107	246	-1861	88,3
Гроші та їх еквіваленти	625	1164	539	86,2
Готівка	56	106	50	89,3
Рахунки в банках	569	1058	489	85,9
Витрати майбутніх періодів	71	74	3	4,2
Усього за розділом II	61128	50468	-10660	17,4
III. Необоротні активи, отримвані для продажу, та групи вибуття	152606	167084	14478	1,1
Баланс	305212	334168	28956	9,5
Пасив	2018 р.	2019 р.	Відхилення 2019 р. до 2018 р. (+;-)	
			Абсолютне (тис. грн.)	Відносне (%)
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	15000	15000	-	-
Додатковий вкладений капітал	33584	45867	12283	36,6
Резервний капітал	625	1278	563	104,5
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	13060	14766	1706	13,1
Усього за розділом I	62269	76911	14642	23,5
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Довгострокові кредити банків	45762	49728	3966	8,7
Усього за розділом II	45762	49728	3966	8,7
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Поточна кредиторська заборгованість за:				
товари, роботи, послуги	36491	34216	-2275	-6,2
розрахунками з бюджетом	2722	1553	-1169	-42,9
розрахунками зі страхування	879	1026	147	16,7
розрахунками з оплати праці	1778	2192	414	23,3
за одержаними авансами	1587	19	-1568	0,01
із внутрішніх розрахунків	153	-	-153	-

Продовження табл. 2.2.

1	2	3	4	5
Інші поточні зобов'язання	965	1439	474	49,1

Усього за розділом III	44575	40445	-4130	-9,3
Баланс	152606	167084	14478	9,5

З табл. 2.5 бачимо, що загальна вартість майна ПрАТ “Тернопільський молокозавод” збільшилась у 2019 р. у порівнянні до 2018 р. на 14478 тис. грн. (або 9,5%). У складі необоротних активів підприємства частка нематеріальних активів зменшилась на 7 тис. грн. (або 7%). Відповідно частка основних засобів збільшилась на 12596 тис. грн. (або 14,8%). Питома вага необоротних активів в загальному складі майна збільшилась на 25138 тис. грн. (або 27,5%). Своєю чергою, виробничі запаси дещо зменшились – на 149 тис. грн. (або 2,8%). Позитивним у діяльності ПрАТ “Тернопільський молокозавод” є суттєве зменшення готової продукції у 2019 р. у порівнянні до 2018 р. на 13155 тис. грн. (або 55,5%). Зменшення залишків готової продукції свідчить про покращення її збуту. Показник вартості товарів, придбаних підприємством, зменшився за звітний період на 603 тис. грн. (або 99%).

Питома вага оборотних активів ПрАТ “Тернопільський молокозавод” за звітний період зменшились на 10660 тис. грн. (або 17,4%). Відбулось збільшення дебіторської заборгованості, зокрема за виданими авансами – на 2133 тис. грн. (або 1,5%), з бюджетом – на 170 тис. грн. (або 60%), із внутрішніх розрахунків – на 2832 тис. грн. (або 13,5%). Збільшилась сума коштів на розрахунковому рахунку – на 489 тис. грн. (або 85,9%).

Розглядаючи пасив підприємства, бачимо, що відбулись деякі зміни у структурі власного капіталу ПрАТ “Тернопільський молокозавод”. У 2019 р. спостерігається збільшення частки додаткового вкладеного капіталу на 12283 тис. грн. (або 36,6%) та резервного капіталу – на 653 тис. грн. або (104,5%). Збільшилась частка нерозподіленого прибутку (непокритого збитку) на 1706 тис. грн. (або 13,1%), що характеризує діяльність ПрАТ “Тернопільський молокозавод” не з позитивної сторони. Загалом у 2019 р. частка власного капіталу зросла на 14642 тис. грн. (або 23,5%). Довгострокові зобов’язання і забезпечення збільшились за 2019 рр. порівняно до 2018 р. на 3966 тис. грн. (або 8,7%) за рахунок довгострокових кредитів банків. Аналізуючи поточні зобов’язання підприємства (які у 2019 р. порівняно з 2018 р. зменшились на 4130 тис. грн. (або 9,3%)), зазначимо, що поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги зменшилась на 2275 тис. грн. (або 6,2%); за розрахунками з бюджетом – на 1169 тис. грн.

(або 42,9%); за одержаними авансами – на 1568 тис. грн.. (або 0,01%); із внутрішніх розрахунків – на 153 тис. грн. Таким чином, у контексті проведеного аналізу фінансово-майнового стану підприємства, його керівництву слід переглянути політику кредитування, знайти шляхи швидкого погашення кредиторської заборгованості.

2.3. Аналіз фінансового стану та основних показників фінансово-господарської діяльності ПрАТ “Тернопільський молокозавод”

Характеристику основних фінансових показників діяльності ПрАТ “Тернопільський молокозавод” за 2018 та 2019 рр. представлено у табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Аналіз результатів фінансово-господарської діяльності ПрАТ “Тернопільський молокозавод” за 2017-2019 рр.

Показники	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Відхилення 2019 р. до 2018 р. (+;-)	
	тис. грн.	тис. грн.	тис. грн.	Абсолютне (тис. грн.)	Відносне (%)
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	341376	481003	575403	94400	19,6
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	301275	395975	467533	71558	18,1
Валовий прибуток	40101	85028	107870	22842	26,9
Прибуток від операційної діяльності	17527	21503	25364	3861	17,9
Прибуток до оподаткування	7511	17864	19622	1758	9,8
Чистий прибуток	5833	14766	13060	-1706	-11,5

Як бачимо з табл. 2.6, у ПрАТ “Тернопільський молокозавод” за аналізований період 2017-2019 рр. зросли усі показники, що свідчить про позитивну тенденцію його розвитку. Зокрема за останній рік: у 2019 р. у порівнянні з попереднім 2018 р. чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) зріс на 94400 тис. грн.(або 19,6%). Дане підвищення є позитивним фактором, який свідчить про покращення виробничих процесів та розширення діапазону збуту продукції. Одним з негативних факторів у

діяльності підприємства є підвищення собівартості продукції у звітному періоді у порівнянні з базовим з 395975 тис. грн. до 467533 тис. грн., що склало 71558 тис. грн. (або 18,1%). Таке підвищення є несприятливим, однак з огляду на політику закупівлі молока в нашій державі, змінити нічого не можна.

Ріст показників валового та операційного прибутків у динаміці 2017-2019 рр. зумовлений ростом виручки від реалізації продукції у звітному періоді та ефективною ціновою політикою підприємства. Негативним моментом в діяльності підприємства є зниження за останній рік чистого прибутку на 1706 тис. грн.(11,5%).

Загалом, проаналізувавши стан фінансово-господарської діяльності ПрАТ “Тернопільський молокозавод” за 2017-2019 рр., ми прийшли до висновків, що майже всі фінансові показники (чистий дохід від реалізації, валовий, операційний прибуток тощо) мають стабільну тенденцію до зростання за досліджуваний період.

Проаналізуємо також структуру операційних витрат підприємства за 2018-2019 рр.

Як бачимо, у структурі витрат, найбільшу питому вагу мають матеріальні витрати, на другому місці – витрати на оплату праці. Аналізуючи показники операційних витрат по їх елементах за досліджуваний період бачимо, що у сі види витрат упродовж трьох років зростають: матеріальні затрати, витрати на оплату праці і відрахування на соціальні заходи, амортизація, позитивним моментом є лише зменшення за 2019 рік інших операційних витрат.

Таблиця 2.7

Аналіз елементів операційних витрат

ПрАТ “Тернопільський молокозавод” за 2018-2019 рр.

Елементи операційних витрат	Витрати, тис. грн.			Відхилення 2019 р. до 2018 р. (+;-)	
	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Абсолютне (тис. грн.)	Відносне (%)
Матеріальні затрати	309138	374458	449141	74683	19,9

Витрати на оплату праці	39865	48742	57550	8808	18,1
Відрахування на соціальні заходи	8770	10733	12661	1928	17,9
Амортизація	9390	11350	16953	15603	49,4
Інші операційні витрати	12504	14606	14121	-485	-3,3
Разом	379667	459889	550426	90537	19,6

Окрім техніко-економічних показників діяльності досліджуваного підприємства проаналізуємо також показники, що характеризують його фінансовий стан. Особливе значення для діяльності ПрАТ “Тернопільський молокозавод” відіграє ліквідність та платоспроможність підприємства. Розглянемо як змінювались дані показники за останній період часу табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Аналіз показників ліквідності та платоспроможності
ПрАТ “Тернопільський молокозавод”

Назва показника	На початок 2019 р.	На кінець 2019 р.	Відхилення
1	2	3	4
Коефіцієнт загальної ліквідності	1,37	1,25	-0,12
Коефіцієнт поточної ліквідності	0,7	0,86	0,16
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,028	0,057	0,029
Чистий оборотний капітал, тис. грн.	16553	10023	-6530

Продовження табл. 2.8

1	2	3	4
Власний оборотний капітал, тис. грн.	62269	76911	14642
Коефіцієнт автономії (платоспроможності)	0,4	0,46	0,06

Із даних таблиці бачимо, що значення коефіцієнта загальної ліквідності значно перевищує 1, то можна зробити висновок про те, що підприємство

володіє значним обсягом вільних ресурсів, які сформувалися завдяки власним його джерелам.

