

Український державний університет залізничного транспорту
Кафедра економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом

ІННОВАЦІЙНІ ВПРОВАДЖЕННЯ ЯК ОСНОВНИЙ ШЛЯХ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Пояснювальна записка і
розрахунки до кваліфікаційної роботи

МРЕ.192.01.06 ПЗ

Розробив: студент 2 курсу, групи 218-ЕП-Д22
спеціальності 051 «Економіка»
(роботу виконано самостійно, відповідно до
принципів академічної доброчесності)

_____ Іван ЛІПЕЙКО
(підпис)

Керівник: доцент, к-т екон. наук
Ірина ВОЛОВЕЛЬСЬКА

Рецензент: доцент, канд. екон. наук
Олена СЕМЕНЦОВА

Український державний університет залізничного транспорту

Факультет економічний

Кафедра економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом

Рівень вищої освіти: магістр

Спеціальність: 051 «Економіка»

Освітня програма: «Економіка підприємства»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри,
професор, д-р екон. наук

_____ Володимир ДИКАНЬ

«____» _____ 2024 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Ліпейку Івану Сергійовичу

1 Тема «Інноваційні впровадження як основний шлях забезпечення конкурентоспроможності підприємства»

керівник Волонельська Ірина Валеріївна, канд. екон. наук, доцент

затверджені розпорядженням по економічному факультету

від «23» жовтня 2023 року № 30/23

2 Строк подання студентом закінченої роботи «02» січня 2024 року

3 Вихідні дані: Баланс (форма № 1) ТОВ «ЕЛІТ»

Звіт про фінансові результати (форма № 2)) ТОВ «ЕЛІТ»

т про наявність та рух основних засобів) ТОВ «ЕЛІТ»

т про рух грошових коштів ТОВ «ЕЛІТ»

уково-методична література

атистична інформація

Періодичні видання

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

1 Сучасні інновації як основа конкурентоспроможності підприємств.

2 Аналіз господарської діяльності ТОВ «ЕЛІТ»

3 Економічне обґрунтування необхідності впроваджень

5 Перелік графічного матеріалу

1 Актуальність новизна та практичне значення кваліфікаційної роботи

2 Класифікація інновацій

3 Стратегія досягнення конкурентоспроможності

4 Аналіз основних показників роботи підприємства

5 Характеристика конкурентних сил, що діють на ринку ремонтно-будівельних послуг

6 Аналіз стану характеристик конкурентоспроможності на ринку ремонтно-будівельних послуг

7 Структура попиту будівельного ринку

8 Структура ремонтів по витратам

9 Структура найбільш популярних ремонтних робіт

10 Структура виконуваних робіт, для яких потрібні дизайнерські рисунки та креслення

11 Розрахунок за допомогою дерева рішень

6 Консультанти окремих розділів

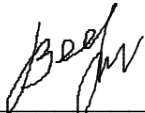
Розділ	Прізвище, ініціали, посада та науковий ступінь консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7 Дата видачі завдання «02» жовтня 2023 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Назва етапів	Строк виконання етапів	Примітка
1 Сучасні інновації як основа конкурентоспроможності підприємств	23.10.2023	викон.
2 Аналіз господарської діяльності ТОВ «ЕЛІТ»	02.11.2023	викон.
3 Економічне обґрунтування необхідності впроваджень	14.11.2023	викон.
Висновки	11.12.2023	викон.
Графічна частина	25.12.2023	викон.

Студент _____ Іван ЛІПЕЙКО

Керівник  Ірина ВОЛОВЕЛЬСЬКА

Зміст

Вступ	5
1 Сучасні інновації як основа конкурентоспроможності підприємств	9
1.1 Сутність інновацій та інноваційних процесів	9
1.2 Конкурентоспроможність: сутність та методи досягнення	35
Висновок до розділу 1	41
2 Комплексний аналіз господарської діяльності товариства з обмеженою відповідальністю «Еліт»	45
2.1 Характеристика підприємства та виконуваних послуг	45
2.2 Аналіз основних фондів підприємства	52
2.3 Аналіз використання трудових ресурсів підприємства	56
2.4 Аналіз операційних витрат та собівартості продукції	61
2.5 Аналіз фінансових результатів підприємства	67
Висновки до розділу 2	71
3 Економічне обґрунтування необхідності впроваджень	74
3.1 Аналіз ринку ремонтно-будівельних робіт	74
3.2 Економічне обґрунтування необхідності запропонованих змін	77
Висновки до 3 розділу	92
Висновки	94
Список використаних джерел	98

					МРЕ.192.01.06 ПЗ			
Зм..	Арк.	№ докум.	Підпис	Дат	Інноваційні впровадження як основний шлях забезпечення конкурентоспроможності підприємства	Літ.	Аркуш	Аркушів
Розробив	Ліпейко						4	105
Перевірів	Воловеська							
Реценз.	Семенцова							
Н. Контр.	Назаренко			13.01.24				
Утверд.	Дикань					УкрДУЗТ		
								4

Вступ

Актуальність дослідження. Проблема якості та конкурентоспроможності продукції носить в сучасному світі універсальний характер. Від того, наскільки успішно вона вирішується, залежить багато що в економічному і соціальному житті будь-якої країни, практично будь-якого споживача.

Конкурентоспроможність - концентроване вираження всієї сукупності можливостей будь-якого виробника створювати, випускати і збувати товари і послуги. Фактор конкуренції носить примусовий характер, примушуючи виробника під загрозою витіснення з ринку невпинно займатися системою якості у цілому конкурентоспроможністю своїх товарів, а ринок об'єктивно і строго оцінює результати їх діяльності. В умовах розвинутого конкурентного ринку маркетинг стає ефективним засобом вирішення проблеми якості та конкурентоспроможності товарів і послуг, відчуючи, у свою чергу, їх зворотний вплив, який розширює або знижує його можливість.

Конкурентоспроможність товару - вирішальний фактор комерційного успіху на розвинутому конкурентному ринку. Це багатоаспектне поняття, що означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки по своїм якісним, технічним, економічним, естетичним характеристиками, але і по комерційних і інших умов його реалізації.

Компанія може будувати своє управління виходячи з різних концепцій - фінансової, прораховуючи найбільш оптимальні сфери витрат та інвестицій; конкурентної, витісняючи будь-якими способами конкурента з ринку; товарної, поліпшуючи якісні показники своєї продукції, та інших. Проте в даний час найбільший ефект дає концепція, орієнтована на з'ясування і задоволення додаткових запитів споживачів певного цільового ринку.

Таким чином, не в кого не викликає сумнівів у необхідності створення конкурентоспроможної продукції на кожному підприємстві, що є підтвердженням

					МРЕ.192.01.06 ПЗ	Арк. 5
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

того, що обрана тема є достатньо актуальною.

Зв'язок роботи з науковими програмами, темами. Кваліфікаційна робота виконувалася у рамках і за тематикою наукових досліджень, що проводяться на кафедрі «Економіка та управління виробничим і комерційним бізнесом» Українського державного університету залізничного транспорту.

Мета і задачі дослідження. Метою дипломної роботи є теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства за допомогою інноваційних впроваджень.

Мета дослідження обумовила необхідність постановки і вирішення таких завдань:

- дослідження стану зовнішнього та внутрішнього ринків будівничого та ремонтного виробництва та проблем і перспектив їх розвитку;
- аналіз виробничо-фінансової діяльності ТОВ «Еліт», визначення основних проблем та резервів підвищення ефективності їх роботи;
- аналіз сильних, слабих сторін підприємства та його можливостей та загроз, виявлення його основних ризиків;
- формування рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі впровадження інновацій та обґрунтування цього впровадження за допомогою побудови дерева рішень;
- обґрунтування економічної доцільності реалізації запропонованих заходів в умовах діяльності підприємства.

Об'єкт дослідження –виробничо-господарська діяльність товариства з обмеженою відповідальністю «Еліт»

Предмет дослідження – теоретичні та практичні засади підвищення конкурентоспроможності підприємства за рахунок інноваційних впроваджень.

Методи дослідження. Теоретичну та методологічну основу дослідження склали системний розгляд проблем інноваційних впроваджень, сучасні теорії прийняття рішень, стратегічного вибору та теорія ризиків, фундаментальні та прикладні дослідження вітчизняних та зарубіжних вчених, закони України та інші нормативні акти.

Дослідження ґрунтується на статистичних даних про стан підприємств будівничої галузі в Україні та за кордоном, матеріалах про результати господарської діяльності таких підприємств, довідкових та інструктивних матеріалах.

Інформаційною основою роботи є дослідження вітчизняних та закордонних вчених в сфері проблем підвищення доходів підприємства, сучасних теорій інноваційних впроваджень, стратегічного управління та теорії побудови дерева рішень, статистична та довідкова інформація, періодичні видання та відомості з мережі Інтернет, які містяться у джерелах [1 – 82], наведених у списку використаних джерел, а також інформація, отримана в результаті консультування з керівником роботи, науковими, науково-педагогічними працівниками та іншими особами, яка є неопублікованими авторськими напрацюваннями (найсучасніша інформація дослідницького, інноваційного характеру), дозволена для використання автору роботи виключно при виконанні тільки цієї кваліфікаційної роботи.

Наукова новизна результатів дослідження полягає у використанні при обґрунтуванні необхідності інноваційного впровадження дерева рішень, як одного з методів теорії ігор, завдяки якому стає можливим обґрунтований вибір основних пріоритетних напрямків діяльності підприємства на найближчу перспективу.

Практичне значення одержаних результатів полягає у їх використанні на підприємстві та підвищення за рахунок цього конкурентоспроможності підприємства.

Запропоновані рекомендації щодо використання методів вибору та обґрунтування вибору оптимального інноваційного впровадження за допомогою методу дерева рішень дозволяє обрати основні пріоритети у подальшій діяльності підприємства для підвищення його конкурентоспроможності, зокрема обрати як додаткову послугу систему візуалізації архітектурних об'єктів.

Результатами роботи автора є розробка та обґрунтування підходів щодо вибору оптимального шляху підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі теорії ігор та побудови дерева рішень.

Також формування практичних пропозицій щодо оцінки економічної

ефективності запроваджених заходів, завдяки яким стає можливим обґрунтований вибір основних пріоритетних напрямків діяльності підприємства на найближчу перспективу.

Публікації. За темою роботи опубліковано 1 стаття на тему: «Сучасні тренди управління ризиками», у збірнику наукових праць Вісник економіки транспорту і промисловості, обсягом 10 сторінок.

Апробація результатів роботи. Основні положення і результати кваліфікаційної роботи доповідалися на 83-й студентській науково-технічній конференції СНТК Українського державного університету залізничного транспорту (12-14 грудня 2023р., м. Харків).

Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків.

В першому розділі досліджено поняття, сутність та особливості інновацій та інноваційних процесів на підприємстві, а також поняття конкурентоспроможності підприємства.

У другому розділі досліджено характеристика підприємства та аналіз його господарської діяльності.

У третьому розділі проаналізовано конкурентний стан на будівничому ринку в Україні, структура асортименту будівничих послуг та на основі методу побудови дерева рішень обрано оптимальне інноваційне впровадження для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

1 Сучасні інновації як основа конкурентоспроможності підприємств

1.1 Сутність інновацій та інноваційних процесів

Інноваційна діяльність – це комплексний процес виробництва нових чи удосконалених наявних послуг на основі розробки, впровадження прогресивних техніко-економічних і управлінських рішень. Цей процес охоплює етапи життєвого циклу товарів, послуг від зародження ідеї до впровадження інновацій у виробництво.

Прогрес людства, як і еволюція живої природи – це процес розвитку форм і способів взаємної адаптації із середовищем, що постійно ускладнюється.

Розвиток цивілізації змінив відношення людини до його навколишнього середовища, зробив радикальну переоцінку цінностей [5].

Поширення сучасної техніки і технологій, їх зростаючий вплив на життя людського суспільства і навколишнє середовище викликало необхідність виробити нову технічну етику.

Прогрес науки, техніки і технологій – вимушено необхідний шлях для успішного виживання, для вирішення усе більш складних задач, породжених розвитком людини, його власним впливом на природне і штучне середовище, але успіхи в сучасному виробництві, техніці, науці, культурі багато в чому визначаються тим, як швидко люди зможуть адаптуватися до умов розвитку, що змінюються.

Крім того, соціально-економічні системи припускають спрямованість на досягнення поставлених людиною цілей.

Для інноваційного розвитку це виражається в удосконаленні засобів і способів людської діяльності, що виражається в зміні результатів і ефекту, розширенні сфер цієї діяльності. При цьому удосконалення засобів діяльності відбувається шляхом їхнього безупинного відновлення, тобто в ході інноваційного процесу [8].

Саме процеси інноваційної діяльності складають основу всіх процесів розвитку суспільних систем, вносять елементи випадковості, невизначеності, руйнують однорідність.

Усі ці і багато інших процесів, що відбуваються в країні, вимагають стимулювання інноваційної діяльності, освоєння нової культури виробництва, наближення умов і оплати праці до європейського рівня.

Саме поняття «інновація» уперше з'явилося в наукових дослідженнях у дев'ятнадцятому сторіччі та означало впровадження деяких елементів однієї культури в іншу. Звичайно мова йшла про впровадження європейських звичаїв і способів організації в традиційні азійські та африканські суспільства. Закономірності технічних інновацій стали вивчатися тільки у наступному сторіччі. Загальні питання економічної сутності та основних ознак інновацій розглядалися багатьма закордонними і вітчизняними вченими. Англійський термін «innovation» - інновація або нововведення - визначається як «новий додаток наукових і технічних знань, що приводить до успіху на ринку»

У праці «Теорія економічного розвитку», І. Шумпетер відмовився від традиційної економіки, стверджуючи, що «нормою» здорової економіки, головною реальністю економічної теорії і практики є не рівновага чи оптимізація, а динамічна рівновага, викликана діяльністю новатора-підприємця, джерелом прибутку може стати не тільки зміна цін чи економія на витратах, але і радикальна зміна виробу, що випускається .

Інновації ідентифіковані в підприємці, функція якого полягає у реформуванні виробництва шляхом використання винаходів або різноманітних можливостей для випуску нових чи старих, але новим способом, товарів, відкриття нових джерел сировини, ринків збуту, реорганізації виробництва та ін., тобто здійснення нових комбінацій факторів виробництва або різноманітні інновації [2].

Згідно Шумпетеру, поняття інновації охоплює наступні випадки:

- виготовлення нового, тобто невідомого споживачам блага або створення нової якості того чи іншого блага;

- впровадження нового, тобто практично невідомого способу виробництва, в основі якого необов'язково лежить наукове відкриття і який може полягати також у новому способі комерційного використання відповідного товару;
- освоєння нового ринку збуту, тобто такого ринку, на якому дотепер не була представлена дана галузь не залежно від того, чи існував цей ринок колись чи ні;
- одержання нового джерела сировини або напівфабрикатів, незалежно від того: чи існувало це джерело колись, вважалося недоступним, не було створено;
- проведення відповідної реорганізації (наприклад, забезпечення монопольного положення на ринку).

Автор розглядає інноваційну діяльність як фактор, що додає динамічний характер економіці. Причому велика увага приділяється банківській структурі з її творчим потенціалом, що підтримує підприємства, які бажають здійснити інновації. Інновації роблять неоднозначний вплив на економічну динаміку: з однієї сторони відкривають нові можливості для розширення економічної сфери, з іншої, роблять практично неможливим продовження процесів у традиційних напрямках і традиційних методах.

Таким чином, нововведення руйнують економічну рівновагу, вносячи елементи невизначеності в динаміку її розвитку. Таким чином, нововведення визначають перехід економічної системи з одного стану в інший.

Він також висунув гіпотезу про те, що довгохвильові коливання економічної кон'юнктури пов'язані з концентрацією (кластеризацією) важливих нововведень у відносно короткі проміжки часу [12].

Також існує теорія відносно «концепції неявного знання». При прийнятті рішень кожним конкретним індивідом, необхідно враховувати його унікальність.

Ринок же є найкращим координатором усієї сукупності процесів використання своїх інформаційних переваг. Зона найбільшої невизначеності ринкової інформації повинна стати проривом у майбутнє, де конкуренція є пошук змін у перевагах споживачів і нових засобах їхнього задоволення. У такий спосіб визначається два типи економічної діяльності:

- інноваційна чи творчо-пошукова;
- репродуктивна чи шаблонова.

Інноваційна діяльність може існувати тільки за умови економічної волі.

У роботах П. Друкера інновації і підприємництво розглядаються також у тісному зв'язку один з одним і представлені ним як цільові задачі, які потребують організації, і як систематизована діяльність.

Відповідно до цього автора, систематичний інноваційний процес полягає в цілеспрямованому пошуку і систематичному аналізі потенціалу цих змін як джерела соціальних і економічних перетворень. Переважна більшість інновацій будуються на основі використання змін, але не відкриттів як таких. Необхідно відзначити і той факт, що дуже скромні зміни або доповнення можуть викликати гігантські прибутки. Нововведення також зовсім необов'язково повинні бути технічними або речовинними [15].

У закордонних дослідженнях інноваційних процесів можна виділити наступні аспекти: інновації вважаються явищами не стільки технічними, скільки економічними і соціальними, оскільки розглядаються з боку одержання прибутку і виконання потреб суспільства. Ціль інноваційного процесу – підвищити віддачу на вкладені ресурси. Тобто вони оцінюють інновацію відповідно до сфери попиту, а не пропозиції.

У вітчизняній науці становлення проблем інноваційної діяльності відбувалося в основному в рамках концепції науково-технічного прогресу.

Інноваційна діяльність являє собою комплексний процес створення нових або удосконалення існуючих послуг (товарів) на основі розробки, упровадження прогресивних техніко-технологічних, організаційно-економічних і управлінських рішень, комерціалізації сучасних споживчих форм, охоплює всі етапи життєвого циклу товарів (послуг) від зародження ідеї до введення інновацій у виробництво [19].

Інші вчені говорять про те, що інноваційна діяльність - це використання результатів закінчених наукових досліджень, дослідно-конструкторських розробок або інших науково-технічних досягнень для створення нового продукту

на ринку або удосконаленого технологічного процесу, що використовується в практичній діяльності. Інакше кажучи, інноваційна діяльність являє собою взаємозалежну сукупність видів робіт зі створення і поширення інновацій.

Але варто відзначити і те, що інноваційна діяльність є все-таки самостійним напрямком, що входить у проблематику НТП. Це зумовлюється тим, що інноваційна діяльність пов'язана не тільки з наукою, і не можна обмежувати її розгляд тільки з процесами винаходу, удосконалення або трансформації. Тому що в такому випадку виключається економічна і соціальна сутність процесу інноваційної діяльності, а залишається лише її технічна частина. Це веде до невірної відношення до нововведень, що не містять науково-технічної новизни.

Інновація в речовинному відношенні припускає ідею, діяльність або матеріальний об'єкт, що є новим для системи, яка використовує їх. У той же час інновація є процес виникнення, розробки, адаптації і використання нового результату [16].

Інноваційний процес не закінчується впровадженням, тобто першою появою на ринку нового продукту, послуги, технології тощо. Він продовжує поширення і після впровадження, тому що завжди вимагаються удосконалення, тобто нововведення робиться більш ефективним, здобуваються нові властивості, відкриваються нові області застосування, ринки і т.д.

Інші автори визначають інновації в двох аспектах: загальнотеоретичному і практичному. У першому випадку, інновація є форма організації інноваційної діяльності людей, що забезпечує цілеспрямовану зміну і задоволення людських потреб відповідно до закономірностей розвитку даного суспільства і яка служить одним з показників домінуючого в цьому суспільстві типу діяльності, характеру його культури. Але тому що інновація є практичний аспект діяльності людини, то з цих позицій вона виступає як комплексний процес створення, поширення і використання нового практичного засобу для нового чи кращого задоволення уже відомої потреби людей. Перевага будь-яких з цих визначень залежить скоріше від конкретного випадку, ніж від теоретичної моделі [19].

Основні характеристики інновацій визначаються в залежності від їхніх

ринкових характеристик і науково-технічної новизни. Обидві ці складові пов'язані між собою дуже тісно. Науково-технічний аспект трансформується в економічний фактор, коли нововведення втілюється в новий продукт, що має ринковий попит.

Економічна природа інновацій визначає пріоритет ринкової новизни над науково-технічною. Ринкова новизна припускає визнання користувачем нововведення, його корисних властивостей і переваг перед альтернативними товарами, а якщо інновація представляє технологічний процес, то нововведення можна визнати успішним, якщо воно підвищить прибуток, завдяки зниженню витрат і підвищенню якості.

Кожне нововведення може характеризуватися не тільки абсолютною, але і відносною (локальною) ринковою новизною, тобто конкретний товар може стати новим способом задоволення сформованих потреб не для усіх своїх споживачів, але лише для якої-небудь їхньої частини.

Ідеї, практика чи об'єкт, що сприймається як новий, є інновацією незалежно від того, чи є ця ідея об'єктивно новою, якщо виміряти її з моменту першої появи чи відкриття. Тобто абсолютна новизна притаманна товару, що відрізняється від будь-яких товарів, які продаються де-небудь, а локальною новизною володіють товари, що є новими для конкретної фірми чи певного ринку.

Існують також нововведення, здатні впливати на сформовану структуру виробництва і споживання, але вони не містять у момент появи на ринку науково-технічної новизни (кредитні картки, персональні комп'ютери та ін.).

Інновація може характеризуватися науково-технічною новизною. Тут варто завжди пам'ятати про те, що не ступінь оригінальності ідеї хвилює споживача, а корисний ефект [22].

Для виробника ступінь новизни важлива лише як можливість монополізувати виробництво. Разом з тим хочеться відзначити і той факт, що у загальній кількості інновацій зростає частка нововведень, що характеризуються як ринковою, так і науково-технічною новизною.

На даному етапі поява нових продуктів, технологічних процесів і послуг практично завжди поєднані з використанням досягнень науки.

Принципово нові інновації виникають практично завжди не в результаті осяяння, а після тривалих цілеспрямованих досліджень і розробок. Поява таких нововведень може сприяти появі нових ринків, галузей промисловості і нових послуг.

Вибір напрямків і пріоритетів інноваційної діяльності повинний здійснюватися на базі аналізу існуючих і прогнозних ресурсних обмежень, обмежень попиту, інфраструктурних і інших обмежень розвитку, оцінки можливостей інноваційних технологічних факторів при їхньому використанні. Для цього проводиться структуризація і класифікація інновацій [27].

Існує безліч видів класифікацій інновацій. Наприклад, існує класифікація, що базується на сімох ознаках:

- області застосування, етапів НТП;
- ступеня інтенсивності, темпів здійснення інновацій;
- масштабів інновацій;
- результативності інновацій;
- ефективності інновацій.

У даній класифікації немає ознак, що визначають можливість використання інновацій, а без цього не буде видна ефективність інноваційної стратегії.

Друга класифікація інновацій виглядає наступним чином:

- за поширеністю: одиничні і дифузійні;
- за місцем у виробничому циклі: сировинні, ті, що забезпечують (з'єднуючі), продуктові інновації;
- за наступністю: ті, що заміщають, ті, що скасовують, поворотні, відкриваючі інновації, ретроінновації;
- за охопленням очікуваної частки ринку: локальні, системні, стратегічні;
- за інноваційним потенціалом і ступенем новизни: радикальні, комбінаторні, ті, що удосконалюють;
- за масштабом і новизною інновації, а також інтенсивністю інноваційних змін: мають значення для прийняття управлінських рішень, тому що відбивають якісні і кількісні характеристики інновацій.

У залежності від технологічних параметрів інновації поділяються на продуктові та процесні [21].

Продуктові інновації включають застосування нових матеріалів, напівфабрикатів і комплектуючих, одержання принципово нових продуктів. Процесні інновації означають нові методи організації виробництва (нові технології).

Процесні інновації можуть бути пов'язані зі створенням нових організаційних структур у складі підприємства.

Слід зупинитися й на наступній класифікації інновацій:

- за рівнем новизни: радикальні та ординарні;
- за часом впровадження інновацій на різні стадії життєвого циклу: на стадії стратегічного маркетингу, НДДКР, організаційно-технологічній підготовці виробництва, безпосередньо виробництва і післяпродажного обслуговування;
- за масштабом: нові у світовому масштабі, нові в країні, нові для підприємства;
- за сферою застосування: використовуються усередині підприємства, використовуються поза підприємством;
- за частотою застосування: разові і повторювані;
- за формами: відкриття, винаходи, патенти, раціоналізаторські пропозиції, ноу-хау, товарні знаки, емблеми та ін.;
- за видами ефекту, отриманого в результаті впровадження, інновації бувають: науково-технічними, соціальними, екологічними, економічними та інтегральними;
- інновація може впроваджуватися в різних підрозділах інноваційного менеджменту: підсистемі наукового супроводу, цільовій підсистемі, у підсистемі, що забезпечує, керуючій підсистемі, керованій підсистемі.

Основні напрямки інновацій показують обсяг проблем, що можуть бути вирішені при створенні інноваційних конкурентоздатних товарів та послуг.

Відповідно до думки перерахованих вище вчених, основними напрямками інноваційної діяльності, є наступні [35].

Організаційно-управлінські:

- реструктуризація управлінського апарата;
- впровадження нових методів управління;
- використання ринкових методів господарювання.

Виробничі інновації (інновації процесів виробництва товарів та послуг):

- технічні інновації (в основні фонди): у рухомий склад, в устаткування, у створення нових об'єктів і модернізацію існуючих;
- технологічні інновації (у технологічний процес): впровадження інформаційних технологій і логістичних принципів у процес, впровадження нових методів фірмового обслуговування, використання маркетингових концепцій і інших методів забезпечення ефективної діяльності підприємств.

Інновації в товари (послуги):

- підвищення рівня і якості товарів та послуг;
- генерування нових видів товарів та послуг.

Інновація може бути представлена новою технологією, новим додатком у виді нових товарів, послуг, процесів, новим ринком або ринковим сегментом, новою організаційною формою або новим підходом до менеджменту, а також комбінацією двох чи більш складових.

Процес переведення новації в інновацію вимагає витрат ресурсів. Основні серед них - це часові ресурси та інвестиційні.

Таким чином в умовах ринкових відносин, у рамках яких формуються три основних компоненти ринку: попит, пропозиція і ціна, що стосується інноваційної діяльності, її компонентами виступають нововведення, інвестиції та інновації.

Причому: нововведення формують ринок новацій, інвестиції - ринок капіталу (інвестицій), інновації ж формують ринок чистої конкуренції нововведень. Саме вони і формують сферу інноваційної діяльності [47].

Основним товаром ринку новацій є науковий і науково-технічний результат, продукт інтелектуальної діяльності, на який поширюються авторські та аналогічні права, оформлені відповідно до діючих міжнародних та інших законодавчих і нормативних актів. Ринок новацій формують наукові організації, ВНЗ, тимчасові

колективи, лабораторії та ін.

Ринок чистої конкуренції інновацій має на увазі сукупність продавців і покупців, що здійснюють угоди з подібним товаром у ситуації, коли жоден покупець чи продавець не робить великого впливу на рівень поточних цін.

Дуже важливою, навіть визначальною умовою участі підприємств на ринку новачків є обсяг інвестицій, вкладений не тільки в розробки, але й у процес перетворення новації в інновацію. Тут вже обмежуючою властивістю виступає капітал у всіх його видах.

Існує безліч класифікацій інновацій. Нижче наведена найбільш повна, на нашу думку, класифікація інновацій.

За метою інновація може бути:

- відкриваюча;
- та, що заміщує;
- поліпшуюча;
- поворотна;
- ретроіновація;
- та, що скасовує;
- псевдоінновація.

За типом інновації поділяються на:

- організаційно-управлінські: реструктуризація управлінського апарату, використання ринкових методів управління;
- соціальні, що включають у себе інновації економічні, екологічні, юридичні, політичні, освітні і змішані;
- виробничі: процес виробництва товарів та послуг;
- продуктово-технологічні: продуктові, технічні, технологічні, транспортні послуги, змішані.

За ступенем інтенсивності інновації поділяються на:

- слабкий ступінь інтенсивності;
- середній ступінь інтенсивності;

- масовий ступінь інтенсивності;
- понадмасовий (бум) ступінь інтенсивності.

За сферами охоплення інновації підрозділяються на:

- макроекономічна або глобальна;
- мікроекономічна або локальна;
- внутрішнє середовище підприємства;
- незалежна (спеціалізація та область застосування не залежать від середовища).

З причин виникнення: інновації можуть виникнути в силу:

- несподіваного випадку;
- потреб НТП;
- зміни структури ринку чи галузі;
- зміни в сприйнятті і потребах;
- унаслідок нагромадження наукових знань.

За рівнем ефективності інновації поділяються на:

- низький рівень ефективності;
- середній рівень ефективності;
- високий рівень ефективності.

Щодо часу настання ефекту:

- терміновий (до 1 року);
- поточний (1-3 року);
- перспективний (4 і більш років)

За ступенем новизни інновації :

- нова для підприємства;
- нова для галузі в країні;
- нова для галузі у світі;
- нова для галузі промисловості.

Таким чином, за типом інновації можна розділити на чотири види:

- організаційні, що включають область реструктуризації управління,

продуктово-технологічні, що припускають виробничі процеси і кінцевий продукт;

- виробничі, що характеризують процес удосконалення товарів та послуг;
- соціальні інновації охоплюють усі можливі сфери соціального життя суспільства. Вони становлять великий інтерес, хоча досить мало вивчені. Однак, на сьогоднішній день наявні інновації саме такого роду.

Вважається, що соціальні інновації здійснити важко через невизначеність їхніх параметрів. Для соціальних нововведень характерні наступні особливості.

Ті ж самі інновації можуть по-різному виявити себе в різних країнах і політичних умовах. На відміну від технічних нововведень у них велика сфера застосування.

Соціальні інновації здійснюються з метою розвитку таких суспільних інститутів, як банки, біржі, університети та ін. Здійснити цей процес набагато складніше, ніж впровадити технологічну інновацію.

Технологічна інновація може бути імпортована з досить низькими витратами, але може існувати певний ризик для країни-імпортера.

Та ж сама технологічна інновація в різному контексті може призвести до руйнування природних і соціальних ресурсів в одній країні і нарощування їх в іншій. У той же час деякі інтелектуальні або наукові феномени акумулюються набагато слабкіше. Різні соціальні культури і системи можуть по-різному сприймати ту чи іншу технологію. Прагнення впровадити нову техніку може виявитися нездійсненим, якщо не супроводжується освоєнням нової технології і відповідно соціальною трансформацією.

Розвинені країни сконцентрували увагу і ресурси на соціальних інноваціях, імітаціях, імпорті, адаптації технічних нововведень.

Інновації в економіці – наприклад, у фінансовій сфері, що сприяють фінансової лібералізації, іноді означають більше, ніж впровадження нових виробів, тому що означають породження нових інститутів фінансового ринку, введення нових навичок фінансових угод, і як результат: перетворення економічних відносин у цілому [53].

Практично всі класифікації відбивають наступну цільову структуру

інновацій. Класифікація напрямів інноваційної діяльності, таблиця 1.1.

1 Поворотними інновації називаються тоді, коли в процесі експлуатації виробу приходится повертатися до первісного варіанта, вихідного стану.

2 Відкриваючі інновації – це інновації, що не мають аналогів. Це фундаментальні винаходи (телебачення, радіо). До них також відносяться товари, що є принципово новими товарними категоріями (одноразові шприци та ін.).

3 Ретроінновації – це відтворені на сучасному рівні старі продукти праці. (Самим яскравим прикладом є повернення у моду одягу минулих років, повернення стилів і т.д. або вітрила в мореплавстві).

4 Псевдоінновації являють собою незначні зміни, що стосуються головним чином зовнішнього вигляду продукту і створюють лише видимість новизни.

5 Поліпшуючі інновації спрямовані на поліпшення, доповнення існуючих технологій або продукції.

Таблиця 1.1 - Класифікація напрямів інноваційної діяльності

Класифікаційні ознаки	Напрями інноваційної діяльності
1	2
За метою	Відкриваючі Зворотні Псевдо Заміщаючі Поліпшуючі Скасовуючі Ретро
За типом	Організаційно-управлінські Соціальні, що включають економічні, екологічні, юридичні, політичні, освітні і змішані Виробничі: процес виробництва, послуги Продуктово-технологічні

Продовження таблиці 1.1

1	2
За ступенем інтенсивності дії	Слабкий ступінь Середній ступінь Масовий ступінь Надмасовий ступінь
За сферами охоплення:	Макроекономічні Мікроекономічні Внутрішнього середовища Незалежні
З джерел виникнення	Несподіваний випадок Потреби НТП Зміна структури ринку або галузі Зміна в потребах В наслідок нагромадження наукових знань
Щодо часу настання ефекту	Терміновий (до 1 року) Поточний (1-3роки) Перспективний (4 і понад років)
За ступенем новизни	Нові для підприємства Нові для галузі Нові для галузі в країні Нові для галузі у світі
За рівнем ефективності	Низький Середній Високий

Ця класифікація дає можливість чіткої ідентифікації кожного напрямку інноваційної діяльності, дозволяє порівнювати його можливості та обмеження, оцінювати його значення в загальній масі.

Крім того, оцінюючи співвідношення різних типів інноваційної діяльності у різних сферах життєдіяльності, виявляється динаміка і тенденції таких співвідношень у різні періоди розвитку. Можна робити аналіз і будувати прогнози за розвитком інноваційної діяльності як на окремому підприємстві, так і більш масштабно.

Відповідно до даної класифікації можна приймати рішення щодо вибору

інноваційної стратегії та оцінки перспектив майбутнього розвитку. Також слід зазначити фактори, які впливають на інноваційну діяльність підприємств. Для зручності їх було зведено у таблицю 1.2.

Виділяють наступні особливості поширення інновацій:

- на початковому етапі, після створення першого промислового зразка, при освоєнні серійного випуску продукту, масштаби поширення нововведення в абсолютному вираженні розширюються не настільки помітно, хоча темпи цього розширення можуть бути дуже високими;
- на основному етапі періоду поширення інновація завойовує потенційну сферу свого ефективного застосування. Протягом цього періоду нововведення поширюється на галузь, групу споживачів або утворюють нову галузь;
- на завершальному етапі поширення нововведення проникає в області і сфери граничні з погляду порівняльної ефективності його використання стосовно альтернативних продуктів і техніки.

Таблиця 1.2 - Фактори, що впливають на інноваційну діяльність

1	2
Економічні фактори	
Позитивні	Негативні
Наявність резервів фінансових власних коштів Наявність інвестицій Наявність зовнішніх і внутрішніх стимулів Низька собівартість нововведень Високий попит на вироби Низький економічний ризик або можливість його нейтралізації Інші	Недолік коштів для фінансування Відсутність зовнішніх джерел фінансування Низький платоспроможний попит на нові вироби Високий економічний ризик Висока собівартість нововведень Інші

Продовження таблиці 1.2

1	2
Матеріально-технічні фактори	
Позитивні	Негативні
Наявність прогресивних технологій Наявність необхідної інфраструктури як господарської, так і науково-технічної Інші	Застарілі технології Слабкість матеріальної і науково-технічної бази Відсутність резервних потужностей Домінування поточного виробництва Немобільне виробництво
Законодавчі і політичні фактори	
Позитивні	Негативні
Державна підтримка інновацій Законодавчо-правові засоби, спрямовані на стимулювання інновацій Пільгова податкова політика	Недосконалість правої бази і системи стимулювання інноваційної діяльності Обмеження з боку амортизаційного, податкового, антимонопольного, патентного, ліцензійного законодавства
Соціально-психологічні і трудові фактори	
Позитивні	Негативні
Перевага горизонтальних потоків інформації Гнучкість організаційних структур Демократичний стиль управління Можливість формування самостійних цільових груп Реінжиніринг Система моральних і матеріальних заохочень	Централізація організаційних структур Авторитарний стиль управління Перевага вертикальних потоків інформації Відсутність кооперації між відділами Орієнтація на сформовані ринки Орієнтація на короткострокову окупність Відсутність узгодження інтересів учасників інноваційного процесу Відсутність системи заохочень Опір процесам, що можуть впливати на зміну положення співробітника Дотримання сталих традицій Опір новому Інші

Продовження таблиці 1.2

1	2
Інформаційні фактори	
Своєчасне одержання інформації про ринок інновацій, нові технології, постачальників, ринки збуту та ін. Перевага горизонтальних потоків інформації Вільний обмін інформацією між відділами Висока швидкість обміну інформацією всередині підприємства та із зовнішніми співробітниками Наявність інформаційної бази або архіву	Відсутність доступу до інформації для співробітників Несвоєчасне одержання інформації Перевага вертикальних інформаційних потоків Утруднення в обміні інформацією усередині підприємства та ін.
Фактори співробітництва	
Взаємодія усіх внутрішніх і зовнішніх підрозділів підприємства Кооперування з іншими підприємствами Відомча відкритість Наявність взаємозв'язків з ВНЗ, науковими організаціями	Закритість окремих підрозділів підприємств Відсутність кооперування з іншими підприємствами

Поширення інновацій відбувається в часі і просторі. Таким чином, поширення чи дифузія інновацій має певну тимчасову і просторову форму. Під простором має сенс розуміти ринковий простір з певними економічними, соціальними, географічними чи територіальними характеристиками. Фактор часу є одним з вирішальних не тільки в процесі поширення інновацій, але й у цілому в інноваційному циклі. Чим менше часовий інтервал між зародженням ідеї і практичною її реалізацією, тим динамічніше розвиток економіки. Тимчасова тривалість процесу поширення нововведення повинна бути досить значною, щоб реалізувати потенційний ефект нововведення до того, як з'явиться його ефективна альтернатива.

Інновації можуть виконувати ключову роль у відновленні виробництва тільки в тому випадку, якщо вони здійснюються в потрібний час. Принципове

значення при цьому здобувають масштаби і темпи втілення ідей у нові процеси, продукти і послуги, а також швидкість і широта поширення інновацій.

Зараз економічне зростання забезпечуватиметься насамперед науково-технічним прогресом та інтелектуалізацією основних чинників виробництва в усіх сферах народного господарства.

Питома вага нових знань, що втілюються в товарах, технологіях, освіті, організації виробництва в розвинутих країнах становить від 70 до 85 % приросту ВВП. Тому в глобальній економічній конкуренції виграють держави, які забезпечують сприятливі умови для інноваційної діяльності, пов'язані з розробленням, упровадженням і використанням новинок.

Економічне зростання України пов'язане з вирішенням проблем інноваційного відновлення та розвитку базових галузей, впровадженням нових господарських відносин між діючими суб'єктами на ринку.

Збільшення обсягів виробництва продукції, розширення зв'язків між підприємствами, зростаючі вимоги щодо якості обслуговування і т. ін. вимагають підвищення ефективності використання різних засобів, нарощування техніко-експлуатаційних можливостей, удосконалення рівня сервісного обслуговування, що пов'язано з пошуком дієвих організаційно-економічних механізмів інноваційного розвитку всіх підприємств.

Це вимагає розробки нових методологічних підходів, принципів, заходів та форм організації інноваційно-інвестиційних процесів в умовах становлення ринку товарів та послуг.

Розширення можливостей для надання якісних послуг визначається результативністю інноваційно-інвестиційних процесів, впровадженням нових інноваційних технологій, прогнозованістю кінцевих результатів реалізації інноваційних проектів і програм.

Інноваційний розвиток приводить до тісної взаємодії суб'єктів відновлювальної сфери, що створює передумови для виникнення нових інноваційно-інвестиційних утворень у галузі.

Процес зародження таких системних утворень спостерігається як в регіонах, так і в провідних галузях економіки і починається з формування окремих їх елементів та підсистем.

Ці організаційно-економічні формування в процесі свого розвитку трансформуються в більш цілісні утворення у вигляді інноваційно-інвестиційних систем, в основі становлення яких простежується поетапно-послідовний принцип розвитку окремих структурних складових, що виявляють системний характер і приводять до прискорення інноваційного розвитку виробництва.

Встановлення факторів інноваційного процесу на підприємстві дозволяє надалі здійснювати їхню діагностику, що необхідна при постановці і вирішенні інноваційних задач.

Інноваційний процес на підприємстві здійснюється у певній послідовності ряду наступних етапів.

1 На цьому етапі відбувається виникнення концепції нововведення. Це відбувається в результаті систематизації наявних наукових знань, іноді - в результаті випадкової події;

2 На другому етапі відбувається здійснення прикладних науково-дослідних розробок. Їхні результати дуже невизначені, тому має сенс вести їх у різноманітному виконанні. Результати досліджень пропонуються для проектування;

3 На третьому етапі реалізуються технічні проекти за результатами прикладних НІР. Тут доводиться можливість і необхідність реалізації нововведення;

4 На четвертому етапі здійснюється комплекс робіт, зв'язаних з конструюванням, виготовленням і випробування дослідних зразків. Тут приймається рішення про подальші розробки і фінансування проекту;

5 На п'ятому етапі відбуваються дослідні випробування отриманих зразків.

6 Шостий етап – це етап впровадження нового продукту, методу чи іншого засобу людської діяльності;

7 Сьомий етап полягає в широкому впровадженні, серійному виробництві і

наростаючому застосуванню нововведення в різних сферах [13].

8 Восьмий етап – це етап панування нововведення в конкретній галузі, сфері застосування і споживання в людській діяльності;

9 Дев'ятий етап – це етап скорочення масштабів застосування, пов'язаний із заміною нововведення на більш ефективний продукт;

На практиці інноваційний процес, що існує на підприємстві, має ряд ознак. Про життєвий цикл нововведення, що визначає інноваційний процес, ми сказали вище, тепер необхідно відзначити ще і такі ознаки, як життєвий цикл попиту.

Життєвий цикл попиту поділяється на кілька різних стадій.

1 Зародження (emergence) – бурхливий період становлення галузі, коли кілька підприємств, прагнучи до захоплення лідерства, конкурують між собою;

2 Прискорення росту (growth up) – період, коли конкуренти, що залишилися на ринку, «знімають вершки». У цей період попит звичайно випереджає пропозицію;

3 Уповільнення росту (growth down) - період, коли з'являються ознаки насичення попиту та пропозиція починає попит випереджати;

4 Зрілість (maturity) – період, коли насичення попиту досягнуте і є значні надлишкові потужності;

5 Згасання, спад (die out) – зниження обсягу попиту іноді до нуля, визначеного довгостроковими економічними і соціальними умовами (темп росту валового національного продукту або народонаселення) і старінням або зменшенням споживання продукту;

Далі доцільно звернути увагу на технології, тобто в залежності від частоти змінюваності одних технологій іншими їх підрозділяють на три типи [48].

1 Стабільна технологія. Вона залишається в основному незмінною у плінні життєвого циклу попиту, прикладом може служити виробництво автомобілів ранніх марок.

2 Плідна технологія зберігається незмінною тривалий період часу, але при цьому має місце розробка змінюючих одне одного нових поколінь продукції з кращими показниками і більш широким спектром застосування. У рамках такої

технології (наприклад в області обчислювальної техніки) розробка нових видів продукції стає вирішальним фактором досягнення економічного успіху. Новітній продукт із найкращими показниками захоплює ринок. Однак його лідерство може виявитися короткочасним через появу конкуруючих продуктів. У результаті підприємство виявляється перед необхідністю постійних технологічних інновацій.

3 Мінлива технологія. Вона характеризується тим, що протягом життєвого циклу попиту, крім появи все нових і нових товарів, спостерігається поява змінюючих одна одну базових технологій. Прикладом може послужити зміна вакуумних ламп транзисторами і тепер мікросхемами [58].

Зміна технологій має набагато більш глибокий ефект, чим поява нової продукції, тому що загрожує моральним старінням всім інвестиціям у попередні технології, НДДКР, науково-технічний персонал і виробничі фонди. Тому перехід усередині підприємства до нової технології важкий не тільки з фінансової сторони, але і з організаційної та стратегічної.

Інноваційний процес варто оцінювати також з погляду життєвого циклу підприємства-інноватора, тобто наступним чином:

- створення;
- становлення;
- зрілість;
- реорганізація;
- стабільність;
- занепад;
- ліквідація.

А також важливий часовий фактор існування самого інноваційного процесу:

- оперативний (до 1 року);
- короткостроковий (1-2 року);
- середньостроковий (до 5 років);
- довгостроковий (більш 5 років).

Тільки зіставивши дані по всіх цих показниках, а саме: товару, попиту, технології, підприємства-інноватору та інноваційному процесу, можна зробити

висновок про життєвий цикл самого інноваційного процесу.

В інноваційному процесі ідеї, проекти і програми можуть мати різну спрямованість: наукову, технічну, технологічну, виробничу, маркетингову і комерційну, організаційну і управлінську тощо.

Ефективність проходження будь-якого процесу залежить серед іншого від того, якою мірою при прийнятті рішень спираються на закономірності розвитку цього процесу.

Для його аналізу необхідне виявлення тенденцій розвитку понять, на які спираються при рішенні поставлених задач.

При розгляді поняття «інновація», розглядає його не тільки як вид діяльності, але і як процес. Таким чином виділені внутрішні і зовнішні джерела виникнення наступних інноваційних процесів.

1 Зовнішні – це несподівана подія, зміна в ринковій чи галузевій структурі, що стимулюють інноваційні процеси.

2 До внутрішніх джерел він відніс розбіжності між можливостями і необхідністю, що породжують потребу нововведень.

3 Окремо ним виділені соціально-психологічні джерела. До них відносяться: демографічні фактори, цінності, визначені різними соціальними групами, нові знання та ін.

Слід також зазначити і той факт, що в літературі спостерігається тенденція до поділу інновацій стосовно процесу, а саме: інновації як кінцевий результат і інновації як процес. Наприклад, під інновацією розуміють «підсумковий результат створення та освоєння принципово нового або модифікованого засобу, що задовольняє конкретні суспільні потреби і надає ряд ефектів (економічний, науково-технічний, соціальний, екологічний) [66].

Поняття «інноваційний процес» є важливою характеристикою інновації. Теоретичними підставами розуміння поняття «інноваційний процес» на підприємстві стали: розуміння підприємства як економічної системи, представлення про розвиток як про нелінійну послідовність стохастичних процесів, представлення про інноваційний процес як про усвідомлений крок розвитку,

представлення про інноваційний процес в економіці як процесу, породжуваному інноваційною діяльністю персоналу.

Учені по-різному визначають інноваційний процес як деяку послідовність стадій. Наприклад, деякі вчені стверджують, що інноваційний процес – це процес створення і поширення інновацій (нововведень) і складається з наступних компонентів.

1 Інновація (нові ідеї, знання). Це результат закінчених досліджень (фундаментальних і прикладних), дослідно-конструкторських розробок, інші науково-технічні результати. Нові ідеї можуть мати форму відкриттів, раціоналізаторських пропозицій, понять, методик, інструкцій і т.д.

2 Другим компонентом інноваційного процесу є інновація, як результат новації в практичну діяльність. Будучи кінцевим результатом творчої праці, що отримав реалізацію у виді нової продукції або технологічного процесу, інновація є товаром.

3 Третім компонентом інноваційного процесу є дифузія інновацій, під якою розуміють поширення вже один раз освоєної, реалізованої інновації, тобто застосування інноваційних продуктів, послуг чи технологій у нових місцях і умовах. Форма і швидкість цього процесу залежать від структури і потужності комунікаційних каналів, здатності господарчих суб'єктів швидко реагувати на інновації.

Склад інновацій обумовлений предметом дослідження. Зародження, підготовка і випуск продукції, а потім її споживання. Створення, поширення і застосування продукції і технології, що мають науково-технічну новизну і задовольняють нові суспільні потреби. Ці результати формують ознаки інноваційного ефекту як сукупності соціального та економічного ефекту від інноваційної діяльності. Сутність процесу обмежується ознаками якісної зміни товару, технології, послуги та ін.

Однією з перших моделей інноваційного процесу в п'ятидесяті роки стала модель технологічного поштову. Основним елементом даної моделі є наука. На етапі саме наукових розробок задається імпульс дифузії. Виходячи з позицій даної

моделі, збільшення обсягу досліджень прямо пропорційно обсягу інновацій. У 60-і роки розвилася тенденція переміщення фактора науки у бік ринку, тобто однофакторна модель інноваційного процесу розширюється до введення другого фактору, що спонукає – ринкових потреб. Але і на цьому етапі спостерігається пріоритет фундаментальних досліджень над фактором ринку, хоча проведені дослідження показують, що 75% інновацій виникають як реакція на потреби ринку.

Поява в сімдесяті роки нової «об'єднуючої моделі» інноваційного процесу як комбінації двох факторів науки і ринку, як рівноправних, стало наступним етапом у розвитку теорії інноваційного процесу.