Коефіцієнт поточної ліквідності показує платіжні можливості підприємства щодо погашення його зобов'язань за умови своєчасного здійснення розрахунків з дебіторами. Теоретичне його значення є достатнім, якщо воно перевищує 0,6. Із даних табл. 2.8 бачимо, що даний показник знаходиться у нормі, і це означає, що підприємство здійснює своєчасне погашення поточних своїх зобов'язань.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності дозволяє визначити частку короткострокових зобов'язань, що підприємство може погасити найближчим часом. За аналізований період спостерігаємо позитивну тенденцію його росту.

Коефіцієнт автономії показує, яку частину у загальних вкладеннях у підприємство складає власний капітал. Він характеризує фінансову незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування, нормальне його значення орієнтовано оцінюється на рівні 0,5. Бачимо, що даний показник нижче мінімального значення, однак спостерігається позитивна тенденція його росту для ПрАТ “Тернопільський молокозавод”.

Динаміку рентабельності підприємства представлено у табл. 2.9.

Проаналізувавши показники прибутку та рентабельності ПрАТ “Тернопільський молокозавод” можна зробити висновки про те, що у 2018 році спостерігаємо позитивну динаміку росту усіх показників, а у 2019 році, у зв'язку із деяким зниженням показника чистого прибутку – негативну.

Таблиця 2.9

Динаміка рентабельності ПрАТ “Тернопільський
молокозавод” за 2017-2019 рр.

Назва показника	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Відхилення 2018 р. до 2017 р. (%)	Відхилення 2019 р. до 2018 р. (%)
Рентабельність продукції, %	2,9	3,7	2,8	0,8	-0,9
Рентабельність активів, %	4,1	4,8	3,9	0,7	-0,9

Рентабельність власного капіталу, %	21,2	23,7	17,0	2,5	-6,7
-------------------------------------	------	------	------	-----	------

Загалом, проаналізувавши фінансовий стан підприємства за 2017-2019 рр. слід зазначити, що ПрАТ “Тернопільський молокозавод” має доволі високу платоспроможність та ліквідність, є прибутковим і фінансово стійким підприємством на ринку переробки молоко продукції.

2.3. Оцінка ефективності управління господарського капіталу підприємства

Для забезпечення відтворення основних виробничих засобів важливе значення має вивчення їх стану та використання.

В нинішній час особливу увагу необхідно приділяти процесу відтворення основних засобів, оскільки виробництво високоякісної та конкурентоспроможної продукції, мінімізація виробничих витрат, підвищення техніко-технологічного рівня виробництва можливе при оптимальній структурі основного капіталу та забезпеченні процесу його відтворення.

Розглянемо динаміку вартості основних засобів ПрАТ “Тернопільський молокозавод” за останні роки (табл. 2.10).

Орендованих основних засобів немає.

Таблиця 2.10

Динаміка вартості основних засобів ПрАТ “Тернопільський молокозавод” за 2018-2019 рр.

Товариство користується основними засобами на таких умовах: використання засобів здійснюється за їх цільовим призначенням для здійснення діяльності Товариства. Спосіб утримання активів полягає в тому, що активи підприємства щорічно інвентаризуються, їх вартість

відображається в балансі підприємства. У структурі основних фондів найбільшу частку займають машини та обладнання – 62%.

Надійшло за рік основних засобів на суму 29801 тис. грн., а вибуло 680 тис. грн. Індксація основних засобів у звітному періоді не проводилася, а

Найменування основних засобів	Власні основні засоби (тис. грн.)		Основні засоби, всього (тис. грн.)	
	2018 р.	2019 р.	2018 р.	2019 р.
1. Виробничого призначення:				
- будівлі та споруди	84887	97483	84 887	97483
- машини та обладнання	21230	29128	21230	29128
- транспортні засоби	48329	52672	48 329	52672
- інші	14751	15674	14751	15674
2. Невиробничого призначення:	577	9	577	9
Усього	-	-	-	-
	84887	97483	84887	97483

інших змін у складі основних засобів не було.

Нарахування амортизації основних засобів проводилося із застосуванням прямолінійного методу. Терміни користування основних засобів визначаються комісією по основних засобах: будівлями і спорудами в середньому 20 років, машинами і обладнаннями – 7 років, транспортними засобами – 5 років, та відображаються в картках обліку об'єктів основних засобів. Отже, розглянемо динаміку вартості основних засобів підприємства.

На наш погляд, при здійсненні процесу відтворення достатньо застосовувати показники руху (коефіцієнт зростання, коефіцієнт оновлення, коефіцієнт ліквідації), стану (коефіцієнт зносу) та ефективності використання основних засобів (фондовіддача, фондомісткість продукції). Незважаючи на кризовий стан економіки країни, дослідження стану та динаміки основних засобів на ПрАТ “Тернопільський молокозавод” показує, що їхня наявність щорічно збільшується (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Динаміка основних засобів у ПрАТ

“Тернопільський молокозавод” за 2017-2019 рр.

Показники	Наявність на початок (тис. грн.)	Надходження (тис. грн.)	Коефіцієнт оновлення (%)	Вибуття за рік (тис. грн.)	Коефіцієнт ліквідації (%)	Наявність на кінець (тис. грн.)	Коефіцієнт інтенсивного зростання (%)
2017 р.	72874,2	12558,2	15,2	3432,0	4,7	82000,4	27,3
2018 р.	82000,4	5613,0	6,6	2726,4	3,3	84 887,0	48,6
2019 р.	84 887,0	15593,0	16,0	2997,0	3,5	97483,0	19,2

Динаміка руху основних засобів ПрАТ “Тернопільський молокозавод” за 2017-2019 рр. характеризує їх інтенсивне зростання на 27,3, 48,6 та 19,2% відповідно. Суттєво збільшилась вартість основних засобів як на початок так і на кінець аналізованого періоду. Дані таблиці також свідчать, що існуючі темпи оновлення та ліквідації основних засобів дають змогу призупинити процес їхнього старіння. Тобто, рівень використання і відтворення основних засобів у ПрАТ “Тернопільський молокозавод” є позитивним.

Розглянемо динаміку амортизаційних відрахувань та інших власних джерел за 2018-2019 рр. у табл. 2.12.

Проведений аналіз стану, руху, використання та відтворення основних засобів в цілому показав, що оновлення основних засобів проводиться в достатній мірі.

Таблиця 2.12

Динаміка забезпеченості власних джерел для оновлення основних засобів у ПрАТ “Тернопільський молокозавод” за 2017-2019 рр.

Показники	Сума амортизаційних відрахувань (тис. грн.)	Чистий прибуток (тис. грн.)	Разом власних джерел (тис. грн.)
2017 р.	9390	5833	15223
2018 р.	11350	14766	26116
2019 р.	16953	13060	30013

У складній фінансово-економічній ситуації досліджуване підприємство самостійно фінансує інвестиційно-інноваційні процеси. Це сприяє тому, що рівень зношення основних засобів не перевищує 30-35%.

Для аналізу ефективності використання основних виробничих фондів ПрАТ “Тернопільський молокозавод” у 2017-2019 рр. розрахуємо показники фондівіддачі, фондомісткості та фондоозброєності (табл. 2.13).

Таблиця 2.13

Показники ефективності використання основних виробничих фондів
ПрАТ “Тернопільський молокозавод” за 2017-2019 рр.

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Відхилення 2018 р. до 2017 р. (+;-)	Відхилення 2019 р. до 2018 р. (+;-)
Фондоозброєність в праці	556,7	418,1	663,6	-138,6	245,5
Фондовіддача	60,5	53,2	42,9	-7,3	-1,03
Фондомісткість	1,7	1,9	2,3	0,2	0,4

Проаналізувавши ефективність використання основних виробничих засобів ПрАТ “Тернопільський молокозавод” упродовж 2017-2019 рр. варто відзначити, що фондоозброєність у 2018р. зменшилась на 138,6 тис. грн. у порівнянні з 2017р., а у 2019р. збільшилась на 245,5 тис. грн. Негативним моментом є те, що впродовж трьох років зменшувалась фондівіддача: у 2018 р. на 7,3 і у 2019 р. на 10,3%, фондомісткість навпаки збільшилась на 0,2-0,4%.

Таким чином, проблема відтворення основного капіталу є ключовою для забезпечення сталого розвитку як економіки країни загалом, так і для окремих підприємств у тому числі й ПрАТ “Тернопільський молокозавод”. Саме капітал виступає одним з найважливіших факторів виробництва якісної продукції, що в свою чергу, надає можливість економіці країни бути конкурентоспроможною на світових ринках. Для постійного підтримання основного капіталу в належному стані необхідні значні фінансові та інші ресурси. І саме тому, таким важливим моментом в управлінні процесом його відтворення, є вибір оптимальних джерел фінансування.

РОЗДІЛ 3

ОБГРУНТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ЗАСОБІВ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ПЕРЕРОБКИ МОЛОКОПРОДУКЦІЇ ПРАТ “ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ МОЛОКОЗАВОД” В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

3.1. Пропозиції оновлення обладнання на підприємстві

При проведенні робіт з техпереоснащення та реконструкції поряд з установкою нових агрегатів та обладнання впроваджуються сучасні ресурсо- та енергозберігаючі технології, які забезпечують високу продуктивність праці та ефективність виробництва, якість та споживчі якості молочної продукції на рівні світових стандартів. Участь у спільних проєктах з техпереоснащеннях провідних європейських фірм, які постачають сучасне обладнання та технології, забезпечує високий рівень інноваційного розвитку заводу, впровадження ресурсо- та енергозберігаючих технологій та гарантує виконання екологічних вимог із захисту навколишнього середовища.