80-90-і роки відзначилися появою «інтегрованої моделі», у якій інноваційний процес представлений як рівнобіжний процес, коли етапи інноваційного процесу протікають одночасно.

Інші автори розглядають інноваційний процес як циклічний. Цей процес складається з восьми етапів і охоплює чотири фази. Він представлений у вигляді кола, причому лише при постійному переміщенні по цьому колу, компанія буде життєздатною.

Зародження ідеї запускає інноваційний цикл. Розвиток продовжує рух процесу. Оптимізація – наступна фаза інноваційного процесу. Потім впливає виконання, чим цикл і завершується.

На підприємстві всі чотири фази інноваційного циклу повинні знаходитися в рівновазі, тоді коло інновацій буде знаходитися в постійному русі.

Що стосується зворотного зв'язку елементів: після вибору ідеї розробляються більш тверді технологічні і комерційні прогностні оцінки, що загалом визначають формування очікуваних технічних параметрів, витрат матеріальних коштів та часу, масштабів ризику і т.д., а у випадку появи проблем, створення і прийняття альтернативних варіантів рішення. Усі ці дії в сукупності є по-суті розробкою стратегічного плану.

Передача знань вимагає постійного зв'язку між підрозділами, що беруть участь в інноваційному процесі. В міру просування до виробництва, участь дослідницької групи і групи розроблювачів знижується, а також змінюється і

характер інноваційного процесу. На цій стадії ці групи по неволі здобувають нові знання і кваліфікацію, що можуть бути використані для підвищення продуктивності праці, зниження собівартості, мінімізації фактора ризику. З просуванням продукту на ринок цей підрозділ при обробці інформації, що надходить ззовні, враховує зворотні сигнали і вимоги ринку. При цьому він формує нові цілі для розвитку та удосконалення продукту.

На початковій стадії процесу приймається до уваги крива життєвого циклу виробу. Стосовно до ділянки підйому кривої під впливом накопичених знань і інформації йде розрахунок на модифікації, що ведуть до істотного підвищення ефективності.

Інноваційний процес характеризується: первісним і кінцевим станом об'єкта, тривалістю переходу з початкового стану в кінцевий, механізмом розвитку і проміжними стадіями.

У принципі розвиток об'єкта нескінченний у часі. Процес кінцевий. Розвиток процесу представляється як сукупність розвитку процесів, що знаходяться у взаємозв'язку. Будь-який процес – це поступальний рух у розвитку об'єкта, але не обов'язково інноваційний. Перетворення економічних систем може бути як неусвідомленим, так і тотожним. Інноваційним процесам властива інтеграція наукових знань, що належать до різних наукових дисциплін.

Таким чином, інноваційний процес – це аспект інновації, значення якого у процесі відновлення економічного об'єкта. Якщо врахувати такі його складові, як інформаційна, комунікаційна і трансформаційна, то інноваційний процес можна охарактеризувати, як сукупність перерахованих вище процесів .

Інформаційний процес характеризується одержанням, збереженням, обробкою і передачею інформації, на основі якої стають можливими різного роду перетворення.

Комунікативний процес характеризується як соціально-психологічний процес, що забезпечує прогнозування, нейтралізацію і подолання умов, що перешкоджають появі і розвитку інновацій; також цей процес забезпечує взаємодію та організацію діяльності з прийняття рішень щодо інноваційних

перетворень.

Трансформаційний процес характеризує первісний стан економічної системи, зміст інновації, перехід системи в інший стан, засоби перетворення та ін.

Тут варто також згадати про дещо інше розуміння інноваційного процесу. Тут він розглядається як системне відновлення економічної системи з позиції загальної теорії систем .

При розробці інноваційної політики, як правило, використовується лінійна модель, а саме фундаментальні дослідження - прикладні дослідження - комерційні розробки, незважаючи на те, що ця модель має значні недоліки. Такий підхід визначає межі інформаційної бази, виходячи з якою оцінюється інноваційна діяльність. У такий спосіб характеризується лише дуже вузька область інноваційної діяльності і відбивається практично лише перша ступінь інноваційного циклу – виробництво нових знань. У лінійній моделі багато факторів і елементів інноваційної діяльності не приймалися до уваги . Ця модель не враховує вплив ринку та економічної кон'юнктури, зв'язки між промисловістю і наукою, потенціалу інновацій, ризику і можливості використання в даному технологічному і соціальному середовищі, мотивації і можливості підприємців.

На сьогоднішній день лінійна структура інноваційного процесу, як передача знань по стадіях інноваційного циклу і просування нового товару на ринок, стає не актуальною. І, навпаки, структура зі зворотними зв'язками між її складовими стає предметом для обговорення.

Нелінійна або ланцюгова модель інноваційного процесу полягає в тому, що по мірі просування від ідеї нововведення до його реалізації багаторазово повторюються дослідження і розробки. Таким чином, наука виступає не тільки як джерело інноваційних ідей, сфера створююча передумови для інноваційної діяльності, а як ресурс, що може бути використаний для вирішення проблем у будь-якій ланці інноваційного циклу. Так, проблеми прикладного чи комерційного характеру вимагають фундаментальних досліджень, комерційні розробки можуть стимулювати фундаментальні дослідження. Основним фактором успіху або провалу інновації при такому підході є ефективність існуючих зв'язків між різними

фазами інноваційного циклу, між виробництвом, наукою, ринком.

Існує певний зв'язок між середовищем і вибором стратегії, типом продукту і процесом інновації, способом використання виробничих ресурсів і станом розвитку виробничого процесу.

Узявши за основу модель життєвого циклу продукту, можна стверджувати, що з часом змінюються характеристики самого продукту, інноваційного процесу, а разом з ними змінюються стратегії конкуренції і зростання.

Виходячи з усього вищесказаного, інноваційний процес варто розуміти як системне відновлення, якісне і структурне перетворення елементів системи, що ведуть до появи нововведення.

1.2 Конкурентоспроможність: сутність та методи досягнення

Компанія може будувати своє управління виходячи з різних концепцій - фінансової, прораховуючи найбільш оптимальні сфери витрат та інвестицій; конкурентної, витісняючи будь-якими способами конкурента з ринку; товарної, поліпшуючи якісні показники своєї продукції, та інших. Проте в даний час найбільший ефект дає концепція, орієнтована на з'ясування і задоволення додаткових запитів споживачів певного цільового ринку.

Проблема якості та конкурентоспроможності продукції носить в сучасному світі універсальний характер. Від того, наскільки успішно вона вирішується, залежить багато що в економічному і соціальному житті будь-якої країни, практично будь-якого споживача.

Конкурентоспроможність – концентроване вираження всієї сукупності можливостей будь-якого виробника створювати, випускати і збувати товари і послуги. Фактор конкуренції носить примусовий характер, примушуючи виробника під загрозою витіснення з ринку невпинно займатися системою якості у цілому конкурентоспроможністю своїх товарів, а ринок об'єктивно і строго оцінює

результати їх діяльності. В умовах розвиненого конкурентного ринку маркетинг стає ефективним засобом вирішення проблеми якості та конкурентоспроможності товарів і послуг, відчуючи, у свою чергу, їх зворотний вплив, який розширює або знижує його можливість.

Конкурентоспроможність товару – вирішальний фактор комерційного успіху на розвиненому конкурентному ринку. Це багатоаспектне поняття, що означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки по своїм якісним, технічним, економічним, естетичним характеристиками, але і по комерційних і інших умов його реалізації.

Будь-який товар або послуга, що знаходяться на ринку, фактично проходять там перевірку на ступінь задоволення суспільних потреб: кожен покупець купує той товар/послугу, яка максимально задовольняє його особисті потреби, а вся сукупність покупців - той товар/послугу, яка найбільш повно відповідає суспільним потребам, ніж конкуруючі з ними.

Необхідно відзначити, що будь-який товар або послуга після виходу на ринок починає поступово витрачати свій потенціал конкурентоздатності. Такий процес можна сповільнити і навіть тимчасово затримати, але зупинити - неможливо. Тому новий виріб або послуга проектується за графіком, що забезпечує його вихід на ринок до моменту значної втрати конкурентоздатності колишнім виробом. Інакше кажучи, конкурентоспроможність нової послуги або товару повинна бути випереджальною і досить довгостроковою.

Щоб повніше зрозуміти сутність конкурентоспроможності, відзначимо кілька важливих моментів:

- конкурентоздатність включає три основні складові. Одна з них жорстко зв'язана з виробом як таким і значною мірою зводиться до якості. Інша зв'язана як з економікою створення збуту і сервісу товару, так і з економічними можливостями й обмеженнями споживача. Нарешті, третя відбиває все те, що може бути приємно чи неприємно споживачу як покупцю, як людині, як члену тієї чи іншої соціальної групи тощо;

- покупець - головний оцінювач товару. А це приводить до дуже важливої в

ринкових умовах істині: всі елементи конкурентоздатності товару повинні бути настільки очевидні потенційному покупцю, щоб не могло виникнути найменшого сумніву чи іншого тлумачення у відношенні любого з них;

- як відомо, кожен ринок характеризується «своїм» покупцем. Тому споконвічно неправомірна ідея про деяку абсолютну, не пов'язану з конкретним ринком, конкурентоспроможність.

Конкурентоспроможність – не показник, рівень якого можна обчислити для себе і для конкурента, а потім перемогти. Насамперед – це така діяльність в умовах ринку, основними пріоритетами якої є:

- розуміння нестатків споживача і тенденції їх розвитку;
- знання поведінки і можливостей конкурентів;
- знання стану і тенденцій розвитку ринку;
- знання навколишнього середовища і її тенденцій;
- вміння створити такий товар і так довести його до споживача;
- щоб споживач зволів його товару конкурента.

Сьогодні конкурентоспроможність стала зручним, концентруючим увагу і думку терміном, за яким вибудовується все різноманіття стратегічних і тактичних прийомів маркетингу [67].

Фактори конкурентоспроможності – явища і процеси виробничо-господарської діяльності підприємства і соціально-економічного життя суспільства, які викликають зміну абсолютної і відносної величини витрат на виробництво і реалізацію продукції, а в результаті зміна рівня конкурентоспроможності організації.

Управління конкурентоспроможністю організації – це забезпечення оптимального співвідношення складових чинників конкурентоспроможності у процесі здійснення виробничо-господарської діяльності.

Фактори можуть впливати як у бік підвищення конкурентоспроможності організації, так і в бік зменшення. Чинники визначають засоби і способи використання резервів конкурентоспроможності. Але наявність самих факторів недостатньо для забезпечення конкурентоспроможності. Отримання конкурентної

переваги на основі факторів залежить від того, наскільки ефективно вони використовуються. Конкурентні переваги організації закладаються вже на стадії постановки цілей і розробки стратегії.

Є фірми, стратегія конкурентної боротьби яких заснована не на спеціалізації, а на більш низьких витратах виробництва. Вони виготовляють великий асортимент продукції стандартного світового рівня якості і зі стандартною ціною.

Інший тип компаній будує конкурентну стратегію на менш ризикованих і більш дешевих принципах - спеціалізація при вузькій номенклатурі продукції. Це продукція вищого світового рівня в своїх класах спеціалізації і коштує недешево.

Наступний тип фірм займається випуском вузького кола якісної продукції за дешевими цінами. Така продукція не відрізняється вишуканими і різноманітними властивостями. Вона проста, надійна і дешева.

Природно, не обов'язково дотримуватися тільки однієї, колись обраної стратегії забезпечення конкурентоспроможності. Освоївши випуск одного-двох виробів, доступних широкому колу небагатих покупців, можна почати підготовку до освоєння іншої стратегії. Шлях розширення свого асортименту, зберігаючи всі настільки ж низькі ціни, що виправдують не особливо високий рівень якості, призведе до стратегії орієнтації на витрати, яка дозволить різко збільшити і обсяги реалізації, і суми одержуваного прибутку. Якщо не розширювати асортимент, а всі доходи направити на підвищення якості своїх товарів, то цей шлях приведе до стратегії вибіркової спеціалізації. Цей шлях може забезпечити достатньо високий рівень рентабельності вкладеного капіталу.

Конкурентні переваги підприємств криються в постійному вдосконаленні бізнес-процесу при ефективному використанні і розподілі ресурсів. Причому, ринок змушує підприємців виробляти продукт/послугу з метою максимально задоволення своїх споживачів, підвищення рівня їх лояльності і збільшення частки постійних клієнтів. У зв'язку з цим стратегію досягнення конкурентоспроможності компанії можна розглядати у вигляді комплексної трьох крокової стратегії вдосконалення бізнес-процесу, спрямованої на утримання і, по можливості, збільшення числа постійних клієнтів компанії.

Крок 1: тотальне управління якістю - вдосконалення кожного етапу бізнес-процесу. Охоплює всю діяльність організації.

Крок 2: бенчмаркінг - запозичення процесів у конкурентів і еталонних компаній. Застосовується для поліпшення стандартного процесу у випадках, коли внутрішні і зовнішні обмеження дозволяють впровадити сторонній процес, змінюючи його відповідно до вимог вашого підприємства.

Крок 3: аутсорсинг - придбання процесу у сторонньої організації. Застосовується у випадках, коли витрати на вдосконалення процесу власними силами або застосування бенчмаркінгу перевищують вартість послуг зовнішньої організації.

Вибір стратегії залежить від структури стратегічного потенціалу фірми та особливостей галузі.

Враховуючи це, кожна компанія повинна постійно підтримувати на високому рівні свій стратегічний потенціал, його фактори (кадри, технології, інвестиції в основні фонди, маркетингові дослідження та комунікації), щоб мати можливість, систематично аналізуючи макро - і мікросередовища, досягати максимального конкурентного статусу, забезпечує тривале процвітання фірми.

В умовах конкуренції одним з головних факторів забезпечення конкурентоспроможності організації ставати людський ресурс. Розвиток людських ресурсів відбувається через навчання. Провідні зарубіжні компанії витрачають на професійний розвиток від 2 до 10 % фонду заробітної плати. Ці витрати розглядаються як капіталовкладення в потенціал своїх співробітників від яких організація очікує віддачі у вигляді підвищення продуктивності праці.

В даний час важко уявити собі будь-яку сферу людської діяльності, де не існувало б безперервної конкурентної економічної боротьби. Значить ні один тип конкурентної переваги (або їх комплекс) не буде достатнім або довгостроковим, якщо виробник не зуміє захистити себе від проникнення на свій ринок суперників; своєчасно передбачити зміни ринкової кон'юнктури; оцінити свої можливості адекватно відреагувати на зміну стан ринку; і, нарешті, провести заходи підстроювання внутрішньокорпоративних відносин під змінилися ринкові умови.

Таким чином, здатність компанії працювати в динамічному конкурентному середовищі при утриманні наявних конкурентних переваг, як мінімум, в незмінному вигляді, також є чинником конкурентної переваги виробника, який називається конкурентоспроможністю компанії.

При виборі шляхів підвищення конкурентоспроможності компанії нерідко буває дуже своєчасним рішення не про запуск нового, не про зняття з виробництва морально застарілого, а про модифікацію товару/послуг. Рішення про модифікацію товару приймається з метою задоволення особливих вимог покупців для одержання більшого прибутку.

Безперечним є і розвиток такого напрямку підвищення конкурентоспроможності компанії, як своєчасне надання комплексу послуг, зв'язаних зі збутом і використанням обладнання та іншої продукції і забезпечують їх постійну готовність до високоефективної експлуатації, тобто сервісне або післяпродажне обслуговування. При вмілій організації сервіс є вирішальним чинником підвищення конкурентоспроможності товару.

У вирішенні задач підвищення конкурентоздатності продукції з кожним роком все зростаюче значення набуває проблема вибору і освоєння нових ринків збуту. У зв'язку з цим на будь-якому підприємстві дуже важливі аналітико-пошукові зусилля в цій області. Нові ринки збуту вирішальним чином можуть змінити конкурентоспроможність товару і рентабельність збутової діяльності.

Зрозуміло, що, впроваджуючи товар на новий ринок, можна продовжити життєвий цикл товару. Сезонні коливання в попиті можуть сприяти успішній реалізації того самого товару в різних точках планети. А збільшення обсягу продажів на нових ринках дозволить знизити витрати виробництва на одиницю продукції, насамперед за рахунок використання дешевої робочої сили, досить низьких рівнів податків і митних податків і ряду інших факторів на нових ринках збуту.

У зв'язку з цим дуже важливо для подальшого розвитку конкурентоздатності товару (перш ніж перейти до нового, його модифікації, зняття з виробництва) спробувати вийти з ним на новий ринок збуту, якщо на внутрішньому його

конкурентоспроможність різко впала.

В результаті оцінки конкурентоспроможності продукції можуть бути прийняті наступні шляхи підвищення конкурентоздатності [77].

- зміна складу, структури застосовуваних матеріалів, комплектуючих виробів та/або конструкції продукції або послуги; • зміна порядку проектування продукції або послуги;

- зміна технології виготовлення продукції або надання послуги;
- зміна цін на продукцію або послуги;
- зміна порядку реалізації продукції або послуги на ринку;
- зміна структури і розміру інвестиції в розробку, виробництво і збут продукції або послуги;

- зміна структури й обсягів коопераційних поставок при виробництві продукції і цін на комплектуючі вироби і складу обраних постачальників;

- зміна системи стимулювання постачальників;

- зміна структури імпорту і видів імпортованої продукції.

Підводячи підсумок, виділимо три головних шляхи підвищення конкурентоспроможності організації: підвищення якості товару або послуги; зниження ціни на товар або послугу; поліпшення збуту товару або послуги.

Висновки до розділу 1

Розвиток цивілізації змінив відношення людини до його навколишнього середовища, зробив радикальну переоцінку цінностей.

Поширення сучасної техніки і технологій, їх зростаючий вплив на життя людського суспільства і навколишнє середовище викликало необхідність виробити нову технічну етику.

Розвиток цивілізації змінив відношення людини до його навколишнього середовища, зробив радикальну переоцінку цінностей.

Поширення сучасної техніки і технологій, їх зростаючий вплив на життя людського суспільства і навколишнє середовище викликало необхідність виробити нову технічну етику.

Інновації ідентифіковані в підприємстві, функція якого полягає у реформуванні виробництва шляхом використання винаходів або різноманітних можливостей для випуску нових чи старих, але новим способом, товарів, відкриття нових джерел сировини, ринків збуту, реорганізації виробництва та ін., тобто здійснення нових комбінацій факторів виробництва або різноманітні інновації.

Ринок же є найкращим координатором усієї сукупності процесів використання своїх інформаційних переваг. Зона найбільшої невизначеності ринкової інформації повинна стати проривом у майбутнє, де конкуренція є пошук змін у перевагах споживачів і нових засобах їхнього задоволення.

Відповідно до думки перерахованих вище вчених, основними напрямками інноваційної діяльності, є наступні:

- організаційно-управлінські: реструктуризація управлінського апарата; впровадження нових методів управління; використання ринкових методів господарювання;

- виробничі інновації: технічні інновації; технологічні інновації: впровадження інформаційних технологій і логістичних принципів, упровадження нових методів фірмового обслуговування, використання маркетингових концепцій і інших методів забезпечення ефективної діяльності підприємства;

- інновації в товари (послуги): підвищення рівня і якості товарів та послуг; генерування нових видів товарів та послуг.

Існує безліч класифікацій інновацій. Нижче наведена найбільш повна, на нашу думку, класифікація інновацій.

За метою інновація може бути: відкриваюча; та, що заміщує; поліпшуюча; поворотна; ретроінновація; та, що скасовує; псевдоінновація.

За типом інновації поділяються на: організаційно-управлінські: реструктуризація управлінського апарату, використання ринкових методів управління; соціальні, що включають у себе інновації економічні, екологічні,

юридичні, політичні, освітні і змішані; виробничі: процес виробництва товарів та послуг; продуктово-технологічні: продуктові, технічні, технологічні, транспортні послуги, змішані.

За ступенем інтенсивності інновації поділяються на : слабкий ступінь інтенсивності; середній ступінь інтенсивності; масовий ступінь інтенсивності; понадмасовий (бум) ступінь інтенсивності.

За сферами охоплення інновації підрозділяються на: макроекономічна або глобальна; мікроекономічна або локальна; внутрішнє середовище підприємства; незалежна (спеціалізація та область застосування не залежать від середовища).

З причин виникнення: інновації можуть виникнути в силу: несподіваного випадку; потреб НТП; зміни структури ринку чи галузі; зміни в сприйнятті і потребах; унаслідок нагромадження наукових знань.

За рівнем ефективності інновації поділяються на: низький рівень ефективності; середній рівень ефективності; високий рівень ефективності.

Щодо часу настання ефекту: терміновий (до 1 року); поточний (1-3 року); перспективний (4 і більш років).

За ступенем новизни інновації : нова для підприємства; нова для галузі в країні; нова для галузі у світі; нова для галузі промисловості.

Інноваційний процес варто розуміти як системне відновлення, якісне і структурне перетворення елементів системи, що ведуть до появи нововведення.

Проблема якості та конкурентоспроможності продукції носить в сучасному світі універсальний характер. Від того, наскільки успішно вона вирішується, залежить багато що в економічному і соціальному житті будь-якої країни, практично будь-якого споживача.

Конкурентоспроможність – концентроване вираження всієї сукупності можливостей будь-якого виробника створювати, випускати і збувати товари і послуги. Фактор конкуренції носить примусовий характер, примушуючи виробника під загрозою витіснення з ринку невпинно займатися системою якості у цілому конкурентоспроможністю своїх товарів, а ринок об'єктивно і строго оцінює результати їх діяльності. В умовах розвиненого конкурентного ринку маркетинг

стає ефективним засобом вирішення проблеми якості та конкурентоспроможності товарів і послуг, відчуючи, у свою чергу, їх зворотний вплив, який розширює або знижує його можливість.

Конкурентоспроможність товару – вирішальний фактор комерційного успіху на розвиненому конкурентному ринку. Це багатоаспектне поняття, що означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки по своїм якісним, технічним, економічним, естетичним характеристиками, але і по комерційних і інших умов його реалізації.

2 Комплексний аналіз господарської діяльності товариства з обмеженою відповідальністю «Еліт»

2.1 Характеристика підприємства та виконуваних послуг

Товариство з обмеженою відповідальністю «Еліт» створено і діє на базі об'єднання майна фізичних та юридичних осіб, на підставі Статуту її відповідно до Цивільного кодексу, Господарського Кодексу, Закону України «Про господарське товариства», інших актів законодавства України, внутрішніх актів, правил, процедур, регламентів, затверджених органами управління Товариства відповідно до їх компетенції.

Місцезнаходження ТОВ «Еліт» - Україна, місто Харків.

Товариство відповідає за своїми зобов'язаннями всім своїм майном, на яке відповідно до чинного законодавства може бути звернене стягненням.

Учасники не відповідають по зобов'язаннях своїх учасників.

Основною метою діяльності товариства є одержання законного прибутку за допомогою участі у цивільному, борговому обороті шляхом задоволення попиту на ринку на вироблену продукцію, виконання робіт і надання послуг у сферах, обумовлених предметом діяльності.

Предметом діяльності товариства є :

- купівля-продаж;
- зовнішньоекономічна діяльність;
- оптова торгівля;
- будівництво будівель;
- ремонтні роботи;
- виробництво будівельних металевих конструкцій;
- виробництво лаків та фарб;
- роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах без переваги продовольчого асортименту;

- здійснення операцій з нерухомістю;
- оренда та надання в користування нерухомого майна;
- послуги щодо купівлі-продажу нерухомості;
- купівля-продаж нерухомості;
- здійснення капіталовкладень в нерухоме майно, ремонт і реконструкція нерухомості;
- діяльність в області бухгалтерського обліку та аудиту;
- надання юридичних, консультаційних, інформаційно-аналітичних послуг с пошуку ділових партнерів, об'єктів інвестування та інших послуг;
- представництво в підприємствах, організаціях і установах усіх форм власності, органах державної влади та місцевого самоврядування, нотаріаті;
- організація проведення лекцій, курсів, семінарів по тематиці, не забороненої чинним законодавством;
- маркетингове дослідження ринку;
- рекламна діяльність;
- організація і проведення виставок, аукціонів, презентацій;
- торгово-закупівельна та посередницька діяльність;
- виробництво, покупка, реалізація товарів народного споживання і продукції виробничо-технічного призначення;
- виробництво, закупівля та реалізація будівельних матеріалів;
- торгівля транспортними засобами, у тому числі автомобілями, мотоциклами, тракторами і др.;
- організація об'єктів громадського харчування;
- закупівля у населення сільськогосподарської продукції за наявні кошти;
- побутові та сервісні послуги;
- інші види діяльності не заборонені законодавством.