У процесі поточної виробничої діяльності силами технічних служб молокопереробного підприємства спільно з виробничими підрозділами здійснюється постійне удосконалення діючих технологічних процесів виробництва, розроблення та впровадження нових технологій, освоєння нового устаткування. Впровадження новітнього обладнання, реконструкція вже існуючого є гарантом ефективної роботи підприємства, підвищення продуктивності праці, а також збільшення об’ємів виробництва продукції.

На сьогоднішній день намітилась стійка тенденція розширення асортименту молочної продукції. Це потребує збільшення номенклатури обладнання, що використовується, а також існує попит на обладнання для упаковки. Технологічне обладнання є найбільш важливим етапом проєктування підприємства та його реконструкції, оскільки від цього залежить економічність проєктування та економічна ефективність виробничої діяльності підприємства молочної галузі: якість продукції, що випускається;

продуктивність праці; розміри прибутку та рентабельність. На підставі даних, згідно яких завод переробляє до 250 т молока в день підбираємо потрібне обладнання. Проаналізуємо, яке обладнання використовується на заводі, а також ознайомимося з характеристиками устаткування, яке потрібно оновити у цілому по підприємству, враховуючи усі виробничі процеси та їх складність (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Обладнання виробничого корпусу

Відділення	Обладнання	Тип, марка	Площа, м ²
Приймальне	Резервуар для зберігання молока	РМ-В-2	2,28
	Відцентрований насос для молока	Г2-ОПА	0,16
	Охолоджувач	ОП-1000М	0,41
	Резервуар для зберігання молока	РМ-В-1	1,61
Апаратне	Проміжна ємність	10.03ПР-0.6	0,77
	Резервуар для зберігання молока	РМ-В-2	2,28
	Відцентрований насос для молока	Г2-ОПА	0,16
	Насос шестеренчастий		0,16
	Сепаратор	ОСЦП-1.5М	0,35
	Гомогенізатор	П8-ГМ-1.25/20	0,52
	Пластинчаста пастеризаційно-охолоджувальна установка	ПМР-0.2ВТ	2,1
Розливу	Лінія для розливу пастеризованого молока	РТ-УМ-21Ж	0,87
	Відцентрований насос для молока	Г2-ОПА	0,16
	Резервуар для зберігання молока	РМ-В-2	2,28
	Лінія для розливу йогурту	3000-SS	0,95
	Лінія для розливу сметани	РХМ-6	0,67

Обладнання, яке потребує оновлення у зв'язку із його зношенням, наведено у табл. 3.2.

Характеристика технологічного обладнання

Назва обладнання	Марка	Потужність, л/год; кг/год.	Ціна, тис. грн.
Насос відцентрований самовсмоктуючий	Е8-36-3Ц3.5-10	1000	4880
Охолоджувач	ОО1-У10		22000
Танк для резервування	Г6-ОМГ-25	1000	5300
Сепаратори-вершковідокремлювачі	Ж5-ОС2-НС	1000	19280
Насос для в'язких продуктів	В3-ОРА-6.3	-	26600
Пастеризаційна установка	ОП1-У2	-	21200
Фасувальний автомат	М6-ОР2-Д	-	23060
Разом			122320

Наведемо детальну характеристику обладнання, яке б збільшило продуктивність праці при його оновленні:

- охолоджувач одноконтурний для молока ОП-1000М призначений для охолодження молока у безперервному тонкошаровому закритому потоці до температури зберігання. Складається з пластинчастого теплообмінника та приладів контролю температури продукту, продуктивність – 1000 л/год (рис. 3.1);



Рис. 3.1. Охолоджувач молока

- установка для пастеризації та охолодження молока (пастеризатор) ПМР-0.2ВТ призначена для пастеризації та охолодження молока у закритому потоці з накопичувальних ємностей з метою припинення життєдіяльності

хвороботворних форм бактерій тифу, туберкульозу, кишкової палички та теплостійких мікробів. Використовується для пастеризації напоїв і інших рідких харчових продуктів (вершки, кефір), продуктивність – 1200 л/год. (рис. 3.2);



Рисунок 3.2 – Пастеризатор молока

- саморозвантажувальний сепаратор-вершковідокремлювач ОСЦП-1.5М – призначений для поділу незбираного молока температурою 35-50°C на вершки та знежирене молоко з одночасним очищенням від забруднень, а також для нормалізації молока по жировій фракції, продуктивність – 1200 л/год. (рис. 3.3);



Рис. 3.3. Сепаратор-вершковідокремлювач

- гомогенізатор П8-ГМ-1.25/20 – призначений для гомогенізації (тобто для подрібнення жирових шариків у продукції за рахунок подачі продукції під високим тиском) молока, рідких молочних продуктів, продуктивність – 1,25 м³/год. (рис. 3.4);



Рис. 3.4. Гомогенізатор

- автомат фасувально-пакувальний РТ-УМ-21-Ж – потрібний для точного дозування і автоматичної упаковки рідких і пастоподібних продуктів (молоко, сметана, кефір), що формуються з рулону поліетиленової та інших термічних плівок. Продуктивність (в залежності від дози і виду продукту) в хвилину, до 50 упаковок (шириною 94-190 мм) і проставляння дати різного типу (рис. 3.5);



Рис. 3.5. Автомат фасувально-пакувальний

- проміжна ємність 10.03 ПР-0.6 – призначена для збору сирих вершків після сепарування, може бути використана як проміжна для будь-яких рідких продуктів (молоко, сироватка). Ємність є вертикального типу, робоча місткість – 0,6 м³;

- електромагнітний лічильник – вимірювачі витрат РМ-5П – потрібний для вимірювання обсягу та витрати молока та кисломолочних продуктів (рис. 3.8). Функції приладу – обчислення разового та сумарного обсягу та витрат рідини, маси продукту, що відповідає разовій та сумарній вимірювально-обчислювальній частині; відображення на дисплеї значення обчислювальних величин; відключення лічильника при незаповненому рідиною трубопроводі (рис. 3.6).



Рисунок 3.6 – Електромагнітний лічильник

Характеристика потрібного обладнання дає перспективні надії для подальшого розвитку підприємства; економне використання сировини та інших необхідних для виробництва молочної продукції ресурсів; підвищення продуктивності праці працівників; збільшення обсягів продукції.

Для оновлення обладнання пропоную залучити кошти інвесторів, при можливості – бажано внутрішніх, так як галузь є важливою для країни. Так буде вигідніше, ніж брати кредит у банку, адже тут і процентна ставка є

високою. Для визначення інвестиційної зацікавленості об'єкта та проведених змін, що відбудуться, проведемо розрахунки теперішньої та майбутньої вартості вкладених інвестицій, дохідності та внутрішньої рентабельності проєкту і визначимо період окупності вкладених інвестиційних ресурсів.

Дане обладнання можна закупити на підприємстві ТОВ "ПродПромПак". У 2001 році дана фірма вийшла на український ринок по виробництву обладнання для харчової галузі. Компанія знаходиться у м. Запоріжжя.

Тому для реалізації даного проєкту нам необхідно придбати обладнання, перераховане у табл. 3.3. Сума без ПДВ – 122320 грн., ПДВ – 24464 грн., загальна вартість – 162444 грн. За допомогою даних таблиці визначимо загальні затрати на впровадження нового обладнання.

Таблиця 3.3

Витрати на впровадження проєкту

Види витрат	Сума, грн.
1. Вартість усього обладнання	122320
2. ПДВ	24464
3. Витрати на транспортування	5660
4. Витрати на монтаж та випробовування обладнання	10000
Разом	162444

Дані показують, що при переробленні молока, тобто при його пастеризації відходить не менше, як 15%. По об'ємах виробничих потужностей заводу це буде становити 60 т за добу. У результаті впровадження нового обладнання підприємство зможе додатково переробляти 30 т молока на добу.

$$30 \text{ т} * 360 \text{ днів} = 10800 \text{ т за рік}$$

Враховуючи відпускну оптову середню ціну молока даного підприємства у розмірі 20 грн./л у кінці 2020 року, розрахуємо вартість економії втрат молока при переробленні:

$$10800 \text{ т} * 20 = 216000 \text{ грн.}$$

Операційні витрати будуть здійснюватися у межах коштів, що використовувалися у попередніх періодах. Додаткові витрати на обслуговування не передбачаються.

Обчислимо прогнозований економічний ефект від впровадження технологічних змін у ПрАТ “Тернопільський молокозавод”.

$$E_{\text{річ.}} = R - B - K$$

(3.1)

де $E_{\text{річ.}}$ – прогнозований річний економічний ефект;

R – результати від впровадження проєкту за рік;

B – витрати по проєкту;

K – інвестиційні вкладення по проєкту.

$$E_{\text{річ.}} = 216000 - 162444 - 15660 = 37896 \text{ грн.}$$

Визначимо внутрішню рентабельність проєкту по оновленні обладнання (норма прибутку):

$$IRR = \frac{R - B}{B}$$

(3.2)

$$IRR = \frac{216000 - 162444}{216000} = 0,25$$

Визначимо індекс дохідності, що характеризує відношення дисконтованих грошових потоків і величини початкових вкладень:

$$ІДІ = \frac{ЧГП}{ІВ}$$

(3.3)

де ІДІ – індекс дохідності за проєктом;

ЧГП – загальна сума дисконтованого чистого грошового потоку за проектом;

ІВ – загальна теперішня вартість проекту.

$$ІДД = \frac{216000}{162444} = 1,3$$

За розрахунком бачимо, що індекс дохідності більший 1, тобто це означає, що даний проєкт є економічно вигідний.

Далі розраховуємо період окупності проєкту:

$$ПО = \frac{ІВ}{ЧГП}$$

(3.4)

$$ПО = \frac{162444}{216000} = 0,75 \text{ року}$$

Отже, даний проєкт (оновлення обладнання) є ефективним, про що вказують здійснені розрахунки. Також завдяки оновленню обладнання зросте продуктивність праці на підприємстві молочної галузі.

3.2. Обґрунтування пропозиції виготовлення інноваційної продукції

На даний час досліджуване підприємство є досить популярним виробником молокопродукції, відомої не лише у межах Тернопільщини, але й по всій Західній та Центральній Україні. Проте, щоб вийти на ринки Південної України цього замало, тому підприємству слід звернути увагу на вдосконалення асортиментної політики. Це не є простим завданням, адже удосконалення вже існуючої продукції та розширення її асортименту вимагає від заводу додаткових грошових витрат. При розширенні асортименту, що в кінцевому результаті буде впливати на доходи молокопереробного підприємства, потрібно звертати увагу на показники економічної діяльності

підприємства. Важливо зрозуміти, які позиції найбільш рентабельні, яка динаміка продажу по кожній з них, як змінюються ціни. Поєднання цих даних дасть змогу зробити правильні висновки про те, яку саме продукцію краще вдосконалювати чи розширювати асортимент.

Впроваджуючи у виробництво новий вид продукції, а саме – йогурт з арахісовою пастою – можна практично без великих капітальних витрат отримати новий конкурентоспроможний вид молокопродукції. В якості смакової та функціональної добавки до розроблювального йогурту запропоновано використовувати арахісову пасту. Арахіс є природним джерелом важливих для організму вітамінів і мінеральних речовин, а також містить високу кількість рослинного білку. Арахісова паста має високої живильні цінності, а також володіє високим індексом ситості завдяки втримуванию харчових волокон і білку, тому здатний зменшувати почуття голоду.

Арахісова паста – це смачна суміш, що складається з мелених очищених і обсмажених горіхів, рослинної олії, цукру та солі (іноді виготовляють без цукру та солі). Така паста є відносно необробленою їжею. Це всього лише середньо обсмажені арахіси, які подрібнюються доти, поки не перетворяться в арахісове масло. По суті, справжня паста є фактично просто здрібненим арахісом. Однак найчастіше виробники додають у неї цукор й інші небажані інгредієнти. Тому варто ретельно підходити до вибору пасти, якщо є прагнення справді отримати користь для свого організму з цього продукту. Користь і шкідливість арахісової пасти залежать від втримування в ній поліненасичених жирних кислот, таких як лінолева кислота, фолієва кислота і омега 3/6/9, які впливають на обмін речовин в організмі, у тому числі, й на клітинному рівні. Жирні кислоти потрібні для серцево-судинної діяльності: перешкоджають початку атеросклерозу, інтенсифікують кровообіг, мають кардіопротекторну та протиаритмічну дію. Вони також зменшують запальні процеси в організмі, поліпшують тканини. Арахіси містять повноцінний набір вітамінів і мінеральних речовин. А оскільки арахіси проходять тільки холодне оброблення, то й виріб з них максимально зберігає користь і поживність.

Арахісовій пасті високого гатунку притаманна однорідна кремоподібна консистенція, смак якої схожий до обсмажених серцевин горіха. Колір може бути від блідо-коричневого (майже кремового) до відтінку насиченої кави. Це напряду залежить від складу арахісової паста та технології її виготовлення. Слід звернути увагу на те, що на сьогодні на ринку відсутній схожий продукт, що додатково підкреслює оригінальність інновації. Розглянемо доцільність впровадження у виробництво йогурту з арахісовою пастою "Ранковий". Було розглянуто кілька рецептур, що відрізняються співвідношенням частки йогурту та частки арахісової паста:

- йогурт / арахісова паста – 95 / 5;
- йогурт / арахісова паста – 90 / 10;
- йогурт / арахісова паста – 85 / 15;
- йогурт / арахісова паста – 80 / 20;
- йогурт / арахісова паста – 75 / 25;
- йогурт / арахісова паста – 70 / 30.

У ході органолептичного оцінювання пропонованих варіантів рецептур було визначено, що у зразках з вмістом йогурту 90% і 95% відчувався слабо виражений смак арахісової паста, у той час, як при вмісті паста 30% і 25% відчувався надлишковий нудотний смак паста з арахісу. Таким чином, в якості найбільш оптимальної комбінації компонентів обрана рецептура зі співвідношенням компонентів йогурт / арахісова паста – 80 / 20. Зовнішній вигляд даного зразка у процесі дегустації представлено на рис. 3.7.



Рис. 3.7. Зовнішній вигляд йогурту з арахісовою пастою "Ранковий" зі співвідношенням компонентів йогурт / арахісова паста – 80 / 20

Рецептурний склад йогурту “Ранковий” з арахісовою пастою представлено у табл. 3.4.

Організація роботи відбувається з використанням стаціонарно-поточної технології виготовлення продукції.

Таблиця 3.4

Рецептура йогурту “Ранковий” з арахісовою пастою

Найменування сировини, прянощів і матеріалів	Норма видатку сировини несолоного, кг / 100 кг
Молоко нормалізоване пастеризоване, жирністю 2,5%	80,0
Арахісова паста	20,0
Концентрат бактеріальний ліофілізований для ферментованої молочної продукції	0,001

Розрахуємо витрати на виробництво при впровадженні йогурту “Ранковий” з арахісовою пастою, чи буде доцільно молокопереробному підприємству розширювати асортимент продукції. Для цього проведемо розрахунок витрат по калькуляційних статтях собівартості продукції.

Вартість сировини на один стаканчик пропонованого йогурту об’ємом 350 мл становить 6,60 грн. (при ціні на один стаканчик місткістю 350 мл – 30 грн.).

Витрати на електроенергію:

$$V_{\text{ел.}} = P_{\text{ел.}} * C_{\text{к}} \quad (3.5)$$

де $P_{\text{ел.}}$ – потреба дільниці в електроенергії на виготовлення одиниці продукції, кВт;

$C_{\text{к}}$ – вартість 1 кВт електроенергії для дільниці.

$$V_{\text{ел.}} = 0,5 * 2,24 = 1,12 \text{ грн.}$$

Витрати на оплату праці визначимо за формулою:

$$V_{\text{оп.}} = Ч * Т * K_{\text{г}} * K_{\text{д}}$$

(3.6)

де Ч – чисельність працюючих, осіб;

Т – тривалість виконання завдання, год.;

$K_{\text{г}}$ – годинна ставка робітника цеху;

$K_{\text{д}}$ – коефіцієнт доплат ($K_{\text{д}} = 1,4$).

$$V_{\text{оп}} = 1 * 0,3 * 22,3 = 6,69 \text{ грн.}$$

Визначаємо нарахування на заробітну плату:

$$H_{\text{зп}} = P_{\text{ф}} * K_{\text{н}}$$

(3.7)

де $K_{\text{н}}$ – коефіцієнт нарахування на заробітну плату (ЄСВ у розмірі 22%).

$$H_{\text{зп}} = 6,69 * 0,22 = 1,46 \text{ грн.}$$

Експлуатаційні витрати на обладнання приймаємо на рівні 100% від зарплати робітника (8,16 грн.).

Результати витрат на одиницю продукції наведено у табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Витрати на виготовлення одиниці інноваційної продукції

Статті витрат	Витрати, грн.
Сировина і основні матеріали	6,60
Енергія на технологічні цілі	1,12
Зарплата виробничого працівника	6,69
Нарахування на заробітну плату	1,46
Витрати на утримання й експлуатацію обладнання	8,16
Виробнича собівартість	24,03

Далі визначимо економічну ефективність від виробництва йогурту “Ранковий” з арахісовою пастою за формулою (при річних обсягах виробництва $N = 76365$ шт.):

$$E_p = (C - C) * N \quad (3.8)$$

де C – ціна одиниці продукції;

C – виробнича собівартість одиниці продукції;

N – річний обсяг виробництва продукції.

$$E_p = (31 - 24,03) * 76365 = 532264 \text{ грн.}$$

Отже, очікувана економічна ефективність від розширення асортименту, тобто впровадження інноваційного продукту – нового виду йогурту – становить 532264 грн.