Товариство є власником майна, переданого йому учасниками товариства у власність як вклад до статутного капіталу; одержаних доходів; іншого майна.

Органами управління товариства є загальні збори учасників та директор

товариства.

Вищим органом управління товариства є загальні збори учасників.

Учасники мають кількість голосів, пропорційну розміру їх часток в статутному капіталі товариства.

Збори можуть обирати з числа учасників товариства терміном на 3 роки Голову зборів.

Збори можуть приймати рішення з усіх питань діяльності товариства.

До компетенції загальних зборів належать наступні питання:

- визначення основних напрямів діяльності товариства, затвердження його планів і звітів про їх виконання;
- внесення змін до статуту товариства, зміна розміру його статутного капіталу;
- створення та відкликання виконавчого органу товариства;
- визначення форм контролю та створення відповідних керуючих органів;
- питання про придбання частки;
- прийняття рішення про ліквідацію товариства та ін.

Рішення приймаються простою більшістю голосів. Загальні збори визначаються повноважними, якщо на них присутні учасники, що володіють у сукупності більш 60% голосів [88].

Загальні збори скликаються по мірі необхідності, але не рідше одного разу на рік.

Поточне керівництво діяльністю товариства здійснює директор, що обирається на посаду та звільнюється загальними зборами учасників.

Директор виконує наступні функції:

- здійснює управління поточною діяльністю товариства та його структурних підрозділів;
- вчиняє дії від імені товариства;
- відкриває та здійснює операції за банківськими рахунками товариства;
- розпоряджується майном і коштами товариства, вчиняє договору;
- видає довіреності від імені товариства та ін.

Загальні збори учасників можуть формувати органи, що здійснюють постійний контроль за фінансово-господарською діяльністю вищо навчено органу – директора. Для здійснення контролю за фінансовою діяльністю товариства може призначатися аудиторська перевірка. Припинення діяльності товариства проходить шляхом його реорганізації чи ліквідації.

ТОВ «Еліт» здійснює свою діяльність по м. Харкову та Харківської області. Головний офіс знаходиться в місті Харків..

Дана територія є дуже вигідною з погляду свого розташування, тому що має доступ практично до усіх шляхів сполучення (крім водяного). Доставка необхідних будівельних матеріалів здійснюється переважно автомобільним транспортом, тому що він є найкращим по ступені територіального охоплення, досить швидкий, надійний, його можна використовувати в будь-яку погоду і час доби, витрати на перевезення в нього значно нижче. Іноді може бути задіяний і залізничний транспорт, тому що Харків є великим залізничним вузлом.

Для того, щоб ТОВ «Еліт» функціонувало успішно, воно повинно надавати такі послуги і за такими цінами, щоб вони задовольняли певні потреби замовників і користувалися реальним попитом. Але надавати якісні, конкурентоздатні послуги недостатньо, необхідно знати, яким шляхом найбільш зручно для замовників послуга може бути надана.

Виконання цих завдань покладається на збутові підрозділи і системи товароруху, що забезпечують і виконують роботу по зближенню послуг виробника і кінцевого споживача [72].

Підприємство використовує прямі канали розподілу послуг, тобто без участі посередників. Замовлення на певну роботу приймає директор, а потім передає його начальнику одного з будівельних відділів, який і виконує умови укладеного договору. Договори можуть укладати і самі начальники будівельних відділів, а потім інформувати про це директора.

Підприємство має свої склади тривалого збереження, на яких зберігається мінімальний запас часто використовуваних будматеріалів. Інші матеріали доставляються на склад під індивідуальне замовлення. Однак зразки всіх

матеріалів є в каталозі кожного будівельного відділу. Замовлення надходить на склад через 12 годин з моменту замовлення, доставку здійснюють постачальники.

На успішну діяльність ТОВ «Еліт» сприятливий вплив дає проведена їм комунікаційна політика. Вона включає:

- рекламу;
- стимулювання збуту;
- пропаганду;
- виставки;
- особистий продаж.

Підприємство бере участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, має свої каталоги, торгово-рекламну літературу; практикує знижки постійним замовникам, розміщає рекламу в засобах масової інформації, здійснює особистий продаж через постійних замовників.

Для детального дослідження фінансово – економічного стану ТОВ «Еліт», проаналізуємо показники його діяльності.

Основні фінансово-економічні показники наведено в таблиці 2.1, а їх динаміка – на рисунках 2.1 – 2.2.

Таблиця 2.1 – Аналіз основних фінансово-економічних показників ТОВ «Еліт», 2020-2022 рр.

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Зміна		
				абс. (+,-)	відн., %	
					до 2021 р.	до 2020 р.
1	2	3	4	5	6	7
Дохід від реалізації продукції, тис. грн.	2 360,1	3 059,4	4 294,8	1 235,4	140,4	181,9
Собівартість, тис. грн.	659,6	768,0	799,9	31,9	104,1	121,1
Валовий прибуток, тис. грн.	1 566,2	2 186,3	3 400,2	1 213,9	155,5	217,1
Вартість основних засобів, тис. грн.	390,8	970,7	1 120,4	149,7	115,3	286,4

Продовження таблиці 2.1

1	2	3	4	5	6	7
Чисельність працівників, люд.	27	25	32	7	128,0	118,5
Фондовіддача, грн/грн	8,9	4,5	3,9	-0,6	86,7	43,8
Фондоозброєність, грн/люд.	9,8	27,2	34,5	7,3	126,8	352,0
Рентабельність продукції, %	225,7	250,4	380,3	129,9	152,0	168,5
Коефіцієнт зносу основних фондів	0,07	0,056	0,033	-0,023	58,9	47,1
Коефіцієнт оновлення основних фондів	0,61	0,58	0,72	0,14	124,1	118,1
Продуктивність праці, тис.грн/люд.	87,4	122,4	134,2	11,8	109,8	154,1

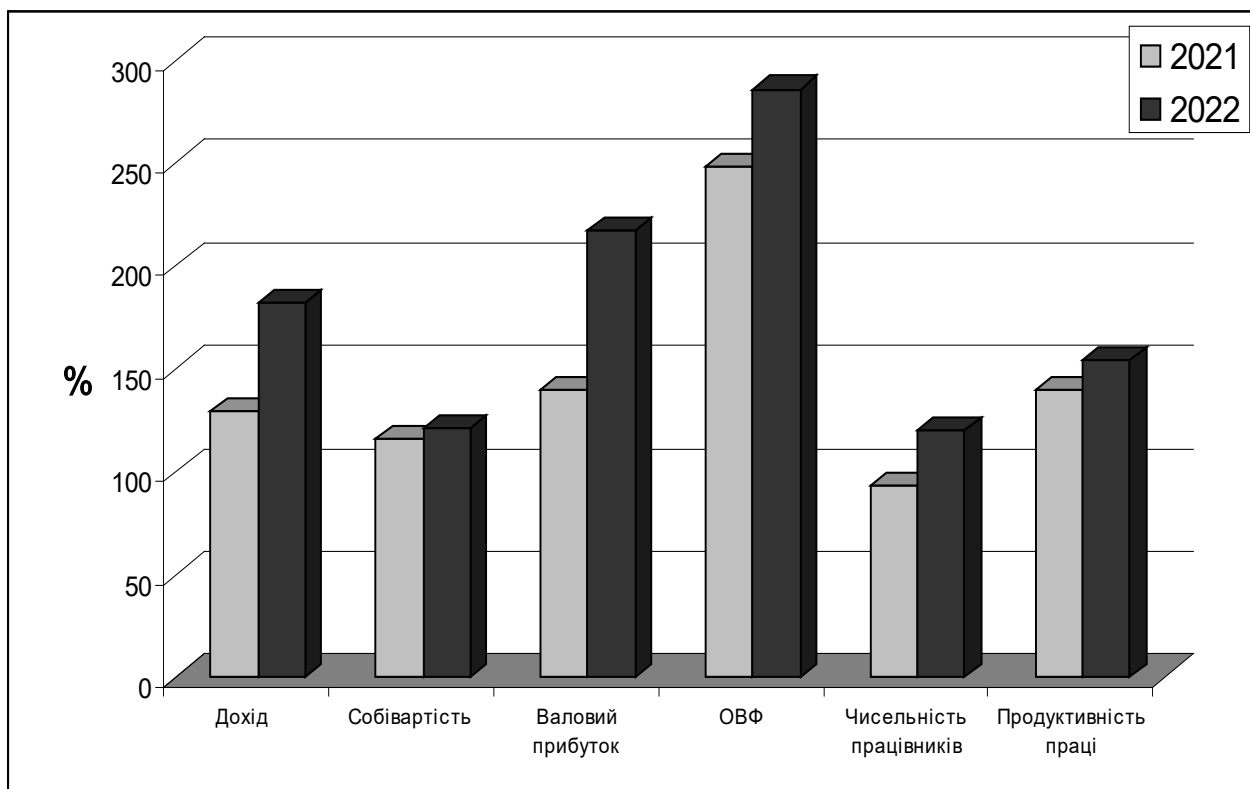


Рисунок 2.1 – Динаміка основних показників роботи підприємства, у % до 2020 р.

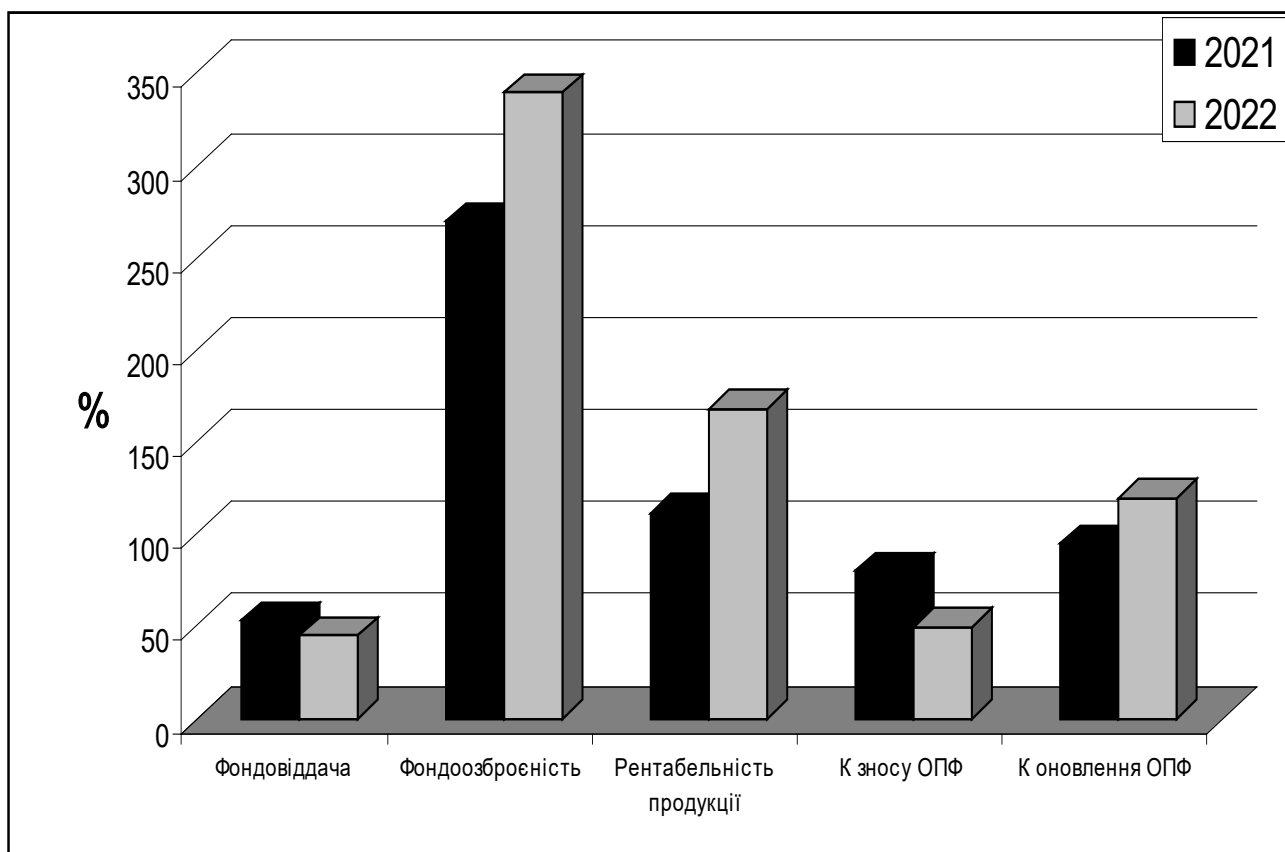


Рисунок 2.2 – Аналіз основних показників підприємства, у % до 2020 р.

Згідно аналізу, ми можемо побачити, що доходи та прибутки підприємства мають тенденцію до зростання (за аналізує мий період вони збільшились приблизно у 2 рази), що свідчить про ефективне функціонування ТОВ «Еліт» в м. Харків.

Фондовіддача показує, скільки реалізовано продукції в розрахунку на 1 грн. вартості основних фондів. Аналізуючи даний показник по підприємству помітно значне зменшення цього показника (у 2 рази), що свідчить про достатньо ефективне використання основних фондів.

Основні засоби – важлива складова активів підприємства. Коефіцієнт зносу основних виробничих фондів характеризує рівень їх морального і фізичного зносу. На підприємстві даний показник за аналізує мий період зменшився у 2 рази, що показує, що рівень зносу основних фондів на підприємстві зменшується. Це є дуже сприятливий фактор.

Для забезпечення самофінансування підприємство повинно забезпечувати

збільшення рівня рентабельності.

З показників, наведених у таблиці можна зробити висновок, підприємство, що аналізується - прибуткове та рентабельне. Як свідчать дані, рентабельність за аналізований період зросла на 68,5%.

Це означає, що операційна діяльність підприємства досягає рівня самоокупності і самофінансування.

2.2 Аналіз основних фондів підприємства

Техніко-економічний аналіз містить у собі:

- аналіз ефективності використання основного капіталу;
- аналіз використання трудових ресурсів підприємства;
- аналіз собівартості послуг;
- аналіз прибутку і рентабельності.

Основні виробничі фонди (ОВФ) є, як правило, найбільшими в загальній сумі основного капіталу підприємства. Від їхньої кількості, вартості, технічного рівня, ефективності використання багато в чому залежать кінцеві результати діяльності підприємства: випуск продукції, її собівартість, прибуток, рентабельність, фінансова стійкість. Для аналізу технічного стану і руху основних фондів використовують наступні показники:

- коефіцієнт зносу;
- коефіцієнт придатності;
- коефіцієнт оновлення (надходження);
- коефіцієнт вибуття;
- коефіцієнт приросту.

Основні засоби, якщо їхня вартість менше 1000 грн. та термін служби більш року, підприємство вважає малоцінними необоротними активами.

Амортизація основних фондів – це поступове перенесення вартості засобів

праці по мірі їх морального та фізичного зносу на вироблену продукцію. Грошовим вираженням амортизації служать амортизаційні відрахування, що включаються в собівартість продукції. Перехід до ринкової економіки вимагає від підприємства підвищення ефективності виробництва, конкурентоздатності продукції і послуг на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу, ефективних форм господарювання й управління виробництвом, подолання безгосподарності, активізації підприємництва, ініціативи [87].

Важлива роль у реалізації цієї задачі приділяється техніко-економічному аналізу діяльності суб'єктів господарювання. З його допомогою виробляються стратегія і тактика розвитку підприємства, улаштовуються плани й управлінські рішення, здійснюється контроль за їхнім виконанням, виявляються резерви підвищення ефективності виробництва, оцінюються результати діяльності підприємства, його підрозділів і працівників.

Дані про технічний стан і рух основних фондів наведено у таблиці 2.2, динаміка показників основних фондів на рисунку 2.3, а показники ефективності використання основних фондів у таблиці 2.3. та рисунку 2.4.

Таблиця 2.2– Показники технічного стану і руху основних фондів

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Зміна		
				абс. (+,-)	відн., %	
					до 2021 р.	до 2020 р.
1	2	3	4	5	6	7
Знос, тис. грн.	10,1	18,5	32,7	14,2	176,7	323,7
Вартість фондів на початок періоду, тис. грн.	140,4	390,8	970,7	579,9	248,7	692,9
Вартість фондів на кінець періоду, тис. грн.	390,8	970,7	1 120,4	149,7	115,5	286,4
Вартість введених фондів, тис. грн.	239,5	567,3	131,7	-435,6	23,2	55,2

Продовження таблиці 2.2

1	2	3	4	5	6	7
Вартість ліквідованих фондів, тис. грн.	10,9	12,6	18,0	5,4	142,9	165,1
Коефіцієнт зносу	0,07	0,056	0,033	-0.023	58,9	47,1
Коефіцієнт придатності	0,03	0,054	0,067	0,013	124,1	223,3
Коефіцієнт оновлення	0,61	0,58	0,12	-0.46	20,6	19,7
Коефіцієнт вибуття	0,075	0,032	0,018	-0.014	5,63	24,0

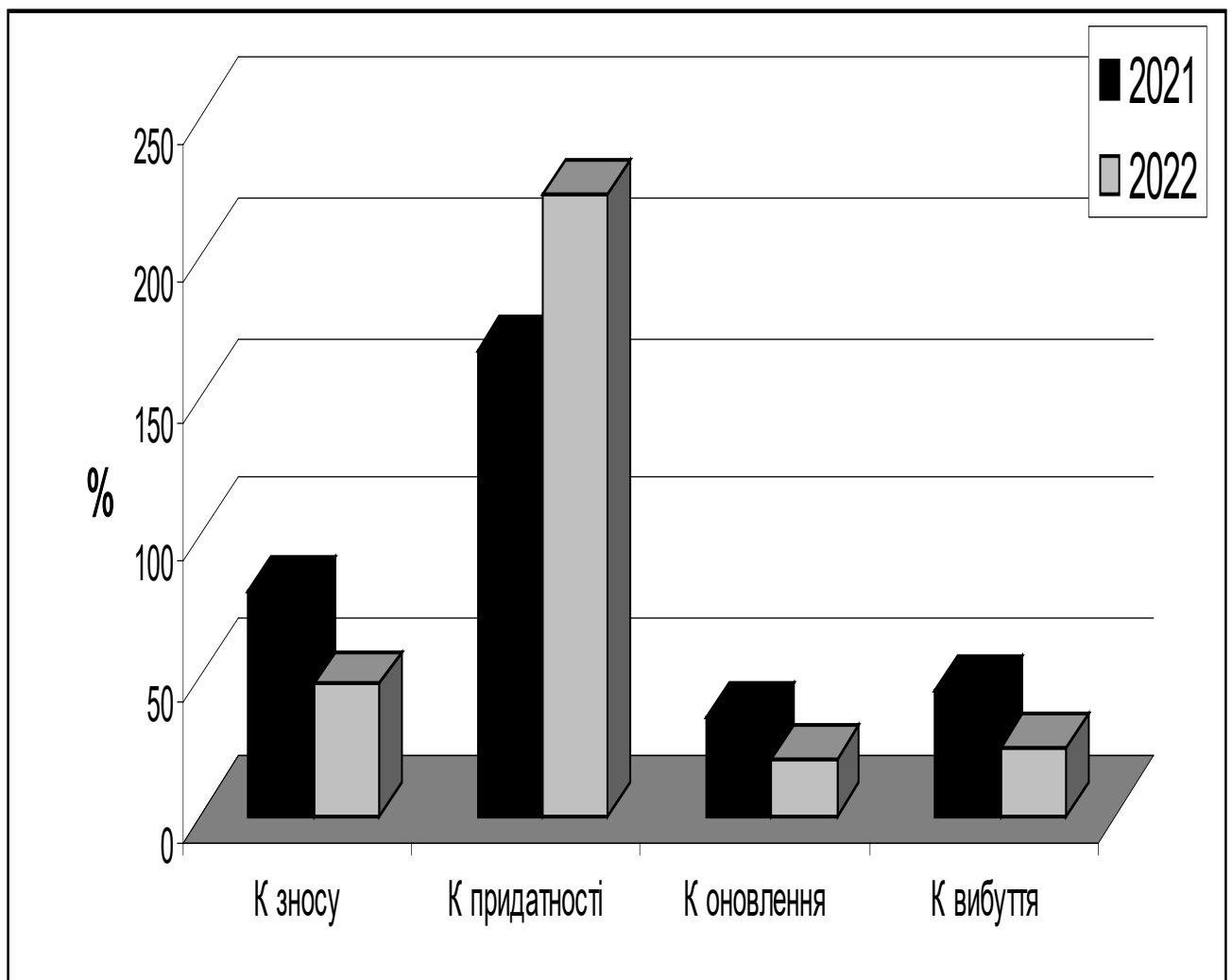


Рисунок 2.3 - Динаміка показників стану і руху основних фондів, у % до 2020 р.

Як видно з таблиці 2.2 та рисунку 2.3, коефіцієнт зносу зменшився на 52,9%. Однак на ряду з цим, відзначається значне зменшення коефіцієнта оновлення – на 80,3%.

Для узагальнюючої характеристики ефективності використання основних засобів служать показники фондовіддачі, фондоємності та фондоозброєності.

Фондовіддача визначається відношенням вартості зробленої чи реалізованої продукції після відрахування ПДВ, акцизів до середньорічної вартості основних виробничих фондів. Вона показує, скільки продукції доводиться на 1 грн. фондів.

Фондоємність зворотний показник фондовіддачі.

Фондоозброєність визначається відношенням середньорічної вартості основних виробничих фондів до чисельності робітників.

Таблиця 2.3 – Показники ефективності використання основних фондів

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Зміна		
				абс. (+,-)	відн., %	
					до 2021 р.	до 2020 р.
Вартість фондів на початок періоду, тис. грн.	140,4	390,8	970,7	579,9	248,7	692,9
Вартість фондів на кінець періоду, тис. грн.	390,8	970,7	1 120,4	149,7	115,5	286,4
Середньорічна вартість ОВФ, тис. грн.	265,6	680,75	1 104,6	423,9	162,3	415,1
Чисельність робітників, люд.	27	25	32	7,0	128,0	118,5
Вартість реалізованої продукції, тис. грн.	2 360,1	3 059,4	4 294,8	1235,4	140,4	181,9
Фондовіддача	8,9	4,5	3,9	-0,6	86,7	43,8
Фондоємність	0,11	0,22	0,26	0,04	118,2	136,4
Фондоозброєність	9,8	27,2	34,5	7,3	126,8	352,1

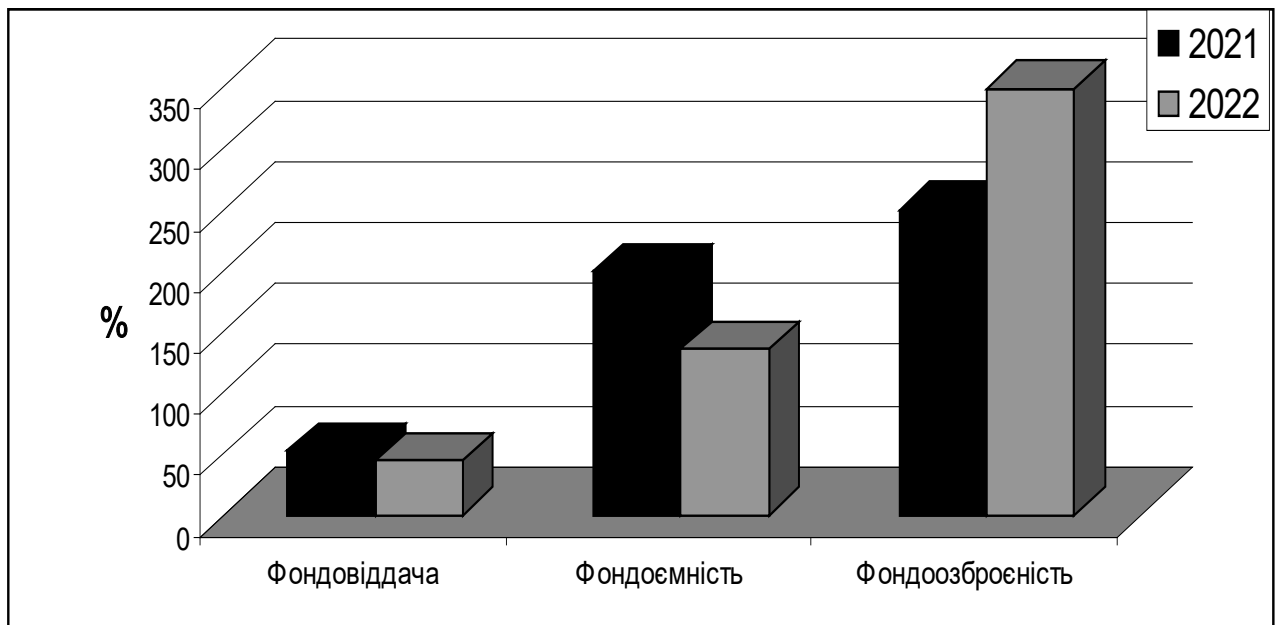


Рисунок 2.4 - Динаміка показників ефективності використання основних фондів, у % до 2020 р.