3.3. Пропозиції застосування інноваційного управління зменшенням витрат на закупівлю сировини у ПрАТ “Тернопільський молокозавод”

Оскільки молоко є основною базою для виготовлення продукції досліджуваного підприємства, тому доцільно зменшити витрати на його закупівлю. Найвищий показник закупівлі досягається у червні (13-14%), а мінімальний – у січні, коли за місяць надходить лише 4-5% від річної кількості молока. Різниця між мінімальною та максимальною кількістю отриманого молока становить 2,8-3,1 разів. Це свідчить про те, що з вересня по квітень, коли різко зменшуються обсяги заготівель молока, потужності молочної галузі значно недовикористовуються, що негативно впливає на продуктивність праці, фондівіддачу, рівень оплати праці, ефективність молокопродуктового підкомплексу загалом.

Крім цього, при спаді виробництва зростає собівартість продукції, тому що розмір постійних витрат залишається протягом року незмінним.

Тенденції обсягу заготівель молока, як в цілому по Західному регіоні, так і по молокозаводу збігаються, тобто найбільше його заготовляють у травні-серпні, а найменше – у вересні-квітні. Вміст жиру у заготовленому молоці та його оптові ціни змінюються порівняно з обсягом заготівель сировини навпаки, тобто найвищий їх рівень досягається у вересні-квітні, а найнижчий – у травні-серпні. При цьому, якщо за обсягом заготівель молока різниця між найменшим і найбільшим рівнем становлять 2,8-3,1 разів (коефіцієнт сезонності), то за вмістом жиру – відповідно 105,8%, а за цінами – 156,6%. Незначна різниця у заготівельних цінах на молоко протягом року, на наш погляд, збільшує витрати на закупівлю сировини. Крім цього, на практиці заготівельні ціни не враховують вмісту жиру у молоці. Тут закупівельна ціна у більшій мірі залежить не від жирності молока, а від його кількості. Разом з тим, як показали дослідження, вміст жиру у молоці має значний вплив на економічну функціонування молокопідприємства (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Економічна ефективність виготовлення масла залежно від вмісту жиру у молоці на молокозаводі

Показники	Вміст жиру у молоці, %				
	3,0	3,5 середня по регіону	3,6	3,8	4,0
Вихід масла з 1 тонни молока, кг	35,1	41,2	42,1	44,4	46,7
Потреба у молоці для виготовлення 100 тонн масла, тонн	2853	2425	2378	2252	2139
Додаткова потреба у молоці з меншим вмістом жиру, тонн	714	286	239	113	

Так, для виготовлення 100 тонн масла вершкового потрібно переробити 2139 тонн молока з вмістом жиру 4%, або 2853 тони з 3% жиру. У першому випадку вихід масла з 1 тонни молока становить 46,7 кг, у другому – 35,1 кг. При нижчій жирності молока для одержання

запланованої кількості масла потрібно переробляти більший обсяг сировини, що зумовлює збільшення виробничих витрат.

Слід зауважити, що діючі заготівельні ціни на молоко зовсім не враховують вміст білка у ньому. Разом з тим, вміст білка у молоці має значний вплив на ефективність виробництва молокопродуктів. Збільшення вмісту білка у молоці сприяє підвищенню ефективності як його виробництва, так і його перероблення. Це підтверджується розрахунками. Наприклад для виготовлення 100 тонн сиру (український, голландський тощо) потрібно переробити 918 тонн молока з вмістом білка 3,5%, то зменшення останнього до 2% вже потребує 1431 тонн молока (див. табл. 3.7). У першому випадку вихід сиру з 1 тонни становить 121,2 кг, а у другому – 69,3 кг або на 42,8% менше.

Таблиця 3.7

Економічна ефективність виготовлення сиру твердого залежно від вмісту білка у молоці на підприємстві молочної галузі

Показники	Вміст білка у молоці, %				
	2,0	2,3	2,5 середня по області	3,0	3,5
Вихід сиру з 1 тонни молока, кг	69,3	79,7	86,6	103,9	121,2
Потреба у молоці для виготовлення 100 тонн сиру, тонн	1431	1244	1145	954	918
Додаткова потреба у молоці з меншим вмістом білка, тонн	613	426	327	136	-

Як видно з табл. 3.7, для виготовлення 100 тонн сиру потреба у додатковому переробленні молока з найменшим вмістом білку у порівнянні з найбільшим зростає на 613 тонн.

Закупівля молока у ПрАТ “Тернопільський молокозавод” здійснюється відповідно до вимог стандарту. Молоко повинно бути від здорових корів, не збиране, свіже та відповідати вимогам санітарно-ветеринарних правил для молочних ферм України. Для реалізації у

переробну харчову промисловість допускається молоко з кислотністю не вище 21%, бактеріальним вмістом не вище 3 класу, чистотою не нижче 2 групи. Воно повинно також відповідати вимогам ДСТУ за зовнішнім виглядом, консистенцією, смаком, запахом, кольором. Однак діючий ДСТУ 13264-70 має певні недоліки, а тому в Україні прийнятий новий стандарт “Порядок оплати за молоко залежно від гатунку, вмісту жиру та білка відповідно до вимог ДСТУ 3662-2017”.

Пропонуємо обґрунтувати нормативну собівартість 1 тонни молока, яка має: по-перше, бути заснованою на розрахунку базової (нормативної) ціни на базові показники жирності (3,4%); по-друге, стимулювати товаровиробників до зменшення експлуатаційних витрат.

ПРАТ “Тернопільський молокозавод” закуповує в рік до 7200 тонн молока, базова жирність якого є від 3%. Диференціація ціни по вмісту в молоці жиру та білка не проводиться. Існує лише диференціація по періоду закупівлі, тобто ціна 1 тонни молока влітку – 8600 грн., зимою – 9800 грн. за тонну.

Середня річна ціна закупівлі молока становить 9200 грн. за 1 тонну молока. Пропонуємо проводити диференціацію ціни, відповідно до вмісту жиру у молоці. За новим стандартом базовий вміст жиру становить 3,4%. За попередніми підрахунками на підприємство поступає: 50% молока з жирністю 3,4%; 35% молока з жирністю 3,2%; 15% молока з жирністю 3,6%. При цьому співвідношення вартості та базовий рівень вмісту жиру та білку у молоці буде відповідно 55% і 45%. Виходячи з пропорцій, визначимо пряму розцінку за 1% вмісту абсолютного жиру. Вона становитиме 1488 грн. ($9200 \times 0,55 / 3,4$). Отже, якщо за рік поступає 7200 тонн молока, то з жирністю 3,4% – 3600 тонн; з жирністю 3,2% – 2520 тонн; з жирністю 3,6% – 1080 тонн.

Тобто по ціні 9200 грн. за тонну повинні закупляти лише 3600 тонн, решту молока закупляти із знижками за недостатню жирність. За 2520 тонн молока розцінка буде меншою від базової ціни 9200 грн. За 1 тонну потрібно відняти знижки за недостатню жирність у розмірі 1488 грн.

Витрати на закупівлю молока жирністю 3,2% розраховуємо за наступною формулою:

$$Вз1 = К - (Цб - З), \quad (3.9)$$

де Вз1 – витрати на закупівлю молока жирністю 3,2%;

К – кількість молока;

Цб – ціна молока базова;

З – знижки за жирність.

Витрати на закупівлю 2520 тонн молока жирністю 3,2% зі знижкою становитиме:

$$Вз1 = 2520 \times (9200 - 1488) = 19434,24 \text{ тис. грн.}$$

Витрати на закупівлю 1080 тонн молока жирністю 3,6% з надбавкою становитимуть:

$$Вз2 = К \times (Цб + Н), \quad (3.10)$$

де Вз2 – витрати на закупівлю молока жирністю 3,6%;

Н – надбавка за жирність.

$$Вз2 = 1080 \times (9200 + 1488) = 11543,04 \text{ тис. грн.}$$

Витрати на закупівлю 3600 тонн молока з базовою жирністю становитимуть:

$$Вз3 = К \times Цб \quad (3.11)$$

$$Вз3 = 3600 \times 9200 = 33120 \text{ тис. грн.}$$

Отже, загальні витрати (Взаг) на закупівлю 7200 тонн молока при рекомендованому порядку оплати відповідно до умов дотримання діючого стандарту становитимуть:

$$V_{заг} = V_{з1} + V_{з2} + V_{з3} \quad (3.12)$$

$$V_{заг} = 19434,24 + 11543,04 + 33120 = 64097,28 \text{ тис. грн.}$$

Витрати на закупівлю молока по старих стандартах ($V_{зс}$) становлять:

$$V_{зс} = K \times Цб \quad (3.13)$$

$$V_{зс} = 7200 \times 9200 = 66240 \text{ тис. грн.}$$

Отже, економія витрат на закупівлю молока з врахуванням відсотка жирності становитиме:

$$E = V_{зс} - V_{з} \quad (3.14)$$

$$E = 66240 - 64097,28 = 2142,72 \text{ тис. грн.}$$

За попередніми дослідженнями виявили, що молоко, яке поступає на підприємство, не містить базової норми білку (3%), тому застосувати знижки не доцільно. Також на підприємстві потрібно ширше використовувати вторинну продукцію. Особливу цінність має сироватка, яка з успіхом може використовуватися у харчовій промисловості та безпосередньо у харчуванні населення. Вона містить цінні легкозасвоювані білки, мікроелементи, вітаміни тощо. У розвинутих країнах сироватку після відповідної обробки у непрозорих пакетах продають для харчування населенню.