Таким чином, на протязі періоду, що аналізується, спостерігається зменшення фондівіддачі (на 56,2 %), що є негативним фактором.

Збільшення фондоємності на 36,4% і збільшення фондоозброєності практично у три рази є дуже позитивним фактом для підприємства.

2.3 Аналіз використання трудових ресурсів підприємства

До трудових ресурсів відноситься та частина населення, що має необхідні фізичні данні, знання і навички праці у відповідній галузі. Достатня забезпеченість підприємства потрібними трудовими ресурсами, їхнє раціональне використання, високий рівень продуктивності праці мають велике значення для збільшення об'ємів продукції і підвищення ефективності виробництва [51].

Зокрема, від забезпеченості підприємства трудовими ресурсами й ефективності їхнього використання залежать об'єм і своєчасність виконання всіх робіт, ефективність використання устаткування, машин, механізмів і як результат

об'єм виробництва продукції, її собівартість, прибуток, ряд інших економічних показників.

Аналіз трудових ресурсів включає:

- аналіз руху робочої сили;
- аналіз використання робочого часу;
- аналіз продуктивності праці;
- аналіз використання коштів на оплату праці.

Для характеристики руху робочої сили розраховують і аналізують динаміку наступних показників:

- коефіцієнт обороту по прийому;
- коефіцієнт стабільності кадрів;
- коефіцієнт плинності кадрів та ін.

Вихідні дані і значення перерахованих вище показників представлені в таблиці 2.4 та на рисунку 2.5.

Таблиця 2.4 – Показники руху робочої сили

Показник	2020р.	2021 р.	2022 р.	Зміна		
				абс. (+,-)	відн., %	
					до 2021 р.	до 2020 р.
Середньоспискова чисельність працюючих, люд	27	25	32	7,0	128,0	118,5
Прийнято працівників, люд	4	11	7	4,0	63,6	175,0
Вибуло працівників, люд	6	4	2	-2,0	50,0	33,3
Коефіцієнт обороту по прийому	0,15	0,44	0,22	-0,22	50,0	146,7
Коефіцієнт обороту по вибуттю	0,22	0,16	0,06	-0,1	37,5	27,2
Коефіцієнт загального обороту	0,4	0,6	0,3	-0,3	50,0	75,0
Коефіцієнт плинності кадрів	0,22	0,16	0,06	-0,1	37,5	27,2

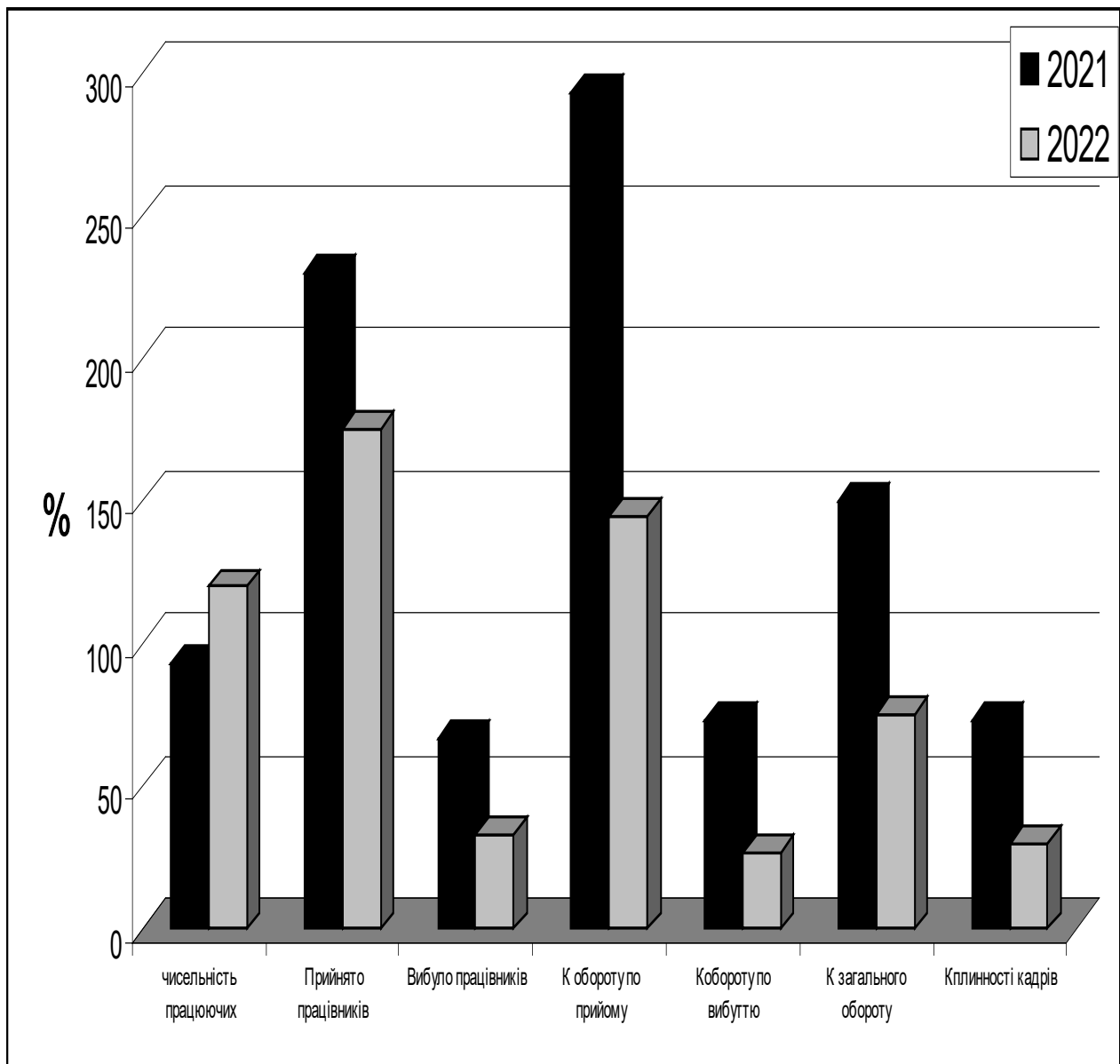


Рисунок 2.5 – Динаміка показників руху робочої сили, у % до 2020 р.

Аналіз руху робочої сили виявив зменшення коефіцієнту плинності кадрів на 72,8%, що є дуже позитивним фактором, так як для підприємства краще, коли кваліфіковані робітники працюють на ньому багато років.

Наступним етапом аналізу трудових ресурсів є аналіз продуктивності праці.

Розрахункові значення продуктивності праці по роках представлені в таблиці 2.5 та на рисунку 2.6.

Таблиця 2.5 - Аналіз продуктивності праці

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Зміна		
				абс. (+,-)	відн., %	
					до 2021 р.	до 2020 р.
Виручка від реалізації продукції, тис. грн.	2 360,1	3 059,4	4 294,8	1235,4	140,4	181,9
Середньоспискова чисельність працюючих, люд	27	25	32	7,0	128,0	118,5
Продуктивність праці, тис. грн./люд	87,4	122,4	134,2	11,8	110,1	154,0

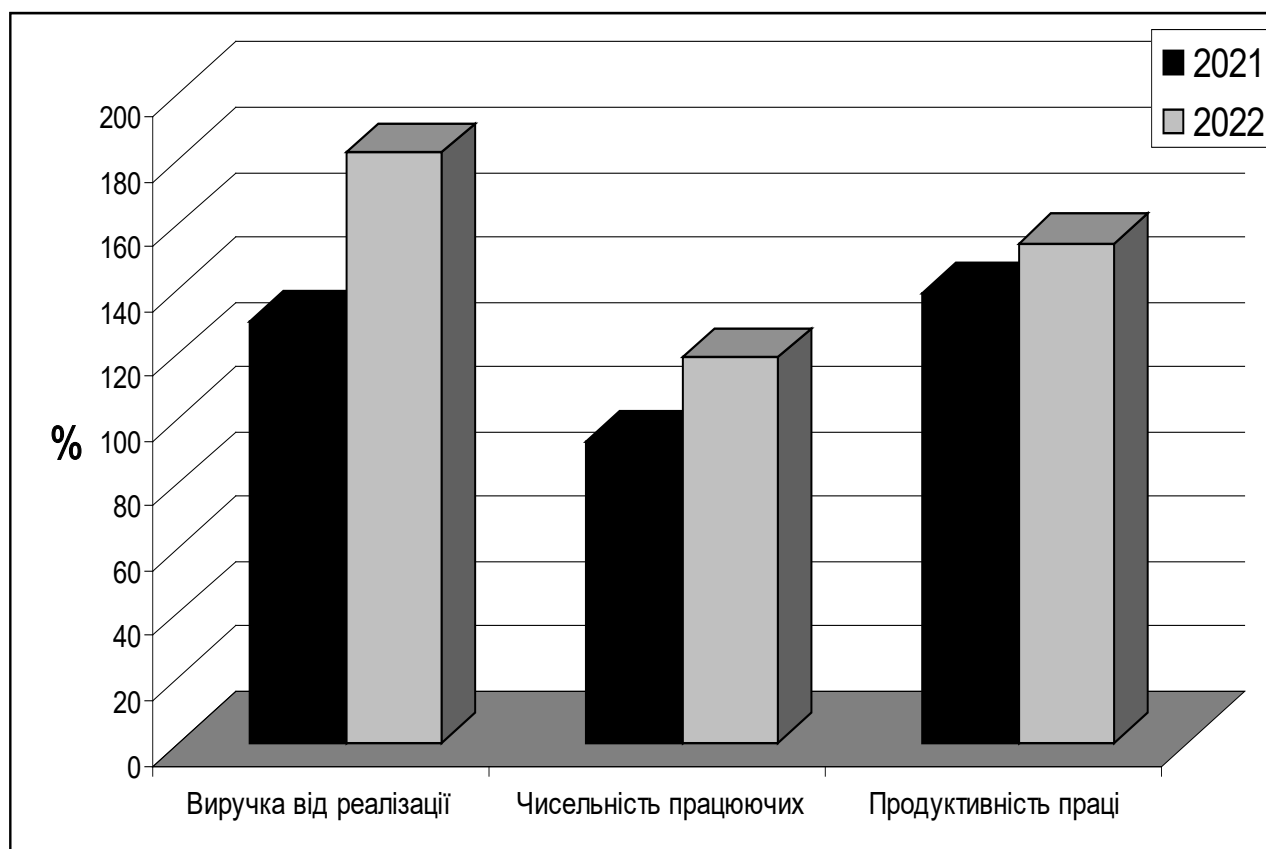


Рисунок 2.6 – Динаміка показників продуктивності праці, у % до 2020 р.

Аналізуючи дані таблиці 2.5, можна зробити висновок, що за період з 2020 р. по 2022 р. продуктивність праці збільшилась на 54 %.

Це сталося головним чином, за рахунок: значного збільшення обсягу реалізованої продукції на 81,9% на фоні незначного підвищення чисельності

працівників на 18,5%.

Також необхідно проаналізувати використання коштів на оплату праці, що наведено у таблиці 2.6 та рисунку 2.7.

Таблиця 2.6 – Використання коштів на оплату праці

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Зміна		
				абс. (+,-)	відн., %	
					до 2021 р.	до 2020 р.
Середньоспискова чисельність працюючих, люди	27	25	32	7,0	128,0	118,5
Фонд оплати праці, тис. грн.	230,1	259,3	309,2	49,9	80,0	134,3
Продуктивність праці, тис. грн./люд	87,4	122,4	134,2	11,8	110,1	154,0
Середньомісячна заробітна платня, грн.	7899,0	8059,2	9609,0	1549,8	119,2	121,6

Виходячи з даних таблиці можна зробити висновок щодо позитивних явищ, що були виявлені у процесі аналізу, до них слід віднести перевищення темпів росту продуктивності праці над темпами росту заробітної плати, що графічно наведено на рисунку 2.7.

Така ситуація є нормальною для приватних підприємств, тому що вона обумовлена об'єктивними причинами (такими як, перш за все, незначному підвищенню мінімальної заробітної плати на загальнодержавному рівні та на підприємстві, об'єктивному зниженню кількості персоналу на фоні значного збільшення обсягів реалізованої продукції) [39].

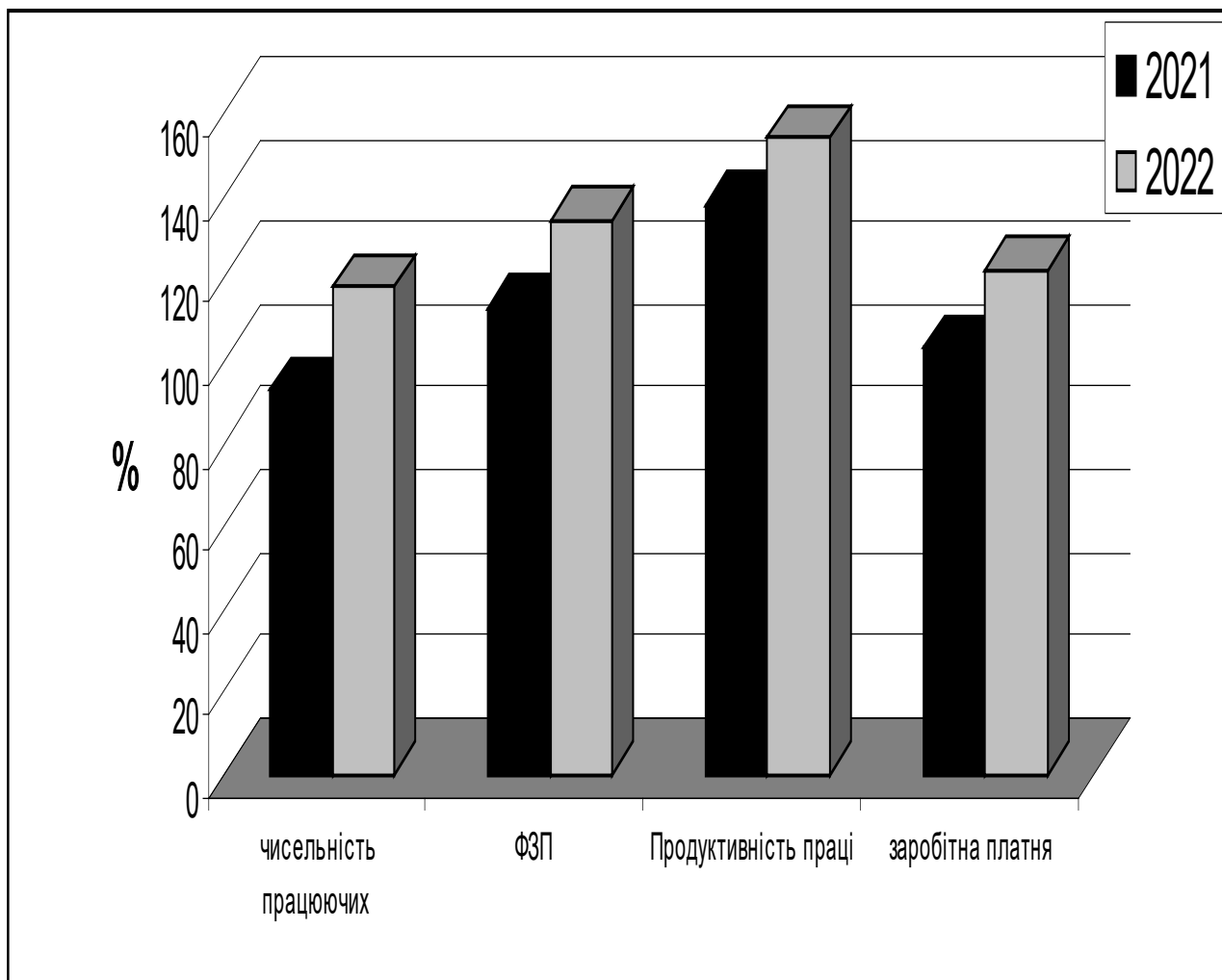


Рисунок 2.7 – Динаміка показників праці, у % до 2020 р.

2.4 Аналіз операційних витрат та собівартості продукції

Операційні витрати плануються за статтями номенклатури витрат та за елементами витрат:

- заробітна плата;
- відрахування на соціальні заходи;
- паливо;
- електроенергія;
- матеріали;

- амортизаційні відрахування;
- інші витрати.

Динаміка операційних витрат за елементами з 2020 по 2022 роки наведена у таблиці 2.7, та на рисунку 2.8, а їх структура – у таблиці 2.8 та на рисунку 2.9.

Таблиця 2.6 – Аналіз операційних витрат за елементами

Показник	2020 р.	2021 р.	2022р.	Зміна		
				абс. (+,-)	відносна, %	
					до 2021 р.	до 2020р.
Матеріальні витрати, тис. грн.	111,1	138,8	165,1	26,3	118,7	148,6
Фонд оплати праці, тис. грн.	230,1	259,3	309,2	49,9	80,0	134,3
Відрахування на соц. заходи, тис. грн.	77,9	86,5	102,0	15,5	117,2	130,7
Амортизація, тис. грн.	10,1	18,5	32,7	14,2	176,7	323,7
Інші операційні витрати, тис. грн.	27,9	32,8	38,6	5,8	116,8	137,8
Операційні витрати, усього, тис. грн.	457,1	535,9	647,6	111,7	120,7	141,3

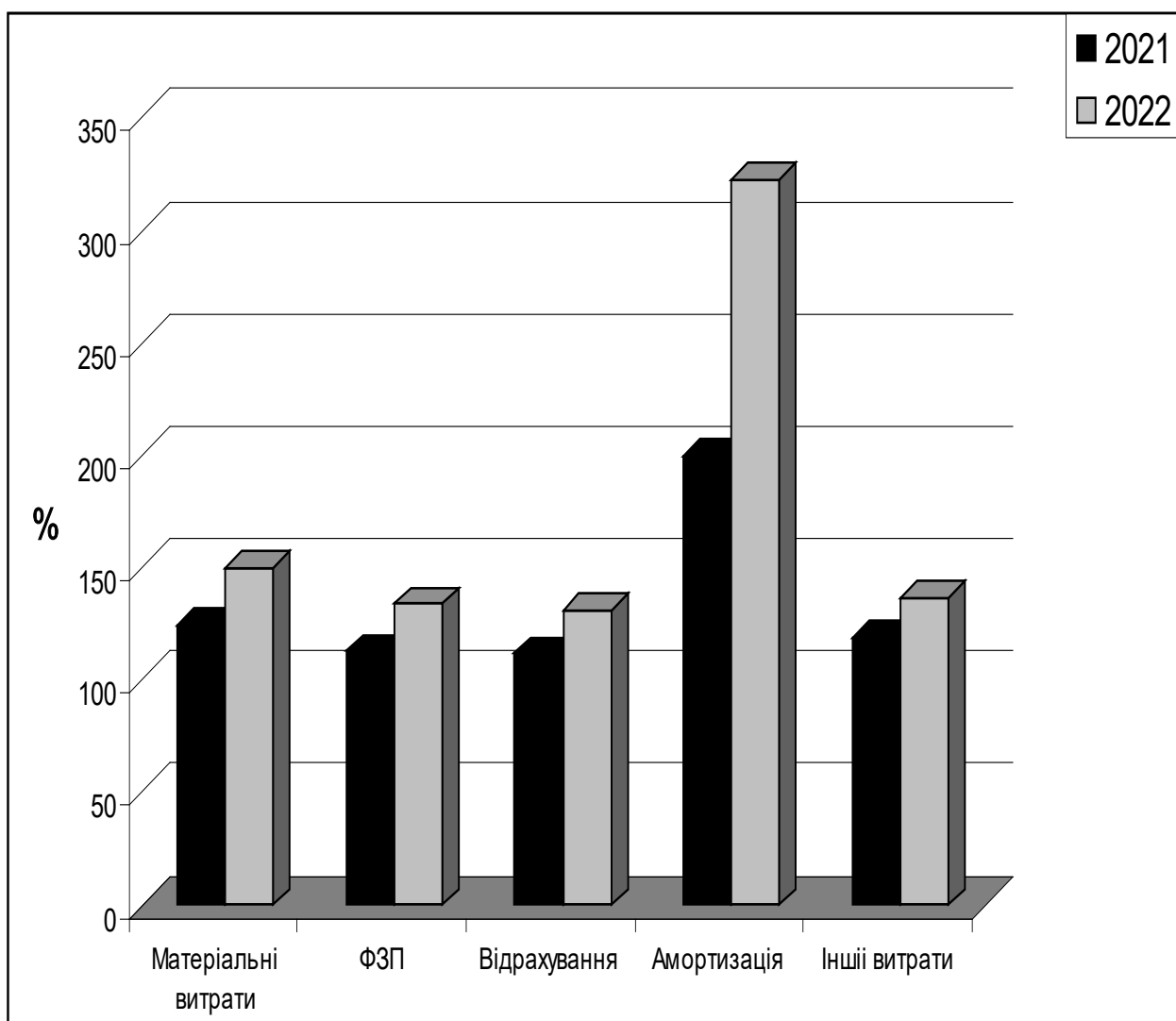


Рисунок 2.8 - Динаміка операційних витрат, у % до 2020 р.

Слід зазначити, що у цілому операційні витрати зросли на 41,3% період, що аналізується.

Це сталося за рахунок таких статей витрат, як:

- матеріальні витрати, вони зросли на 48,6%, це сталося в основному за рахунок подорожчання сировини, матеріалів та пального;
- на 34,3% зріс фонд заробітної платні, це сталося за рахунок значного підвищення мінімальної заробітної плати на загальнодержавному рівні;
- відрахування на соціальні заходи збільшились на 30,7% із-за збільшення фонду заробітної платі;

– амортизація збільшилась практично у 3 рази завдяки частковому оновленню основних фондів та закупівлі нового обладнання.

Значне збільшення спостерігається також і по другим статтям операційних витрат, що графічно наведено на рисунку 2.9.

Таблиця 2.8 – Структура операційних витрат, %, 2020-2022 рр.

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.
Матеріальні витрати	24,2	25,9	25,4
Фонд заробітної плати	50,1	48,4	47,9
Відрахування на соц. заходи	17,3	16,2	15,8
Амортизація	2,2	3,4	5,0
Інші операційні витрати	6,2	6,1	5,9
Операційні витрати, усього	100,0	100,0	100,0

Що стосується структури операційних витрат, слід зазначити, що найбільшу частину у неї займає стаття матеріальні витрати (25,4%) та ФОП (47,9%).

Також, маємо сказати, що структура на протязі періоду, що аналізується, практично не змінилась, що графічно наведено на рисунку 2.9.

Для зменшення операційних витрат необхідно:

- більш активно впроваджувати прогресивні технології;
- знизити витрати щодо сировини та палива;
- підвищити рівень механізації та автоматизації процесів виробництва та управління.

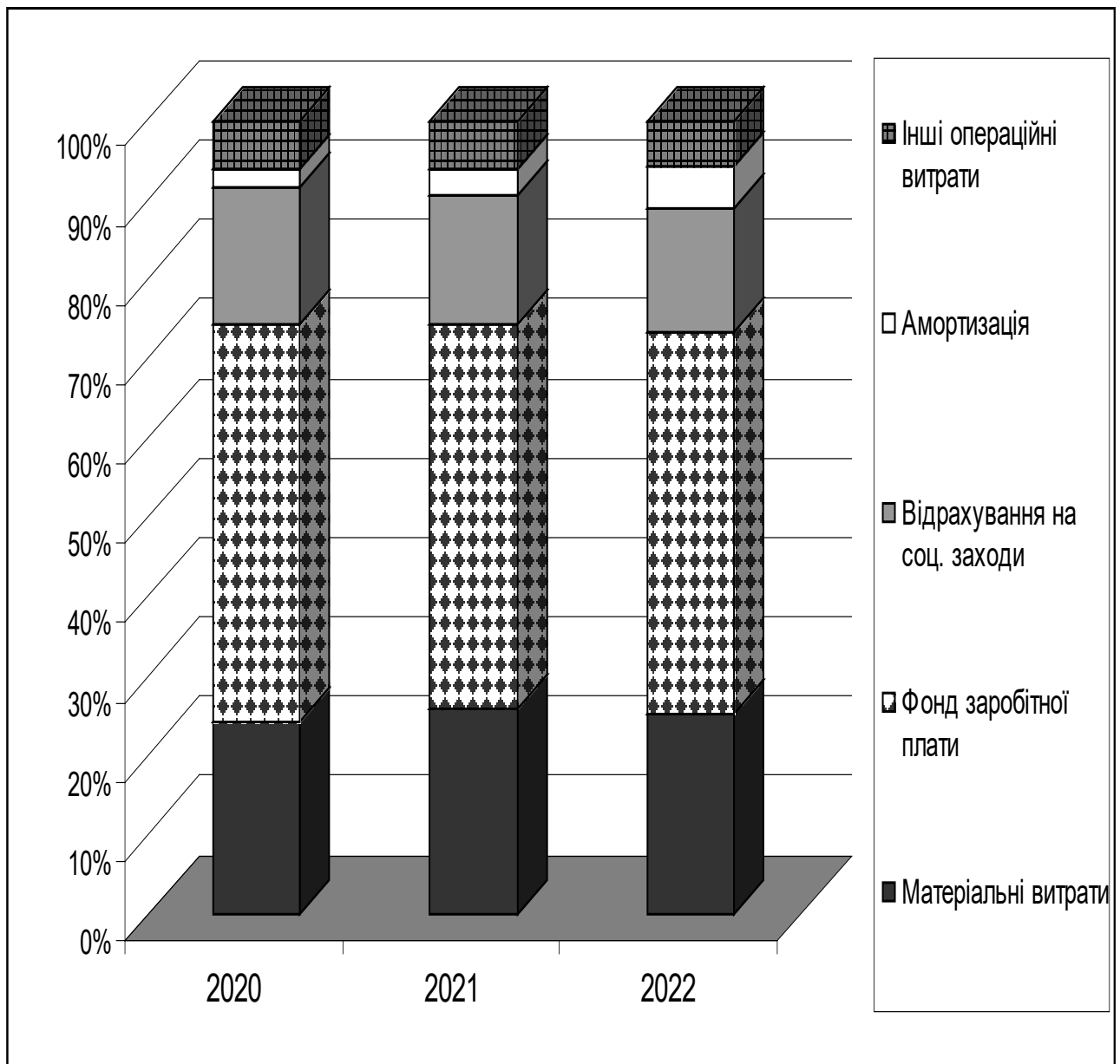


Рисунок 2.9 - Структура операційних витрат, %

Собівартість продукції - один з найважливіших економічних показників діяльності промислових підприємств і об'єднань, що виражає в грошовій формі всі витрати підприємства, пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції. Собівартість показує, у що обходиться підприємству продукція, що випускається їм.

У собівартість включаються перенесені на продукцію витрати минулої праці:

- амортизація основних фондів;
- вартість сировини, матеріалів, палива й інших матеріальних ресурсів;

– витрати на оплату праці працівників підприємства (заробітна плата) та ін.
Аналіз собівартості наведений у таблиці 2.9, а її динаміка на рисунку 2.10.

Таблиця 2.9 – Аналіз собівартості продукції підприємства

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Зміна		
				абс. (+,-)	відн., %	
					до 2021 р.	до 2022 р.
Виручка від реалізації продукції, тис. грн.	2 360,1	3 059,4	4 294,8	1235,4	140,4	181,9
Операційні витрати, тис. грн.	457,1	535,9	647,6	111,7	120,7	141,3
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	659,6	768,0	799,9	31,9	104,2	121,2

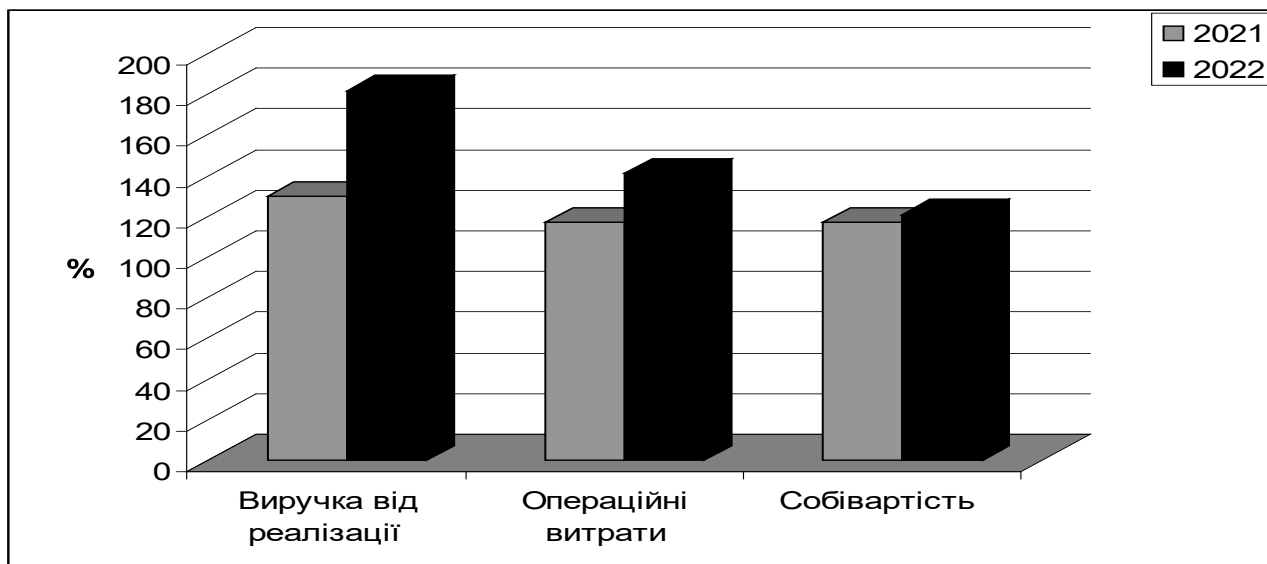


Рисунок 2.10 - Динаміка показників, що характеризують рівень собівартості продукції підприємства, у % до 2020 року

Аналізуючи дані таблиць 2.9, можна сказати, що собівартість реалізованої продукції, збільшилась на 21.2%. Це сталося в основному за рахунок збільшення

операційних витрат, що графічно наведено на рисунку 2.10.

2.5 Аналіз фінансових результатів підприємства

Аналіз доходів та прибутку (збитку) підприємства за період з 2020 по 2022 років наведено в таблиці 2.10.

Таблиця 2.10 - Фінансові результати діяльності підприємства

Показник	2020 р.	2021р.	2022 р.	Зміна		
				абс. (+,-)	відн., %	
					до 2021 р.	до 2022 р.
1	2	3	4	5	6	7
Реалізована продукція						
Доходи, тис. грн.	2 360,1	3 059,4	4 294,8	1 235,4	140,4	181,9
Витрати, тис. грн.	693,9	873,1	894,6	21,5	102,4	125,9
Фінансовий результат, тис. грн.	1 566,2	2 186,3	3 400,2	1 213,9	155,5	217,1
Рентабельність, %	225,7	250,4	380,3	129,9	152,1	168,1
Інша операційна діяльність						
Доходи, тис. грн.	901,9	1033,9	1396,5	362,6	135,0	154,7

Продовження таблиці 2.10

1	2	3	4	5	6	7
Витрати, тис. грн.	786,3	998,0	1225,3	227,3	122,8	155,8
Фінансовий результат, тис. грн.	115,6	35,9	171,2	135,3	475,0	147,4
Рентабельність, %	14,6	3,6	12,9	9,3	358,3	88,3
Інша фінансова діяльність						
Доходи, тис. грн.	387,0	491,0	685,5	194,5	139,5	177,0
Витрати, тис. грн.	187,0	253,4	360,9	107,5	142,3	192,5
Фінансовий результат, тис. грн.	200,0	237,6	324,6	87,0	136,7	162,0
Рентабельність, %	106,9	93,6	89,7	-5,7	95,8	83,8
Інша діяльність						
Доходи, тис. грн.	134,5	175,5	244,3	68,8	138,6	180,7
Витрати, тис. грн.	130,1	160,0	240,8	80,8	150,6	185,4
Фінансовий результат, тис. грн.	4,4	15,5	3,5	-12,0	22,5	79,6
Рентабельність, %	3,4	9,6	1,4	-8,2	14,5	41,1

Доходи підприємства - економічний показник роботи підприємства, що відбиває фінансові надходження від всіх видів діяльності.

Чистий прибуток - частина балансового прибутку підприємства, що залишається в його розпорядженні після сплати податків, зборів, відрахувань, обов'язкових платежів у бюджет.

Із чистого прибутку виплачуються дивіденди акціонерам, виробляються реінвестиції у виробництво й формування фондів і резервів.

Прибуток - перевищення доходів від продажу товарів і послуг над витратами на виробництво й продаж цих товарів.

Прибуток обчислюється як різниця міжиторгом від реалізації продукту господарської діяльності й сумою витрат факторів виробництва на цю діяльність у грошовому вираженні [84].

Рентабельність - показник ефективності діяльності підприємства, що характеризує рівень віддачі від витрат і ступінь використання засобів.

Рентабельність - відношення прибутку до витрат.

Динаміка доходів та прибутку (збитку) підприємства за період з 2020 по 2022 років наведено на рисунках 2.11 та 2.12.

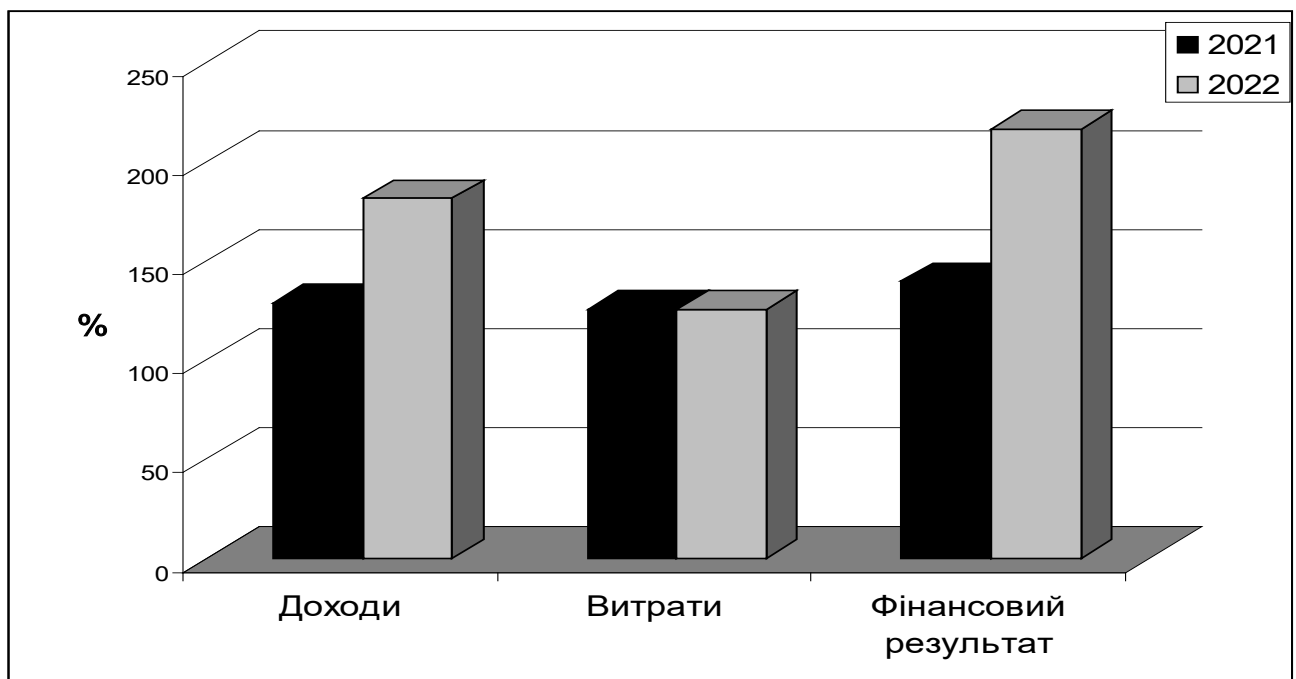


Рисунок 2.11 - Динаміка фінансових результатів, у % до 2020 р.

Фінансовий результат від реалізації продукції зріс у 2 рази на протязі періоду, що аналізується.

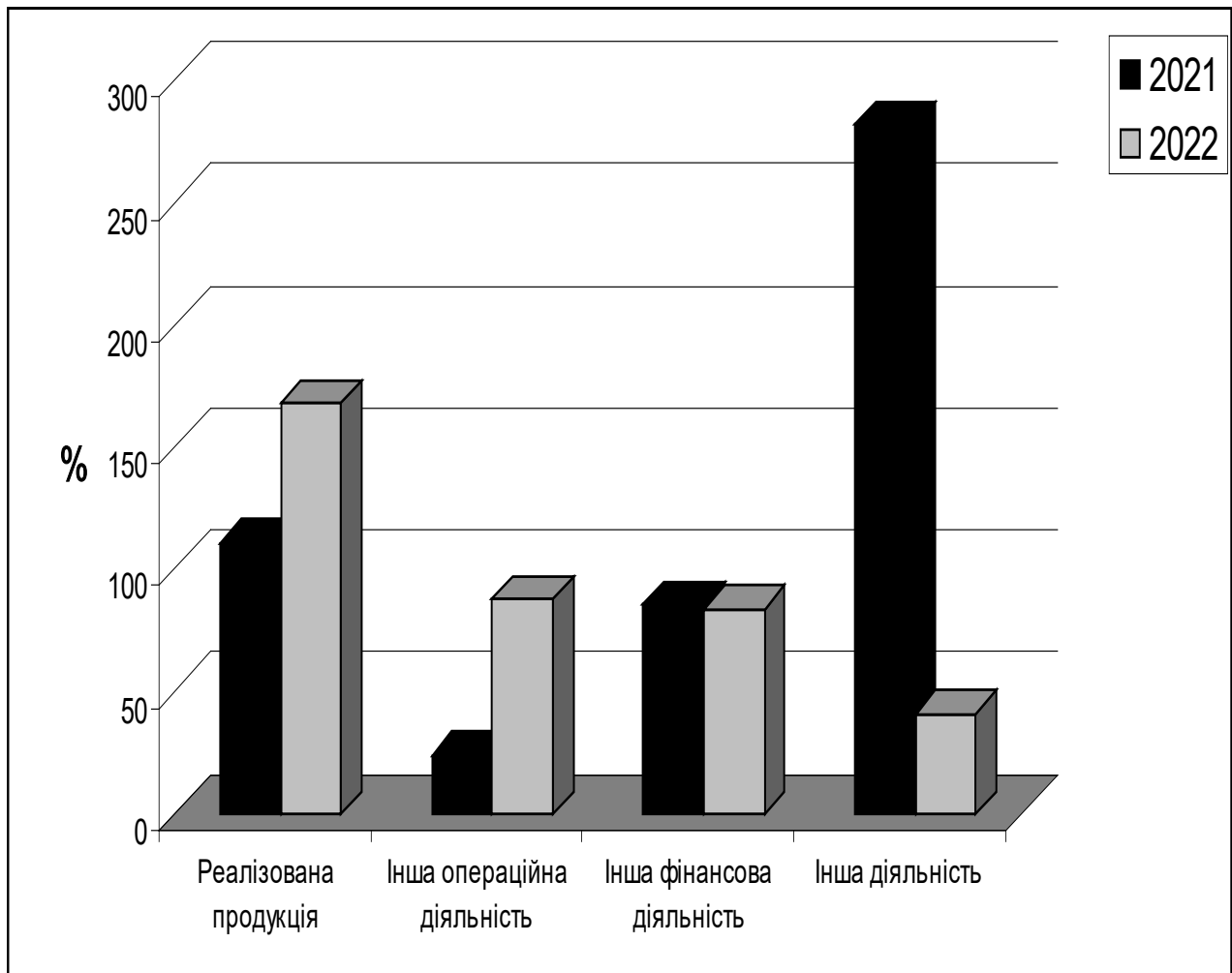


Рисунок 2.12 - Динаміка рентабельності підприємства, у % до 2020 р.

Також позитивним фактором є зріст рентабельності на 61,8%. Це сталося у зв'язку з тим, що темпи росту прибутків підприємства значно перевищують темпи росту витрат підприємства.

Щодо других статей аналізу, слід зазначити, що хоча рентабельність значно зменшилась у 2021 році – це сталося завдяки перевищенню витрат над доходами практично по всім статтям, але у 2022 році, уся показники значно зросли, хоча й не достигли значень 2020 року.

Висновки до розділу 2

Товариство з обмеженою відповідальністю «Еліт» створено і діє на базі об'єднання майна фізичних та юридичних осіб, на підставі Статуту її відповідно до Цивільного кодексу, Господарського Кодексу, Закону України «Про господарське товариства», інших актів законодавства України, внутрішніх актів, правил, процедур, регламентів, затверджених органами управління Товариства відповідно до їх компетенції.

Місцезнаходження ТОВ «Еліт» - Україна, місто Харків.

Товариство відповідає за своїми зобов'язаннями всім своїм майном, на яке відповідно до чинного законодавства може бути звернене стягненням.

Основною метою діяльності товариства є одержання законного прибутку за допомогою участі у цивільному, борговому обороті шляхом задоволення попиту на ринку на вироблену продукцію, виконання робіт і надання послуг у сферах, обумовлених предметом діяльності.

Предметом діяльності товариства є :

- купівля-продаж;
- зовнішньоекономічна діяльність;
- оптова торгівля;
- будівництво будівель;
- ремонтні роботи;
- виробництво будівельних металевих конструкцій;
- виробництво лаків та фарб;
- роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах без переваги продовольчого асортименту;
- здійснення операцій з нерухомістю;
- оренда та надання в користування нерухомого майна;

- послуги щодо купівлі-продажу нерухомості;
- купівля-продаж нерухомості;
- здійснення капіталовкладень в нерухоме майно, ремонт і реконструкція нерухомості;
- діяльність в області бухгалтерського обліку та аудиту;
- надання юридичних, консультаційних, інформаційно-аналітичних послуг з пошуку ділових партнерів, об'єктів інвестування та інших послуг;
- представництво в підприємствах, організаціях і установах усіх форм власності, органах державної влади та місцевого самоврядування, нотаріаті;
- організація проведення лекцій, курсів, Ю семінарів по тематиці, не забороненої чинним законодавством;
- маркетингове дослідження ринку;
- рекламна діяльність;
- організація і проведення виставок, аукціонів, презентацій;
- торгово-закупівельна та посередницька діяльність;
- виробництво, покупка, реалізація товарів народного споживання і продукції виробничо-технічного призначення;
- виробництво, закупівля та реалізація будівельних матеріалів;
- торгівля транспортними засобами, у тому числі автомобілями, мотоциклами, тракторами і др.;
- організація об'єктів громадського харчування;
- закупівля у населення сільськогосподарської продукції за наявні кошти;
- побутові та сервісні послуги;
- інші види діяльності не заборонені законодавством.

На успішну діяльність ТОВ «Еліт» сприятливий вплив дає проведена їм комунікаційна політика. Вона включає:

- рекламу;
- стимулювання збуту;
- пропаганду;

- виставки;
- особистий продаж.

Підприємство бере участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, має свої каталоги, торгово-рекламну літературу; практикує знижки постійним замовникам, розміщає рекламу в засобах масової інформації, здійснює особистий продаж через постійних замовників.

Детального дослідження фінансово – економічного стану ТОВ «Еліт», показує, що доходи та прибутки підприємства мають тенденцію до зростання (за аналізує мий період вони збільшились приблизно у 2 рази), що свідчить про ефективне функціонування ТОВ «Еліт» в м. Харків.

Фондовіддача показує, скільки реалізовано продукції в розрахунку на 1 грн. вартості основних фондів. Аналізуючи даний показник по підприємству помітно значне зменшення цього показника (у 2 рази), що свідчить про достатньо ефективне використання основних фондів.

Основні засоби – важлива складова активів підприємства. Коефіцієнт зносу основних виробничих фондів характеризує рівень їх морального і фізичного зносу. На підприємстві даний показник за аналізує мий період зменшився у 2 рази, що показує, що рівень зносу основних фондів на підприємстві зменшується. Це є дуже сприятливий фактор.

Для забезпечення самофінансування підприємство повинно забезпечувати збільшення рівня рентабельності.

З показників, наведених у таблиці можна зробити висновок, підприємство, що аналізується - прибуткове та рентабельне. Як свідчать дані, рентабельність за аналізований період зросла на 68,5%.

Це означає, що операційна діяльність підприємства досягає рівня самоокупності і самофінансування.

3 Економічне обґрунтування необхідності впроваджень

3.1 Аналіз ринку ремонтно-будівельних робіт

На ринку ремонтно-будівельних робіт досі немає ні чітких критеріїв якості, ні надійних гарантій. Разом з тим, асортимент надаваних ремонтних послуг значно збільшується. Помітно збільшується і попит корпоративних споживачів на даний вид послуг.

Не дивно, що обсяг ринку ремонтно-будівельних робіт продовжує зростати і своїм розмахом він багато в чому зобов'язаний специфіку вітчизняного будкомплексу [65].

Важливими характеристиками ремонтно-будівельного ринку є :

- порівняно велика тривалість життєвого циклу послуг;
- стабільність технологій надання послуг;
- пропоновані послуги стандартні.

Стан ринкової конкуренції доцільно оцінювати чотирма конкурентними силами:

- прямі конкуренти;
- потенційні конкуренти;
- покупці;
- постачальники.

Стан конкуренції на ринку значною мірою залежить від етапу життєвого циклу ринку послуг.

Життєвий цикл ринку залежить від стану наступних характеристик:

- збут;
- прибуток;
- споживачі;
- число конкурентів;
- основні стратегічні зусилля продавців;

- витрати на маркетинг;
- основні зусилля маркетингу;
- поширення послуг;
- ціна.

Характеристика конкурентних сил, що діють на ринку ремонтно-будівельних послуг, наведена в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 - Характеристика конкурентних сил на ринку ремонтно-будівельних послуг

Показники	1 група фірм	2 група фірм	3 група фірм
Прямі конкуренти	Ремонтно-будівельні фірми	Будівельні комплекси, які надають як ремонтно-будівельні послуги так і додаткові	Приватні особи
Потенційні конкуренти	Знову організовані ремонтно-будівельні фірми	Знову організовані будівельні комплекси, які надають ремонтно-будівельні послуги як додаткові так і окремі	Нові приватні особи
Споживачі послуг	«Одноразові» підприємства	Постійні клієнти підприємства	Приватні особи
Постачальники найважливіших інструментів	Організації, що забезпечують життєдіяльність конкуруючих організацій (оренда спеціалізованих приміщень, придбання спеціалізованого автотранспорту та інструментів тощо)		

Для ринку ремонтно-будівельних послуг названі характеристики мають такий наступний стан, що наведено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Аналіз стану характеристик конкурентоспроможності на ринку ремонтно-будівельних послуг

Показник	Стан
Кількість конкурентів	Велика
Ціна	Середня
Поширення послуг	Інтенсивне
Основні зусилля маркетингу	Створення прихильності фірмі
Витрати на маркетинг	Скорочуються
Направленість основних стратегічних зусиль продавців	Відстоювання своєї частки ринку
Споживачі	Масовий ринок
Збут	Швидко зростаючий
Прибуток	Зростаюча

Таким чином, ринок ремонтно-будівельних робіт в Україні знаходиться на етапі «зрілість».

Іншими важливими характеристиками ринку ремонтно-будівельних послуг є наступні:

- високий темп зростання попиту;
- споживачі послуги стають все більш вибагливими і вимагають від постачальника послуг все більших вигод;
- велика кількість конкуруючих фірм, серед яких є великі фірми-лідери;
- гостра цінова конкуренція за частку ринку;
- конкуренти не задоволені своєю часткою ринку і намагаються збільшити її за рахунок частки конкурентів;
- дії фірм-лідерів чинять сильний тиск на інші фірми;
- конкуренція має великий вплив на ціни та рівень збуту.