РОЗДІЛ 4

ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА В НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ

4.1. Охорона праці

Згідно з Законом України “Про охорону праці” на підприємстві незалежно від форми власності та виду діяльності має бути створена система управління охороною праці для організації виконання правових, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних, соціально-економічних і лікувально-профілактичних заходів, спрямованих на запобігання нещасним випадкам, професійним захворюванням і аваріям у процесі праці.

Система управління охороною праці (СУОП) – це сукупність органів управління підприємством, які на підставі комплексу нормативної документації проводять цілеспрямовану, планомірну діяльність щодо здійснення завдань і функцій управління з метою забезпечення здорових, безпечних і високопродуктивних умов праці. Створення СУОП здійснюється шляхом послідовного визначення мети і об’єкта управління, завдань і заходів щодо охорони праці, функцій і методів управління, побудови організаційної структури управління, складання нормативно-методичної документації.

Відділ охорони праці ПрАТ “Тернопільський молокозавод” створено відповідно до Закону України “Про охорону праці” з метою організації та виконання ряду правових, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних, соціально-економічних і лікувально-профілактичних заходів, спрямованих на запобігання нещасних випадків, професійних захворювань та аварій в процесі праці. На підприємстві створений спеціальний кабінет з охорони праці, який забезпечений нормативно-технічною документацією, інструкціями, стандартами, підручниками, методичними вказівками з охорони праці, наочними посібниками, демонстраційними матеріалами. При запровадженні інструктажу роблять запис у спеціальному журналі реєстру інструктажів з питань

охорони праці, а також у документі про прийом працівника на роботу. Інструктаж проводиться з одним або групою робітників у кабінеті охорони праці або в спеціально обладнаному приміщенні з використанням сучасних технічних засобів навчання, наочних посібників. Первинний, повторний, позаплановий та цільовий інструктаж проводить безпосередньо керівник структурного підрозділу. Усі інструктажі реєструються в спеціальних журналах і вони повинні бути пронумеровані та завірені печаткою. Керівник структурного підрозділу зобов'язаний видати працівнику примірник інструкції з охорони праці за його професією або вивісити її на робочому місці.

Усі працівники молокопереробного підприємства згідно із законом підлягають загальнообов'язковому державному соціальному страхуванню від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності. Відповідно до пункту 1.4 Типового положення “Про службу охорони праці”, СОП створюється на підприємствах з кількістю працюючих 50 і більше осіб. На підприємстві працює від 51 до 500 чоловік, отже, штат служби охорони праці складає один чоловік з інженерно-технічною освітою. Витрати, пов'язані з охороною праці, можна поділити на доцільні, частково доцільні і недоцільні. Фінансування охорони праці у ПрАТ “Тернопільський молокозавод”, згідно до ст. 19 Закону України “Про охорону праці”, не здійснюється керівником підприємства.

Для того, щоб об'єктивно проаналізувати відповідність умов праці діючим нормативно-правовим актам, необхідно здійснити санітарно-гігієнічну характеристику умов праці відділу бухгалтерії, атестацію робочого місця за показниками шкідливості та небезпечності факторів виробничого середовища, важкості та напруженості трудового процесу. Дотримання санітарно-гігієнічних норм робочого місця в офісі є дуже важливим, як для співробітників, що працюють на такому робочому місці, так і для посадових осіб, на яких покладено відповідальність за охорону праці. Чинним законодавством України встановлено нагляд і контроль за дотриманням вимог законодавства, що регулює санітарно-гігієнічні норми робочого місця, а також відповідальність за його порушення.

Об'єктом дослідження є приміщення економічного відділу ТОВ “Медобори”, яке розташоване на першому поверсі адміністративної будівлі. Поблизу не має виробничого приміщення з підвищеним рівнем вібрації, шуму. Поблизу знаходиться залізнична колія, але на сьогодні по ній не здійснюються перевезення пасажирів чи товарів. Поблизу немає високих дерев, які закривали б небосхил, зменшуючи природну освітленість. Загальна площа приміщення 34 м^2 , висота – 3 м, приміщення має 4 вікна. Кількість працюючих у приміщенні – 5 осіб. Отже, на одного працюючого в приміщенні припадає: $34/5 = 6,8$ ($\text{м}^2/\text{чол.}$) робочої площі. Можна зробити висновок, що нормативи розмірів та забезпечення працюючих робочою площею дотримано, оскільки норматив складає 6 ($\text{м}^2/\text{чол.}$), якщо використовуються комп'ютери. Система опалення, вентиляції та світла штучна. За безпекою ураження електричним струмом управлінське приміщення належить до приміщень без підвищеної небезпеки ураження електричним струмом працюючих. Щодо технологічної оснащеності робочого місця, то воно відповідає вимогам нормативно-правових актів, що регулюють питання охорони праці під час користування офісною технікою. Робочі місця розташовані на відстані 1 м від стіни та вікна, а прохід між рядами робочих місць – 1 м. Кожного дня проводиться вологе прибирання. У приміщенні знаходиться дві медичні аптечки першої допомоги. Приміщення обладнане витяжною вентиляцією. Батареї опалення, водопровідні труби захищені діелектричними щитками від випадкового дотику. На підприємстві штучне освітлення, яке обладнане системою загального рівномірного освітлення. Застосовують лампи накаливання, потужністю 100 Вт, кількість ламп у світильнику – 2 шт. Світильники розташовані з одного боку від екрана монітору. Мінімальна освітлюваність лампи розжарювання за нормами $E_{\text{min}}=100\text{лк}$.

4.2. Безпека в надзвичайних ситуаціях

Розглянемо застосування алгоритму класифікації надзвичайних ситуацій та порядку реагування на них суб'єктами господарювання. Надзвичайною ситуацією (НС) називається порушення нормальних умов

життя людей на об'єкті або території, які викликані аварією, катастрофою, стихійним лихом, епідемією, епіфітотією, епізоотією, великими пожежами, застосуванням засобів ураження, що призвели або можуть призвести до людських втрат і матеріальних збитків. Надзвичайна ситуація є наслідком сукупності виняткових обставин, що склалися у відповідній зоні в результаті надзвичайної події техногенного, природного, антропогенного та воєнного характеру, а також під впливом можливих надзвичайних умов. Таким чином, надзвичайна ситуація є наслідком надзвичайної події і можливих надзвичайних умов. Надзвичайна подія – зональна (об'єктова, місцева, регіональна або загальнодержавна) подія техногенного, природного, антропогенного та воєнного характеру, яка полягає в різкому відхиленні від норм процесів та явищ, що відбуваються, і має значний негативний вплив на життєдіяльність людини, функціонування економіки, соціальну сферу і природне середовище. Надзвичайні умови – характерні риси загальної обстановки, що склалася у відповідній зоні (на об'єкті, у регіоні тощо) у результаті надзвичайної події й інших одночасно діючих посилюючих та стабілізуючих факторів, у тому числі місцевих особливостей.

Надзвичайні ситуації у своєму розвитку проходять п'ять, умовних етапних фаз:

- перша – нагромадження відхилень від нормального стану або процесу;
- друга – ініціювання надзвичайної події (аварії чи стихійного лиха);
- третя – процес надзвичайної події, під час якого відбуває ся вплив на людей, об'єкти і природне середовище. Практично ця фаза є наслідком і розвитком другої;
- четверта – дії вторинних вражаючих факторів під впливом можливих надзвичайних умов;
- п'ята – ліквідація наслідків надзвичайної ситуації. П'ята фаза може за часом починатися ще до завершення третьої фази та поєднуватися з четвертою.

Однією із важливих властивостей НС є несподіваність та раптовість. Але це лише форма їх реалізації, проявлення. По суті вони виникають як

закономірний результат дії багатьох факторів, що утворюють причинно-наслідковий ланцюг подій, які призводять до екстремальних ситуацій. НС не можна сприймати як одномоментний акт – катастрофу, а треба розглядати в динаміці, як процес, в якому одні події є наслідком інших. Звідси випливає, що суспільство не повинно дотримуватись пасивної очікувальної стратегії, концентрувати сили і засоби виключно на захист населення безпосередньо в умовах екстремальних ситуацій і ліквідації їх наслідків. Треба максимум зусиль направляти на зменшення ризику виникнення НС. Великі аварії і катастрофи на об'єктах можуть виникнути внаслідок стихійного лиха, а також порушень технології виробництва, правил експлуатації різних машин, обладнання і встановлених норм безпеки.

Під аварією слід розуміти раптову зупинку роботи або порушення процесу виробництва на промисловому підприємстві, транспорті, інших об'єктах, що призводять до пошкодження або знищення матеріальних цінностей. Під катастрофою розуміють раптову біду, подію, яка обумовлює трагічні наслідки. Найбільш небезпечними є вибухи і пожежі. Аварії і катастрофи на підприємствах нафтохімічної та газової промисловості приводять до загазованість атмосфери, розтікання нафтопродуктів, агресивних рідин і сильнодіючих отруйних речовин. Аварії і катастрофи можуть відбуватися на залізничному, повітряному, водному і автомобільному транспорті, а також в будівництві і при виконанні монтажних робіт.