Таким чином, конкурентна ситуація на ринку ремонтно-будівельних послуг є

складною.

Причиною досить великого попиту на ремонтні послуги, в першу чергу, є той факт, що більша частина офісних приміщень, орендованих підприємствами, це приміщення класу «С» - типові будівлі в стані «без ремонту», які вимагають часткового або капітального ремонту, іноді з переплануванням [59].

Згідно досліджень аналітиків, можна сказати, що відносно сфер дій будівельних підприємств існує певний розподіл у структурі попиту (графічно це наведено на рисунку 3.1):

- офісні приміщення – 53 %;
- бюджетні організації – 38 %;
- об'єкти торгівлі та сфери обслуговування – 9 %.

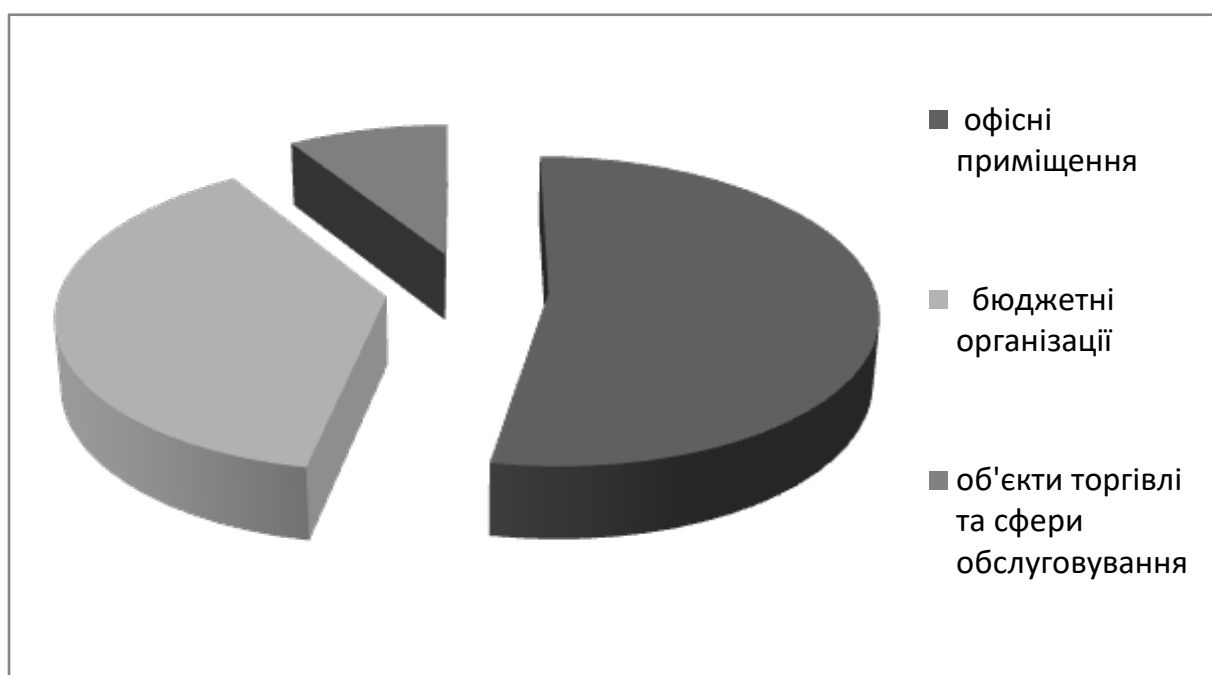


Рисунок 3.1 – Структура попиту будівельного ринку 2021р., %

Змін структури попиту щодо об'єктів ремонту до кінця поточного року не передбачається.

Що стосується загальних витрат на ремонтно-будівельні послуги, то всі підприємства з числа корпоративних споживачів розподілилися наступним чином

(рисунок 3.2).

1 Перша група замовників - це ті, кому потрібен косметичний або так званий частковий ремонт: наклейка шпалер, монтаж підлог тощо. Ця група склала 67,4 % від числа корпоративних споживачів ремонтних послуг.

2 Друга група - це замовники, яким потрібна комплексна обробка економ-класу з невеликою переплануванням - 29,2 % підприємств.

3 Третя група - замовники, які потребують ексклюзив - 3,4 %.

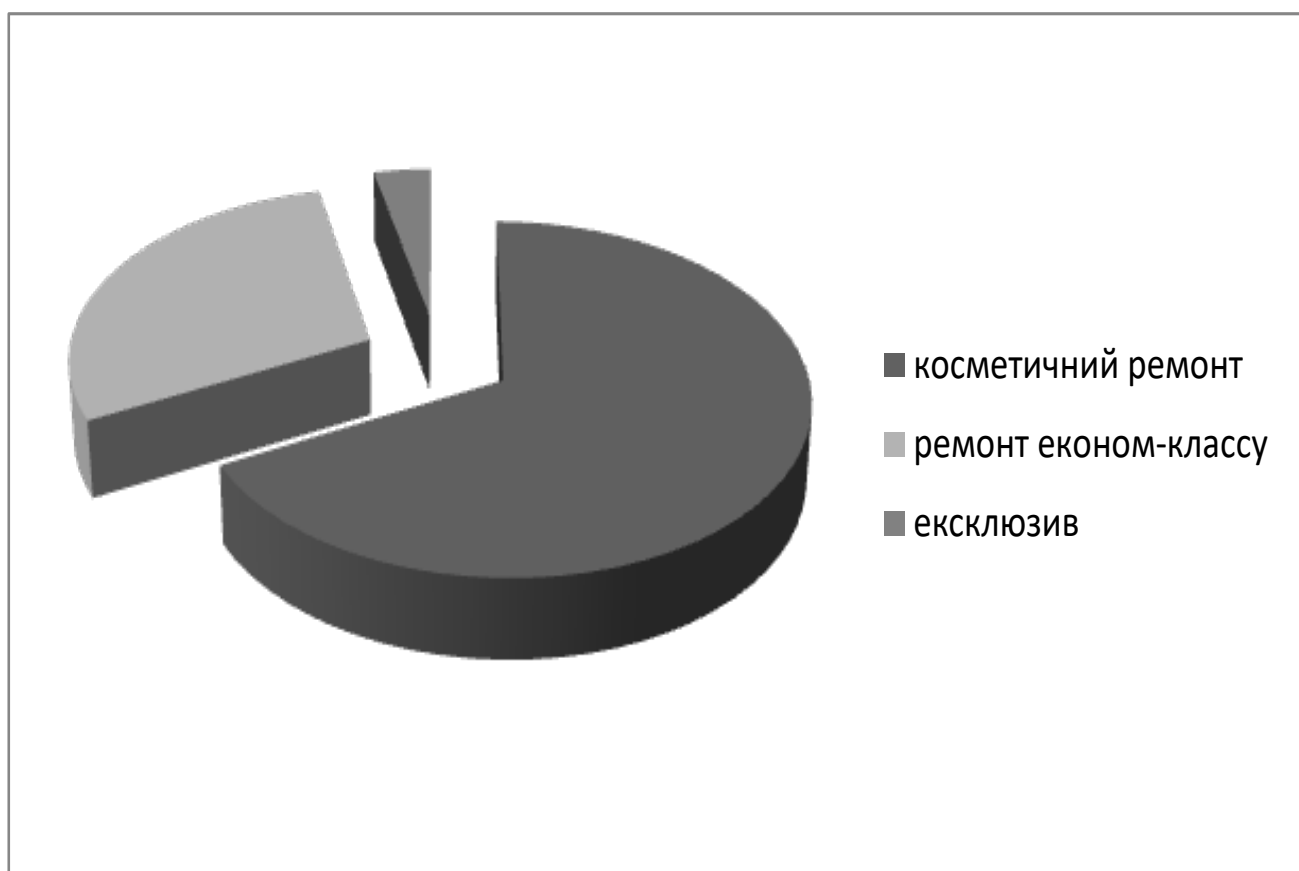


Рисунок 3.2 – Структура ремонтів по витратам 2021р., %

Сьогодні на ринку ремонтно-будівельних робіт спостерігається швидке збільшення асортименту пропонованих послуг.

Якщо на початок 2019 року повний перелік послуг містив понад 170 позицій, то зараз – близько 500. Замовник може вибрати те, що йому найбільш підходить і за якістю, і за вартістю.

Серед підприємств найбільш затребуваним видом ремонтних послуг є

штукатурні роботи і наклейка шпалер (43 %). Стабільність попиту на даний вид робіт пояснюється тим, що ремонт із застосуванням шпалер – це можливість швидкого, легкого і відносно недорогого оновлення приміщення.

Далі слідують малярні роботи, оздоблення фасаду (25 %); на третьому місці – установка перегородок, оздоблення стін ГВЛ і ГКЛ (17 %); потім - монтаж підвісних стель, установка і обробка підлог, установка дверей і вікон (6 %). Та інші роботи займають 9%. Ця структура наведена на рисунку 3.3.

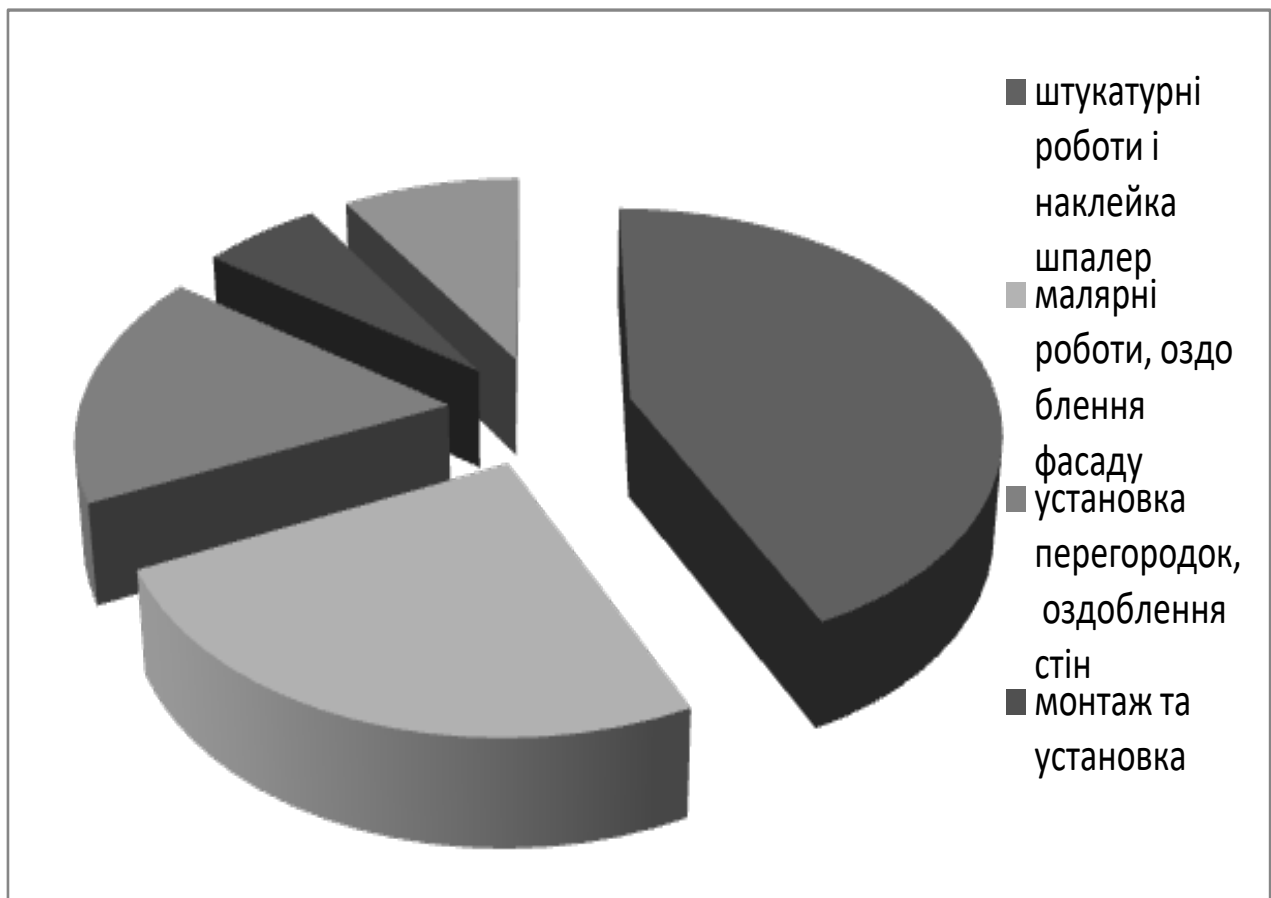


Рисунок 3.3 – Структура найбільш популярних ремонтних робіт, %

У середньому, кожне окреме підприємство, яке вже користувалося послугами ремонту за останні два роки, використала не менше 3-х різних видів ремонтних послуг, а обробку стін, в цьому випадку, можна назвати обов'язковою складовою в комплексі всіх внутрішніх оздоблювальних робіт.

Фахівці відзначають, що сьогодні вже з'являються симптоми «затоварення»

ринку ремонтно-будівельних послуг. Кожен місяць в пресі з'являється безліч абсолютно нових пропозицій від фірм, бригад і приватних осіб на подібні послуги. Однак звертаються до фірми, що займаються ремонтом комерційних приміщень, лише деякі корпоративні споживачі. Зазвичай фірма забирає собі третину суми від вартості ремонтних робіт.

Товариство з обмеженою відповідальністю «Еліт» - це компанія висококваліфікованих фахівців, які займаються виробництвом загальнобудівельних робіт, ремонтом і оздобленням квартир, офісів, котеджів, торгових приміщень, дорожніх покриттів. Приблизно 90% клієнтів приходять в ТОВ «Еліт» повторно, і більшість нових замовників звертаються за рекомендаціями.

Всі працюючі по м.Харкову підприємства однаково орієнтовані на широкий спектр ремонтно-будівельних послуг і на різні обсяги робіт. Більш того, корпоративні споживачі ремонтних послуг порівняно однаково оцінюють того чи іншого учасника ринку.

За оцінкою корпоративних замовників переважна більшість з них лише «частково задоволені якістю виконаних робіт, термінами і вартістю. Найбільше респондентів не влаштовує якість робіт і надані гарантії.

Таким чином, для того, щоб наше підприємство було конкурентоспроможним на ринку, ми повинні або знизити ціну на пропоновані роботи, що може дозволити собі тільки дуже велике підприємство, яким ТОВ «Еліт» не є, або запропонувати споживачеві такі послуги, яких не виконують наші конкуренти.

3.2 Економічне обґрунтування необхідності запропонованих змін

На сьогоднішній день наша фірма пропонує широкий асортимент дизайнерських послуг. Вони користуються високим попитом, на ці послуги використовуються наступні розцінки (таблиця 3.3).

Таблиця 3.3 – Розцінки на дизайнерські послуги

Найменування роботи	Вартість, грн.	Термін виконання, дні
Просте креслення ArchiCad	від 3 120	2
Приватні будинки, котеджі	від 6 500	від 3
Генеральні плани і забудови	від 15 600	від 7
Інтер'єр	від 80 / м ²	від 3
Об'єкти, меблі, елементи інтер'єру	від 680	від 1

Ми пропонуємо впровадити як додаткову послугу так звану «фотореалістичну архітектурну візуалізацію».

Ця дизайнерська програма дозволяє побачити те, чого ще немає і пояснити замовникові що планується побудувати.

Візуалізація дозволяє подивитися на об'єкти архітектури, які тільки плануються до будівництва, так як ніби вони вже побудовані.

Фотореалістична візуалізація дає можливість оцінити будинок, що проектується, або об'єкт в реальному навколишньому середовищі.

Візуалізувати можна об'єкт будь-яких розмірів і площ від дивана в інтер'єрі до хмарочоса в міському середовищі.

Переваги нашої фотореалістичної візуалізації:

- успішне узгодження проекту із замовником або інвестором - набагато легше представити проект маючи під рукою реалістичні фотографії архітектури;

- підвищення привабливості проекту - чим красивіше представлений проект, тим він привабливіший;

- перевага перед конкурентами - наявність фотографій проекту явно виділить вас серед конкурентів на презентації проекту, особливо якщо у них тільки

креслення;

- завдяки візуалізації можна переконатися у правильності підбраного матеріалу і кольорової гами, без зайвих витрат на будівництво;

- наочно оцінити зовнішній вигляд і дизайн до початку будівництва, що скоротить витрати на ремонт та будівництво;

- підвищення продажів - архітектурна візуалізація дозволяє якісно піднести, показати з потрібного ракурсу інтер'єр, будинок, або цілий ділянку, що підніме імідж і привабливість об'єкта.

Візуалізація проектів у сфері будівництва і архітектури займає дуже важливу роль. Вона допомагає вже на ранніх стадіях проектування.

Як вже зазначалося вище, архітектурна візуалізація володіє необмеженими можливостями зображення проекту: під усілякими кутами й різноманітними способами розгляду об'єкта.

Ілюстративна або абстрактна можливості усувають невизначеності: так, наприклад, непотрібні стіни можна просто відключити. Також великою перевагою є моделювання місця.

Візуалізацію проекту можна вставити в незабудовану ділянку і отримати точне уявлення про готовому об'єкті. Втім, ви й самі можете переконатися в ефективності та користі архітектурної візуалізації.

Досить часто трапляється так, що при будівництві або ремонті приміщення замовники, працюючи з архітектором або дизайнером, не можуть собі остаточно представити як все таки буде виглядати те, що задумано. Досі верхом досконалості вважалася можливість запропонувати клієнту плоску 3D картинку з фрагментом приміщення. Але в цих випадках значніше ефективніше може допомогти 3-х мірне зображення об'єкта.

Об'ємна модель допоможе:

- дуже докладно розглянути об'єкт під будь-яким кутом як зовні, так і всередині;

- віртуально опинитися всередині приміщення і походити по ньому;

- побачити всі переваги та недоліки проекту;

- швидко внести необхідні коригування: поміняти текстуру і колір поверхонь стін, підлоги або стелі, змінити місце розташування і розміри кімнат, дверей, сходів або вікон, розставити меблі і відразу побачити в об'ємному вигляді результат.

Можна навіть розмістити тривимірну модель людини у тривимірній моделі приміщення побачити пропорційно співвідношення габаритів двох моделей. Все це дозволяє замовникам більш чітко уявити собі кінцевий результат.

Таким чином, 3-х мірне проектування значно підвищує якість роботи архітектурних і дизайнерських бюро, а також будівельних фірм.

Приклад з життя: при ремонті будинку (добудовувався другий поверх) замовник не міг уявити, як буде виглядати кімната зі сходами і чи можна там буде поставити шафу і яких розмірів. Складений архітектором 2-х мірний ескіз не давав чіткого уявлення про те, як приміщення буде виглядати в кінцевому підсумку. Після того як була створена тривимірна модель, все стало зрозумілим і після деяких коригувань, було дано старт на реалізацію задуманого.

Візуалізація проекту складається з декількох етапів.

З проектної документації (CAD-зображення, архітектурні плани і ескізи) створюються необхідні 3D-моделі.

Візуалізація здійснюється з допомогою спеціальних програм візуалізації («візуалізація») - термін в комп'ютерній графіці, що позначає процес отримання зображення моделі за допомогою комп'ютерної програми.

Після створення моделі для кінцевої візуалізації задаються установки світла, і розраховується пробна версія. Якщо вона є результатом ваших очікувань, то після цього можна налаштувати камеру.

Нові технології візуалізації надають візуалізації граничну реальність. Зокрема, для зображення певних світлових співвідношень і випромінювань застосовується повна ілюмінація.

Подібного роду візуалізація відображає вельми реалістичну сцену і сприяє більш точному проектування.

Програма ArCon Eleco +2016 являє собою ультрасучасний інструмент для

будівництва, і тому він такий популярний серед тих, хто хоче створити, удосконалити або змінити навколишній простір.

За допомогою цієї програми можна побачити кінцевий результат вже на стадії проектування, до того, як ви приступите безпосередньо до роботи.

На відміну від інших CAD-систем, програма ArCon розроблялася спочатку для архітекторів для вирішення питань, пов'язаних з візуалізацією різних будівель і споруд. На сьогоднішній день в Європі ArCon використовують понад 20 000 професійних користувачів, велика частина з них - це професійні архітектори.

Перевага програмного забезпечення ArCon - це його здатність високоякісно візуалізувати тривимірне зображення. Для цього достатньо просто створити об'єкт у двовірному просторі. Демонструючи проект, можна використовувати функцію «прогулянки» по приміщенню. Завдяки тому що ArCon має інтуїтивний, графічний і легкий у використанні інтерфейс, ви не будете мати потребу в попередньому навчанні.

Програма дозволяє спочатку створити детально пророблений план приміщення, а потім побачити створене приміщення в об'ємному зображенні.

У режимі конструювання ви можете оперативно створювати 2D-плани. За допомогою простого перетягування мишкою створюються і розміщуються стіни, двері, вікна та інші конструктивні елементи. Програма дозволяє проектувати і розміщувати в проекті даху і сходів різних конфігурацій.

Крім того ArCon - це корисний помічник для дизайнерів внутрішнього планування. Ви зможете варіювати не тільки колірну гамму, але і освітлення, відповідного проекту кімнати. Хоча ArCon вже і представлений різноманітністю колірної палітри, структур і матеріалів, ви без праці зможете додати свої об'єкти.

На сьогоднішній день програма ArCon містить досить велику бібліотеку об'єктів. Той факт, що різними дизайнерами створюються і випускаються спеціалізовані бібліотеки 3d-моделей у форматі асо, говорить про перспективність розвитку тривимірної візуалізації і безпосередньо програми ArCon.

Перевагою ArCon, безсумнівно, є зручність для користувача і можливість створення цілих архітектурних комплексів за мінімальний проміжок часу.

Переваги ArCon Eleco:

- розрізи зі зміщенням;
- макрос Dekodesigner;
- експорт розмірів;
- нові можливості роботи з конструктивними елементами;
- нові можливості роботи зі слуховими вікнами;
- настроюваний інтерфейс;
- E3D - новий формат 3D об'єктів;
- нові текстури і об'єкти;
- створення багатоповерхових споруд і конструкцій;
- можливість створення декількох квартир, будинків;
- 10 форм дахів плюс Редактор дахів;
- редактор балкона;
- варіанти вільних перил;
- редактор стін;
- круглі стіни;
- віртуальні стіни;
- редактор висот;
- змінні висоти;
- асистент місцевості;
- освітленість і денне освітлення;
- променева трасування;
- розрахунок тіней і світла;
- "Прогулянка" (довільне переміщення по проекту в 3D);
- більше 400 матеріалів;
- більш 2350 текстур;
- понад 3000 об'єктів;
- 2D-символи для 3D-об'єктів;
- можливість створювати власні текстури;
- конфігуратор корпусних меблів;

- редактор штампа креслення;
- Cosoba;
- AcMod (3D-модельср);
- фон в 2D;
- підтримка о2с об'єктів.

Системні вимоги:

- процесор: Intel Pentium 4 або аналогічний процесор з частотою 2 ГГц (рекомендовано 3,3 ГГц);
- операційна система: Windows XP, Windows Vista (32 bit), Windows 7;
- оперативна пам'ять: 1 ГБ (рекомендується 2 ГБ);
- відеокарта: 32 біт при дозволі 1024x768 пікс (рекомендовано 1280x800 пікселів), OpenGL, DirectX9, 512 МБ відеопам'яті;
- привід DVD;
- USB-порт;
- ArCon Eleco +2010 Professional захищений USB-ключем.

Таким чином, можна коротко сформулювати основні переваги від впровадження нових рішень компанії:

- значне скорочення термінів і витрат на конструкторсько-технологічну підготовку виробництва за рахунок архітектурної візуалізації;
- створення єдиного інформаційного простору підприємства;
- збільшення якості обслуговування клієнтів за рахунок більш детального узгодження деталей.

А також із-за того що пропоновані рішення охоплюють ключові напрями конструювання і проектування, технологічної підготовки виробництва, розробки і випуску креслярсько-конструкторської документації будь-якого профілю, дозволяють організувати на підприємстві інтегроване середовище управління інженерними даними.