Постановою Кабінету Міністрів України від 15 липня 1998 р. №1099 “Про порядок класифікації надзвичайних ситуацій” встановлені загальні ознаки надзвичайних ситуацій та їх розподіл відповідно до проходження аварійних подій. Відповідно до причин походження подій, що можуть зумовити виникнення надзвичайних ситуацій на території України розрізняються:

- надзвичайні ситуації техногенного характеру – транспортні аварії (катастрофи), пожежі, неспровоковані вибухи чи їх загроза, аварії з викидами (загрозою викиду) небезпечних хімічних, радіоактивних, біологічних речовин, раптове руйнування споруд та будівель, аварії на інженерних мережах і спорудах життєзабезпечення, гідродинамічні аварії на греблях, на дамбах;

- надзвичайні ситуації природного характеру – небезпечні геологічні, метеорологічні, гідрологічні, морські та прісноводні явища, деградація ґрунтів чи надр, природні пожежі, зміни стану повітряного басейну, інфекційна захворюваність людей, сільськогосподарських тварин, масове ураження сільськогосподарських рослин хворобами та шкідниками, зміна стану водних ресурсів та біосфери тощо;

- надзвичайні ситуації соціально-політичного характеру, пов'язані з протиправними діями терористичного і антиконституційного характеру: здійснення реальних загроз терористичного акту, збройний напад, захоплення і затримання важливих об'єктів ядерних установок і матеріалів, систем зв'язку і та телекомунікацій, напад чи замах на екіпаж повітряного або морського судна, викрадення чи спроба викрадення або знищення суден, захоплення заручників, встановлення вибухових пристроїв у громадських місцях, викрадення або захоплення зброї, виявлення застарілих боєприпасів тощо;

- надзвичайні ситуації воєнного характеру, пов'язані з наслідками застосування зброї масового ураження або звичайних засобів ураження, під час яких виникають вторинні фактори ураження населення внаслідок зруйнування атомних і гідроелектричних станцій, складів і сховищ радіоактивних і токсичних відходів, нафтопродуктів, вибухівок тощо.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Результати дослідження показали наявність великої кількості підходів до визначення поняття “інновація”. Загалом, усі трактування розглядаються з трьох позицій: у динамічному аспекті – інновація як процес; у статичному аспекті – інновація як результат; інновація як зміна. Визначені основні властивості, що визначають інновацію, до числа яких науково-технічна новизна, корисність, ризикованість, ефективність. Запропонований новий вартісний підхід до визначення інновації, у межах якого інновація – це кінцевий результат інтелектуальної діяльності, що пройшов шлях від ідеї до впровадження на ринок, виражений у вигляді споживчої якості (якісна сторона), тобто який несе корисність своєму кінцевому споживачу, та мінової вартості (кількісна сторона), що й приносить ефекти з урахуванням можливостей ризику при реалізації.

Розглянуті різні авторські підходи до визначення інноваційного розвитку, що дозволило запропонувати найбільш кращий варіант трактування даного поняття, що розглядає інноваційний розвиток з позиції системного підходу. Виділені основні проблеми інноваційного розвитку харчової промисловості нашої країни: несприйнятливність до нововведень; придбання ноу-хау за кордоном, що робить вітчизняну промисловість не самодостатньою; низька конкурентоспроможність вітчизняних розроблень на світовому ринку; національні промислові підприємства практично не захищені від тиску великих компаній, у зв'язку із чим багато підприємств не прагнуть йти на ризик і виділяти значні суми коштів на технологічні розроблення.

Розглянута структура й елементи інноваційного середовища, що впливає на інноваційну діяльність підприємств харчової промисловості які сприяють генерації нових ідей і їх комерціалізації. Вивчені різні підходи закордонних і вітчизняних учених щодо розуміння інноваційного середовища, що дозволило запропонувати інтерпретацію даного поняття, до

якого зводяться практично всі існуючі визначення. Загалом, згідно із запропонованим трактуванням, інноваційне середовище є сукупністю факторів і умов, що впливають на здійснювану підприємствами інноваційну діяльність. Виявлені необхідні умови формування та підтримки інноваційного середовища харчових підприємств, у числі яких велика увага приділяється регулюванню інноваційних процесів за умови державної участі.

Проаналізовано організаційну структуру управління ПрАТ “Тернопільський молокозавод”. Проаналізовано основні фінансові показники діяльності підприємства. Більшість досліджуваних показників свідчать про покращення результатів діяльності упродовж останніх років. Сильними сторонами є наступні: висока якість продукції, хороша репутація підприємства у покупців, висока кваліфікація кадрів, використання сучасних виробничих процесів. До слабких сторін відносяться наступні: недостатньо високий рівень мотивації праці, високий ступінь зношування основних фондів, недостатньо активна маркетингова політика тощо. Молокозавод належить до матеріаломісткого типу виробництва. сфокусувало свою діяльність на стратегії розвитку на основі конкуренції на сегменті, тому що на сьогоднішній день підприємство ще достатньо не розширило свою діяльність, щоб забезпечити низькі галузеві витрати виробництва.

У процесі дослідження дано загальну характеристику молокопереробного підприємства, яке займається виготовленням широкого асортименту молокопродукції, яка відзначається хорошою якістю і відповідає всім вимогам санітарії та гігієни. Однак не до кінця продумана стратегія гальмує розвиток підприємства, через що собівартість продукції є високою і це не дозволяє йому отримати відповідний прибуток.

Проаналізувавши виробничо-господарську та фінансову діяльність досліджуваного підприємства бачимо, що фінансове його становище є доволі стабільним. За аналізований період 2017-2019 рр. зросла загальна вартість його майна (на 9,5%), зросли показники: чистого доходу від реалізації (на 19,6%) та валового й операційного прибутку, однак за 2019 р. зменшилась величина чистого прибутку на 1706 тис. грн.(11,5%).

Одним з негативних моментів у діяльності ПрАТ “Тернопільський молокозавод” є підвищення собівартості продукції у звітному періоді у порівнянні з базовим з 395975 тис. грн. до 467533 тис. грн., що склало 71558 тис. грн. (або 18,1%). Загалом, проаналізувавши фінансовий стан підприємства за 2017-2019 рр. слід зазначити, що ПрАТ “Тернопільський молокозавод” має доволі високу платоспроможність та ліквідність, є прибутковим і фінансово стійким підприємством на ринку переробки молокопродукції. Позитивно також характеризуються й показники ефективності використання його основного капіталу.

Проведені дослідження також показали, що основним ринком збуту продукції, що виробляє підприємство є торгівельні підприємства, оптові бази по всій Україні, але найбільше концентрується увага на споживача в межах Тернопільської області. Збут продукції відбувається на договірній основі з конкретним клієнтом.

Досліджуване підприємство має потенційні можливості розробки та виготовлення нових асортиментних позицій та видів товару. Зокрема, введення нових харчових інгредієнтів, що дає можливість необмежено здійснювати інновацію продукції, диференціація упаковки, а також виробництво нових видів молочної продукції, таких, наприклад, як смузі, вершки чи навіть морозиво.

Докорінно покращити на ПрАТ “Тернопільський молокозавод” роботу зі створення нових видів продукції може дозволити діяльність за суміжними виробництву представленими видами продукції напрямками господарювання у межах молочної галузі. Зокрема, близькими та високорентабельними видами діяльності є переробка тваринного масла, виробництво плавлених сирів, збільшення видів виробництва цільномолочної продукції, виготовлення казеїну. Виробництво та реалізація таких харчових продуктів під торговою маркою ПрАТ “Тернопільський молокозавод” значно поповнить номенклатуру товару та дозволить здійснювати безперервний інноваційний процес.

Нами проведено оцінювання технічного обладнання молокопереробного підприємства. Детально ознайомилися із характеристикою обладнання, яке потрібно оновити для більш ефективної роботи. Технічне оснащення відіграє значну роль у роботі молокозаводу, адже новітнє та якісне обладнання не тільки підвищує продуктивність праці робітників, а й забезпечує стабільну роботу усього підприємства. За рахунок підвищення рівня продуктивності праці можна також збільшувати та розширювати виробництво, вдосконалювати та підвищувати якість виробничих процесів.

Ми розглянули, яким чином можна підвищити інноваційну активність за рахунок розширення асортименту продукції – виготовлення йогурту “Ранковий” з арахісовою добавкою. Проаналізували виконання плану за структурою продукції та дали оцінку впливу факторів на зміну обсягу продукції. Результати свідчать про збільшення обсягу випуску продукції, що може вказувати лише на ефективну діяльність заводу. Оскільки відбулося збільшення обсягів випуску продукції, що є позитивним результатом, то можна розширити асортимент продукції. За рахунок цього збільшиться дохід досліджуваного підприємства, підвищиться продуктивність праці, з’явиться можливість розширити ринок збуту, це повинно бути стимулом для зменшення загальновиробничих витрат, економного використання усіх ресурсів, покращення якості продукції, бути гідним конкурентом на ринку.

За попередніми дослідженнями виявили, що молоко, яке поступає на підприємство, не містить базової норми білку (3%), тому застосувати знижки не доцільно. Також на підприємстві потрібно ширше використовувати вторинну продукцію. Особливу цінність має сироватка, яка з успіхом може використовуватися у харчовій промисловості та безпосередньо у харчуванні населення. Вона містить цінні легкозасвоювані білки, мікроелементи, вітаміни тощо. У розвинутих країнах сироватку після відповідної обробки у непрозорих пакетах продають для харчування населенню.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Закон України “Про безпечність та якість харчових продуктів” від 23 грудня 1997 р. № 771/97-ВР // Відомості Верховної Ради України, 1998. – № 19. – Ст. 98.
2. Закон України “Про власність” // Відомості Верховної Ради (ВВР), 1991, № 20, ст. 249.
3. Закон України “Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців” // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2003, № 31-32, ст. 263.
4. Закон України “Про конкуренцію” // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – №36. – с. 167.
5. Закон України “Про інноваційну діяльність” // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2002. – № 36. – Ст. 266 (поточна редакція від 05.12.2012).
6. Закон України “Про підприємництво” // Відомості Верховної Ради (ВВР), 1991, N 14, ст.168 (втратив чинність, окрім ст. 4).
7. Закон України “Про підприємства” // Відомості Верховної Ради (ВВР), 1991, N 24, ст. 272.
8. Закон України “Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності” // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2004, N 9, ст. 79.
9. Акімова Т. А. Екологія: підруч. / Т. А Акімова, В. В. Хаськін – М.: 2006 .– 205 с.
10. Андрушків Б. М., Малюта Л.Я., Нагорняк Г.С. та ін. Інноваційна політика: навч. посіб. Тернопіль: Термограф, 2012. – 481 с.
11. Андрушків Б.М., Харів П.С., Кирич Н.Б. Економіка підприємства: посіб. з самост. вивч. курсу. Тернопіль: ТІСІТ, 2007. 312 с.
12. Андрушків Б.М., Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: методичні положення та приклади, механізми. Вид. 2-ге, перероб. і доп. Тернопіль: Лілея, 1997. 292 с.
13. Андрушків Б.М., Мельник Л.М., Малюта Л.Я. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства: навч.-метод. посіб. Тернопіль: ТНТУ, 2010. 271 с.

14. Бандурка О.М., Червяков І.М., Посилкіна О.В. Фінансово-економічний аналіз. Харків, 2012. 300 с.
15. Баранцева С. Стратегічне управління прибутком як регулятор діяльності підприємств. Торгівля і ринок України, 2008. Вип. 14, т. 2. С. 81-86.
16. Білик М. Д. Управління фінансами державних підприємств. К.: Знання, 2008. 340 с.
17. Білоус Т. М. Мале підприємство в Україні.: сучасний стан та проблеми розвитку. Регіональна економіка, 2007. № 3. С. 54-61.
18. Бланк И. А. Стратегия и тактика управления финансами. К.: МП “ИТЕМ ЛТД”, 2009. 240 с.
19. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов. Пер. с англ.. М.: ЗАО “Олимп-Бизнес”, 2007. 310 с.
20. Брігхем Є.Ф. Основи фінансового менеджменту. Пер. з англ. К.: Молодь, 2007. 280 с.
21. Бровкова Е.Г., Прудивус Е.Г., Бровкова И.П. Финансово-кредитная система государства. К.: Знання, 2007. 190 с.
22. Бутинець Ф.Ф., Романчик К.В. Основи бізнесу: навч. посіб. Вид. 2-ге, доповн. і перероб. Житомир: ПП “Рута”, 2008. 364 с.
23. Быкадоров В.Л., Быкадоров В.Л., Алексеев П.Д. Финансово-экономическое состояние предприятия. М.: Приор, 2008. 220 с.
24. Будаєва О.В. Фінансове обґрунтування маркетингових програм за допомогою технологій інвестиційного проектування. Фінанси України. – 2007. Вип. № 8. С. 50-53.
25. Бухало С. М. Организация планирования и управления деятельностью промышленного предприятия. К.: Высшая школа, 2008. – 450 с.
26. Бутко М., Мурашко М. Організаційні заходи сприяння малому бізнесу. Економіка України. 2008. № 7. С. 20-25.
27. Быкова Е.В., Стоянова Е.С. Финансовое искусство коммерции. М.: Перспектива, 2007. 190 с.
28. Василик О. Д. Теорія фінансів: підруч. К.: Ніос, 2008. 230 с.
29. Волков О.І., Денисенко М.П., Волков О.І. Економіка та організація інноваційної діяльності: підруч. Вид. 3-є. К.: Центр навчальної літератури, 2007. 662 с.

30. Ганущак-Єфіменко Л.М. Бізнес-модель управління інноваційно активними підприємствами на ринку. Актуальні проблеми економіки, 2010. Вип. №7(109). С. 81–93.
31. Геєць В. М. Нестабільність та економічне зростання. К.: Ін-т екон. прогноз., 2008. 340 с.
32. Герасимчук В. Г. Розвиток підприємництва: діагностика, стратегія, ефективність. К.: Вища школа, 2008. 280 с.
33. Глазьев С. Стабилизация и экономический рост. Вопросы экономики, 2008. Вып. № 1. С. 90-103.
34. Гончаров В.В. В поисках совершенства управления. М.: Экономика, 2009. 190 с.
35. Гуданов Т. О. Державні фінанси: теорія і практика перехідного періоду в Центральній Європі; пер. з англ. К.: Основи, 2008. 140 с.
- 36. Дзюбіна А. В. Розкриття змісту поняття “інноваційний потенціал” та визначення його складових / А. В. Дзюбіна // Вісник НУ “Львівська політехніка”. – 2012. – № 628: Проблеми економіки та управління. – С. 72-77.**
37. Житна І.П., Нескреба А.М. Економічний аналіз господарської діяльності підприємств: навч. посіб.; пер. з рос. К: Вища школа, 2008. 360 с.
38. Ізмаїлова К. В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. К.: МАУП, 2008. 180 с.
39. Ілляшенко С.М., Біловодська О.А. Управління інноваційним розвитком промислових підприємств: монограф. Суми: Університетська книга, 2010. 281 с.
40. Завгородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С. Фінансовий аналіз. К.: Знання, 2008. 250 с.
41. Йохна М.А., Стадник В.В. Економіка і організація інноваційної діяльності: навч. посіб. К: Видавничий центр “Академія”, 2011. 400 с.
41. Касьяненко В.О. Зарубіжний досвід управління інноваційним потенціалом економіки та можливості його використання в Україні. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2011. №4. Т. II. С. 200-204.

43. Коваль А.А. Особливості формування організаційно-економічного механізму управління інноваційною діяльністю підприємства. Вісник КНУТД. 2011. Вип. №2. С. 40–47.

44. Коваленко О.В., Шуть Я.І. Управління інноваційною діяльністю промислового підприємства в умовах кризи. Вісник Запорізького національного університету. 2011. Вип. №4. С. 28–35.

45. Козловський В. О. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. Вінниця: ВНТУ, 2011. 210 с.

46. Колінко Н.О. Управління інноваційною діяльністю як основа якісних зрушень. Вісник Національного університету "Львівська політехніка", 2011. Серія №704 "Менеджмент". С. 10–17.

47. Колінко Н.О. Структурно-логістична схема управління інноваційною діяльністю. Вісник НУ "Львівська політехніка", 2012. Серія №727 "Менеджмент". С. 329–340.

48. Кравченко М. О. Кадрова складова інноваційного потенціалу промислових підприємств. Маркетинг в Україні. НТУУ "КПІ", 2011. Вип. №1 (7). С. 36-39.

49. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2003. 504 с.

50. Купчак Б.Ф. Напрями активізації інноваційних процесів у сфері малого підприємництва. Науковий вісник НЛТУ України, 2014. Вип. 10. С. 239-244.

51. Лебедєва І.Б., Касянова Л.П., Новак О.В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. Алчевськ: ДГМГ, 2010. 205 с.

52. Лепейко Т.І., Коюда В.О., Лукашов С.В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. Х.: ВД "ІНЖЕК", 2009. 440 с.

53. Микитюк П. П. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. Тернопіль: Економічна думка, 2006. 295 с.

54. Микитюк П.П., Сенів Б.Г. Інноваційна діяльність: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2009. 320 с.

55. Михайлова Л.І., Турчіна С.Г. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2011. 248 с.
56. Мірошник Р.О., Меренюк Л.В. Проблеми використання та оцінки інноваційного потенціалу підприємств. Вісник НУ "Львівська політехніка". 2012. Вип. № 611 "Проблеми економіки та управління". С. 191-197.
57. Павленко І.А., Гончарова Н.П., Швиданенко Г.О. Економіка та організація інноваційної діяльності: [навч.-метод. посіб.]. К.: КНЕУ, 2009. 150 с.
58. Попович П. Я. Економічний аналіз діяльності підприємств: підруч. Тернопіль: Економічна думка, 2007. 230 с.
59. Рачинська Г.В., Лісовська Л.С. Визначення та оцінювання інноваційної привабливості підприємств. Вісник НУ "Львівська політехніка", 2010. Вип. № 628 "Проблеми економіки та управління". С. 272-276.
60. Самсонов Н.Ф., Баранникова Н.П., Володин А.А. Финансовый менеджмент. М.: Финансы: ЮНИТИ, 2009. 175 с.
61. Смирнов В. М. Проблеми переходу української економіки на інноваційний шлях розвитку. Прометей., 2011. Вип. № 1 (22). С. 253-256.
62. Стадник В.В., Йохна М.А. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства. Хмельницький: ХНУ, 2010. 320 с.
63. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства: навч. посіб., за заг. ред. О. М. Ястремської, Г. В. Верещагіної. Х.: ВД "ІНЖЕК", 2012. 340 с.