Для впровадження системи підприємство повинно понести такі витрати:

- вартість програми – 30 256 грн;

- вартість обладнання (2 комп'ютера Artlinework Station w99v01) – 221 780 грн.;
- кольоровий принтер – 15 000 грн.;
- 2 монітори – 30 000 грн.;
- установка та сервісне обслуговування програми – 1000 грн.;
- додатковий найм 2х робітників (дизайнери) – 8000 грн.;
- електроенергія.

$$E_{\text{електр}} = \Pi * \text{Ч} * V_{\text{ед}} * 252 * 2, \quad (3.1)$$

де Π – потужність комп'ютера, кВт;

Ч – час роботи комп'ютера протягом доби, год.;

$V_{\text{ед}}$ – вартість 1 кВт - год електроенергії, грн.;

360 – кількість робочих днів на рік, дні;

3 – кількість комп'ютерів + принтер.

$$E_{\text{електр}} = 5,0 * 8 * 1,42 * 360 * 3 = 61,4.$$

Але після впровадження системи архітектурної візуалізації обсяги замовників (за прогнозами) збільшуються у 1,2 рази.

Таким чином, можливо отримати додаткові доходи ($D_{\text{дод}}$), за рахунок збільшення обсягу реалізації послуг, які будуть розраховані за формулою:

$$D_{\text{дод}} = D_{\text{ср}} * 1.2, \quad (3.2)$$

де $D_{\text{ср}}$ дохід від дизайнерських робіт, тис грн..

$$D_{\text{дод}} = 724,6 * 1.2 = 896,5 \text{ тис. грн.}$$

Оскільки ми хочемо залучити клієнтів, то будемо реалізувати архітектурну візуалізацію за ціною простого проектування. Таким чином ми виграємо на обсязі замовлень.

Виходячи із зробленого моніторингу маємо наступну картину за структурою виконуваних робіт, для яких потрібні дизайнерські рисунки та креслення (на рік) – таблиця 3.4, рисунок 3.4.

Таблиця 3.4 – Структура виконуваних робіт, для яких потрібні дизайнерські рисунки та креслення (на рік)

Назва робіт	Кількість замовлень, шт.	Вартість, тис. грн.	Структура робіт, %
Внутрішні роботи	87	271,5	37,4
Приватні будинки, котеджі	31	201,5	27,8
Генплани і забудови	11	171,6	23,6
Інтер'єр	1 000м ²	80,0	11,2
Разом	-	724,6	100



Рисунок 3.4 – Структура робіт, пов'язаних з необхідністю креслень у 2022 р., %

Для наочності наведемо отримані дані в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5 – Дані розрахунку

Назва показника	Витрати, тис. грн.	Дохід, тис. грн.
Вартість програми	30,3	-
Вартість обладнання	266,78	-
Установка та сервісне обслуговування програми	1,0	-
Найм 2х робітників	96, 0	-
Амортизація (5 лет)	148,5	-
Електроенергія	61,4	-
Реклама	20,0	-
Послуги по візуалізації	-	869,5
Разом	623,98	869,5

Результати від впровадження полягає в отриманні додаткових доходів за рахунок збільшення обсягу реалізації послуг, що є наслідком збільшення якості та продуктивності праці конструкторів-розробників.

Далі за допомогою дерева рішень слід розрахувати можливі ризики. Слід урахувати, що при встановленні вірогідності маємо 2 варіанти можливих дій. По перше можливо як експертів використати власних співробітників, а також можливо використати фахівців, тоді вірогідність успіху при позитивному рішенні зросте з 75% до 90%, а при негативному результаті знизиться до 20%.

Також маємо наступні вхідні дані: підприємство після аналізу та розрахунків планує зробити впровадження. У разі успіху дохід зросте на 20% і складе 869,5тис.грн., у разі невдачі, збитки, складуть вартість витрат на впровадження - 623,98тис.грн . По прогнозам власних експертів, імовірність успіху складе 75%.

У разі залучення сторонніх експертів, їх послуги обійдуться у 10,5 тис. грн., але при позитивної рекомендації, імовірність успіху зросте до 90%. Хоча у разі негативного результату імовірність успіху складе тільки 20%.

Розрахунок:

За умови не залучення сторонніх експертів:

- Впровадження програми;

$$0.75 \cdot 869.5 + 0.25 \cdot (-623.98) = 652.125 - 155.995 = 496.13 \text{ тис. грн.}$$

- Не впроваджувати програму - додаткових доходів немає – 0.

З двох варіантів обираємо найкращий: $496.13 > 0$, таким чином, коли ми не звертаємось до сторонніх експертів, найкращим варіантом є впровадження програми.

За умови звертання до сторонніх експертів та позитивної рекомендації експертів:

- Впровадження програми та обладнання;

$$0.9 \cdot 869.5 + 0.1 \cdot (-623.98) = 782.55 - 62.4 = 720.2 \text{ тис. грн.}$$

- Не впровадження обладнання – немає додаткових доходів – 0.

З двох варіантів обираємо найкращий: $720.2 > 0$, таким чином, коли ми не звертаємось до сторонніх експертів, найкращим варіантом є впровадження програми.

За умови звертання до залучених експертів за умови негативної рекомендації:

- Впровадження програми та обладнання;

$$0.2 \cdot 896.5 + 0.8 \cdot (-623.98) = 173.9 - 499.2 = -325.3 \text{ тис. грн.}$$

- Не впровадження програми – немає додаткових доходів – 0.

З двох варіантів обираємо найкращий. На даному етапі найбільш виграшний варіант «0», так як: $-325.3 < 0$. Це варіант залучити експертів та не впровадити обладнання при їх негативному висновку.

Розраховуємо дохід при звертанні до експертів Ітого:

$$720.2 \cdot 0.75 + 0 \cdot 0.25 = 540.15 \text{ тис. грн.}$$

Розраховуємо реальну вартість послуг експертів за формулою:

$$Vi = Dc - Dч, \quad (3.3)$$

де Vi – вартість послуг експертів;

Dc – сукупний дохід;

$Dч$ – дохід за умови незвертання до експертів та впровадженні програми.

$$B_i = 540.15 - 496.13 = 44.02 \text{ тис. грн.}$$

Реальна вартість залученої від експертів інформації таким чином для нас складе: $44.02 - 10.5 = 33.5$ тис. грн.

Таким чином, згідно розрахунків та дерева рішень маємо наступні висновки: необхідно використати послуги сторонніх експертів, так як цінність їх інформації зростає для нас з 10.5 до 44.02 тис. грн. Також необхідно впровадити програму, так як її впровадження принесе нам реальний дохід з вірогідністю 90% (висновок експертів є позитивним) [79].

Розрахунок також показує, що вже на першому році реалізації проекту підприємство зможе повернути вкладені інвестиції та забезпечити їх прибутковість.

Дерево рішень зобразимо у вигляді схеми, що зображено на рисунку 3.5.

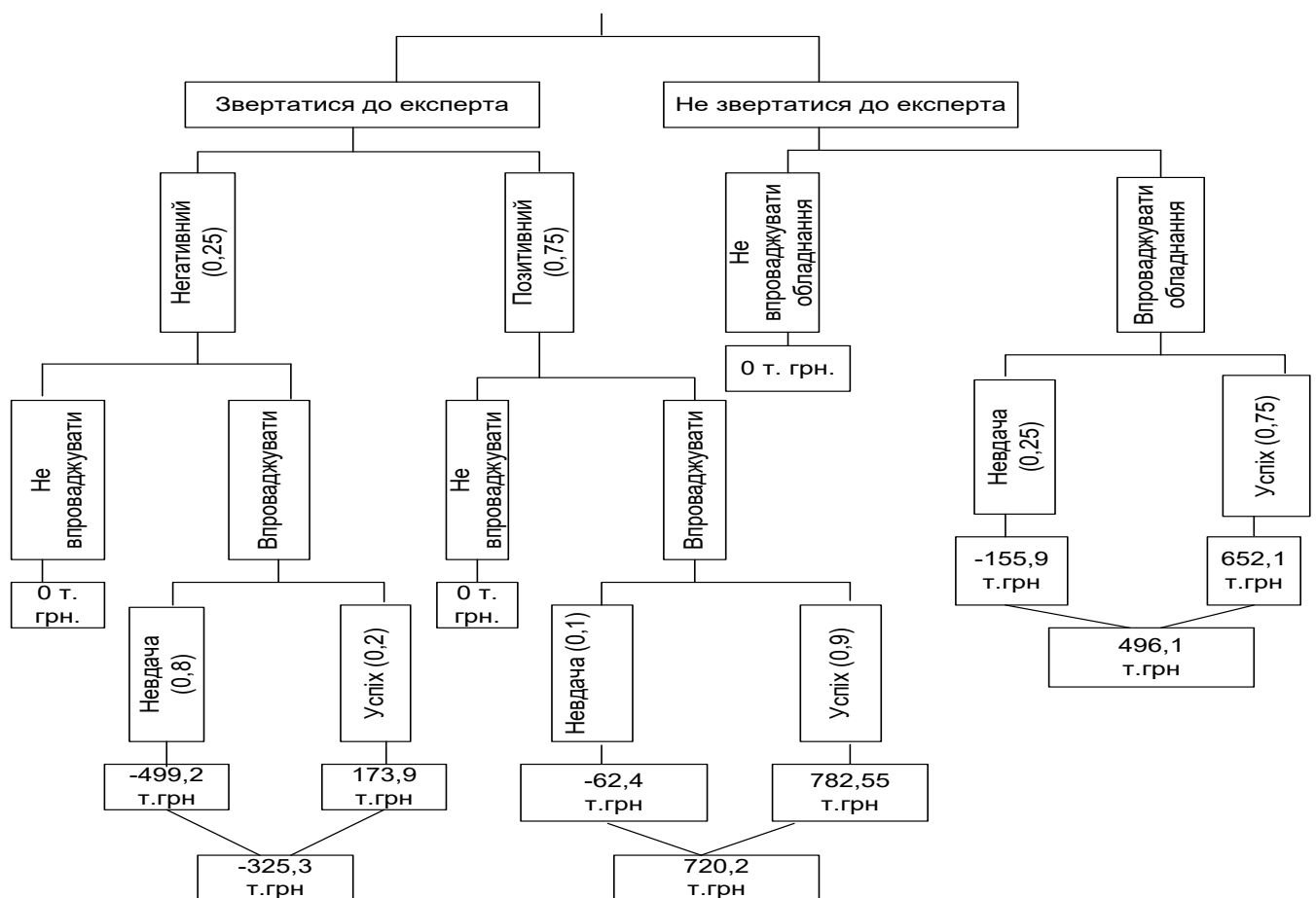


Рисунок 3.5 – Дерево рішень

Висновок до розділу 3

Компанія може будувати своє управління виходячи з різних концепцій - фінансової, прораховуючи найбільш оптимальні сфери витрат та інвестицій; конкурентної, витісняючи будь-якими способами конкурента з ринку; товарної, поліпшуючи якісні показники своєї продукції, та інших. Проте в даний час найбільший ефект дає концепція, орієнтована на з'ясування і задоволення додаткових запитів споживачів певного цільового ринку.

Конкурентоспроможність товару - вирішальний фактор комерційного успіху на розвиненому конкурентному ринку. Це багатоаспектне поняття, що означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки по своїм якісним, технічним, економічним, естетичним характеристиками, але і по комерційних і інших умовах його реалізації.

Будь-який товар або послуга, що знаходяться на ринку, фактично проходять там перевірку на ступінь задоволення суспільних потреб: кожен покупець купує той товар/послугу, яка максимально задовольняє його особисті потреби, а вся сукупність покупців - той товар/послугу, яка найбільш повно відповідає суспільним потребам, ніж конкуруючі з ними.

При виборі шляхів підвищення конкурентоспроможності компанії нерідко буває дуже своєчасним рішення не про запуск нового, не про зняття з виробництва морально застарілого, а про модифікацію товару/послуг. Рішення про модифікацію товару приймається з метою задоволення особливих вимог покупців для одержання більшого прибутку.

Ми пропонуємо впровадити як додаткову послугу так звану «фотореалістичну архітектурну візуалізацію». Ця дизайнерська програма дозволяє побачити те, чого ще немає і пояснити замовникові що планується побудувати. Візуалізація дозволяє подивитися на об'єкти архітектури, які тільки плануються до будівництва, так як ніби вони вже побудовані. Фотореалістична візуалізація дає можливість оцінити будинок, що проектується, або об'єкт в реальному

навколишньому середовищі. Візуалізувати можна об'єкт будь-яких розмірів і площ від дивана в інтер'єрі до хмарочоса в міському середовищі. Переваги нашої фотореалістичної візуалізації є наступні:

- успішне узгодження проекту із замовником або інвестором - набагато легше представити проект маючи під рукою реалістичні фотографії архітектури;
- підвищення привабливості проекту - чим красивіше представлений проект, тим він привабливіший;
- перевага перед конкурентами - наявність фотографій проекту явно виділить вас серед конкурентів на презентації проекту, особливо якщо у них тільки креслення;
- завдяки візуалізації можна переконатися у правильності підбраного матеріалу і кольорової гами, без зайвих витрат на будівництво;
- наочно оцінити зовнішній вигляд і дизайн до початку будівництва, що скоротить витрати на ремонт та будівництво;
- підвищення продажів - архітектурна візуалізація дозволяє якісно піднести, показати з потрібного ракурсу інтер'єр, будинок, або цілий ділянку, що підніме імідж і привабливість об'єкта.

Візуалізація проектів у сфері будівництва і архітектури займає дуже важливу роль. Вона допомагає вже на ранніх стадіях проектування.

Результати від впровадження полягає в отриманні додаткових доходів за рахунок збільшення обсягу реалізації послуг, що є наслідком збільшення якості та продуктивності праці конструкторів-розробників.

Далі за допомогою дерева рішень слід розрахувати можливі ризики.

Згідно розрахунків та дерева рішень маємо наступні висновки:

- необхідно використати послуги сторонніх експертів, так як цінність їх інформації зростає для нас;
- необхідно впровадити програму, так як її впровадження принесе нам реальний дохід з вірогідністю 90% (висновок експертів є позитивним);
- вже на першому році реалізації проекту підприємство зможе повернути вкладені інвестиції та забезпечити їх прибутковість.

Висновки

Розвиток цивілізації змінив відношення людини до його навколишнього середовища, зробив радикальну переоцінку цінностей.

Поширення сучасної техніки і технологій, їх зростаючий вплив на життя людського суспільства і навколишнє середовище викликало необхідність виробити нову технічну етику.

Розвиток цивілізації змінив відношення людини до його навколишнього середовища, зробив радикальну переоцінку цінностей.

Поширення сучасної техніки і технологій, їх зростаючий вплив на життя людського суспільства і навколишнє середовище викликало необхідність виробити нову технічну етику.

Інновації ідентифіковані в підприємстві, функція якого полягає у реформуванні виробництва шляхом використання винаходів або різноманітних можливостей для випуску нових чи старих, але новим способом, товарів, відкриття нових джерел сировини, ринків збуту, реорганізації виробництва та ін., тобто здійснення нових комбінацій факторів виробництва або різноманітні інновації.

Ринок же є найкращим координатором усієї сукупності процесів використання своїх інформаційних переваг. Зона найбільшої невизначеності ринкової інформації повинна стати проривом у майбутнє, де конкуренція є пошук змін у перевагах споживачів і нових засобах їхнього задоволення.

Товариство з обмеженою відповідальністю «Еліт» створено і діє на базі об'єднання майна фізичних та юридичних осіб, на підставі Статуту її відповідно до Цивільного кодексу, Господарського Кодексу, Закону України «Про господарське товариства», інших актів законодавства України, внутрішніх актів, правил, процедур, регламентів, затверджених органами управління Товариства відповідно до їх компетенції у місті Харкові.

Товариство відповідає за своїми зобов'язаннями всім своїм майном, на яке відповідно до чинного законодавства може бути звернене стягненням.

Основною метою діяльності товариства є одержання законного прибутку за допомогою участі у цивільному, борговому обороті шляхом задоволення попиту на ринку на вироблену продукцію, виконання робіт і надання послуг у сферах, обумовлених предметом діяльності.

Основними предметами діяльності товариства є : будівництво будівель; ремонтні роботи; виробництво будівельних металевих конструкцій; виробництво лаків та фарб; здійснення операцій з нерухомістю і др..

На успішну діяльність ТОВ «Еліт» сприятливий вплив дає проведена їм комунікаційна політика. Вона включає: рекламу, стимулювання збуту, пропаганду, виставки, особистий продаж.

Детального дослідження фінансово – економічного стану ТОВ «Еліт», показує, що доходи та прибутки підприємства мають тенденцію до зростання (за аналізує мий період вони збільшились приблизно у 2 рази), що свідчить про ефективне функціонування ТОВ «Еліт» в м. Харків.

Фондовіддача показує, скільки реалізовано продукції в розрахунку на 1 грн. вартості основних фондів. Аналізуючи даний показник по підприємству помітно значне зменшення цього показника (у 2 рази), що свідчить про достатньо ефективне використання основних фондів.

Основні засоби – важлива складова активів підприємства. Коефіцієнт зносу основних виробничих фондів характеризує рівень їх морального і фізичного зносу. На підприємстві даний показник за аналізує мий період зменшився у 2 рази, що показує, що рівень зносу основних фондів на підприємстві зменшується. Це є дуже сприятливий фактор.

Для забезпечення самофінансування підприємство повинно забезпечувати збільшення рівня рентабельності.

З показників, наведених у таблиці можна зробити висновок, підприємство, що аналізується - прибуткове та рентабельне. Як свідчать дані , рентабельність за аналізований період зросла на 68,5%.

Це означає, що операційна діяльність підприємства досягає рівня самоокупності і самофінансування.

При виборі шляхів підвищення конкурентоспроможності компанії нерідко буває дуже своєчасним рішення не про запуск нового, не про зняття з виробництва морально застарілого, а про модифікацію товару/послуг. Рішення про модифікацію товару приймається з метою задоволення особливих вимог покупців для одержання більшого прибутку.

Ми пропонуємо впровадити як додаткову послугу так звану «фотореалістичну архітектурну візуалізацію».

Ця дизайнерська програма дозволяє побачити те, чого ще немає і пояснити замовникові що планується побудувати.

Візуалізація дозволяє подивитися на об'єкти архітектури, які тільки плануються до будівництва, так як ніби вони вже побудовані.

Фотореалістична візуалізація дає можливість оцінити будинок, що проектується, або об'єкт в реальному навколишньому середовищі.

Візуалізувати можна об'єкт будь-яких розмірів і площ від дивана в інтер'єрі до хмарочоса в міському середовищі.

Переваги нашої фотореалістичної візуалізації:

- успішне узгодження проекту із замовником або інвестором - набагато легше представити проект маючи під рукою реалістичні фотографії архітектури;

- підвищення привабливості проекту - чим красивіше представлений проект, тим він привабливіший;

- перевага перед конкурентами - наявність фотографій проекту явно виділить вас серед конкурентів на презентації проекту, особливо якщо у них тільки креслення;

- завдяки візуалізації можна переконатися у правильності підібраного матеріалу і кольорової гами, без зайвих витрат на будівництво;

- наочно оцінити зовнішній вигляд і дизайн до початку будівництва, що скоротить витрати на ремонт та будівництво;

- підвищення продажів - архітектурна візуалізація дозволяє якісно піднести, показати з потрібного ракурсу інтер'єр, будинок, або цілий ділянку, що підніме імідж і привабливість об'єкта.

Візуалізація проектів у сфері будівництва і архітектури займає дуже важливу роль. Вона допомагає вже на ранніх стадіях проектування.

Результати від впровадження полягає в отриманні додаткових доходів за рахунок збільшення обсягу реалізації послуг, що є наслідком збільшення якості та продуктивності праці конструкторів-розробників.

Далі за допомогою дерева рішень слід розрахувати можливі ризики.

Згідно розрахунків та дерева рішень маємо наступні висновки:

- необхідно використати послуги сторонніх експертів, так як цінність їх інформації зростає для нас;
- необхідно впровадити програму, так як її впровадження принесе нам реальний дохід з вірогідністю 90% (висновок експертів є позитивним);
- вже на першому році реалізації проекту підприємство зможе повернути вкладені інвестиції та забезпечити їх прибутковість.

Список використаних джерел

- 1 Господарський Кодекс України.: [офіц. текст станом на 02.08.2017 р. зі змінами та доп.]. закон України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
- 2 Про господарські товариства: закон України: офіц. текст: станом на 19 лют. 2004 р. К.: Парламентське видавництво, 2005. 64 с.
- 3 Амосов О. Ю. Оцінка потенціалу конкурентоспроможності як основного аспекту розвитку підприємства. *Проблеми економіки*. 2011. № 3. С. 79-83.
- 4 Василенко В.А., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління. Навчальний посібник. К.: ЦУЛ, 2003. 396 с.
- 5 Вахнюк С.В. Показники економічної ефективності інноваційних технологій у банківській сфері: дис. ... кандидата екон. наук: 08.02.02.Суми, 2005. 185 с.
- 6 Воловельська І.В., Ліпейко І С. Прихода А В., Сучасні тренди управління ризиками. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2023. № 83. С. 36-39.
- 7 Воловельська І. В., Шемшур М., Кирильченко С. Економічна безпека підприємства. Теоретический аспект. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2022. № 78-79. С. 55-60.
- 8 Воловельська І. В., Мазіашвілі А. Р. Методика застосування психологічного елемента в системі економічної безпеки підприємств залізничного транспорту. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2022. № 80. С. 236-246.
- 9 Воловельська І. В., Гайдуков Б. Становлення системи управління ризиками у світі та Україні. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2023. № 81-82. С. 123-128.

10 Головка Т.В., Сагова С.В. Стратегічний аналіз: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. / За ред. М.В. Кужельного. К.: КНЕУ, 2002. 198 с.

11 Дикань В.Л., Кірдіна О.Г. Сутнісні аспекти конкурентоспроможності національної економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2009. № 28. С. 13-20.

12 Дикань В. Л., Назаренко І. Л., Компанієць В. В. Техніко-економічний аналіз діяльності підприємств залізничного транспорту: підруч. Харків: УкрДАЗТ, 2013 -547с.

13 Дикань В. Л. Товарознавство та комерційна діяльність: підручник / В. Л. Дикань та ін.; за ред. В. Л. Дикань. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 362 с.

14 Дикань В. Л., Воловельська І. В. Інноваційні стратегії підприємств: проблеми, шляхи вирішення. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. № 67. С. 9–17.

15 Дикань В. Л., Воловельська І. В., Маковоз О. В. Економічна безпека підприємства: навч. Посібник. Х.: УкрДАЗТ, 2011. 243 с.

16 Дикань В. Л., Єлагін Ю .В., Сухорукова Т. Г. Економіка праці на підприємствах залізничного транспорту: підручник. Х.: УкрДАЗТ, 2012. 275 с.

17 Дикань В. Л., Козинець А. С., Чупир Т. Я. Економічний аналіз ефективності діяльності залізниці: навчальний посібник. Харків, 2004. 161 с.

18 Дикань В. Л., Корінь М. В. Державне регулювання промислового розвитку України. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. №. 61. С. 9-19.

19 Дикань В. Л., Маслова В.О. Організація виробництва: навчальний посібник. Харків, УкрДАЗТ, 2013. 422 с.

20 Дикань В. Л., Обруч Г. В. Формування бізнес-моделі збалансованого розвитку підприємств в умовах цифровізації економіки. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія «Економіка»*. 2021. Вип. 11 (22). URL: <https://amtp.org.ua/index.php/journal2/article/view/406/350>.

21 Дикань В.Л. Національна модель індустріального розвитку країни:

організаційно-управлінський аспект *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2023. № 81-82. С. 11–34.

22 Дикань В.Л. Українська модель економічної системи як нова концепція розвитку національної економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2013. Вип. 44. С. 11-17.

23 Дикань В.Л., Обруч Г.В. Визначення ефективності реалізації потенціалу конкурентоспроможності вагонобудівних підприємств. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2016. № 56. С. 9-18.

24 Дикань В.Л., Толстова А.В. Розвиток економіки України на основі принципу рівноправності відносин держави, бізнесу та суспільства. *Вісник економіки транспорту та промисловості*. 2018. № 63. С. 9-19.

25 Дикань О. В., Стоян М. М. Реалізація стратегій диверсифікованого зростання бізнесу в контексті впровадження технологій Індустрії 4.0. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2023. № 81-82. С. 138-149.

26 Дикань, В. Л., Воловельська І.В., Каличева Н.Є. Економіка підприємства: конспект лекцій. Ч. 4. Харків : УкрДУЗТ, 2022. 50 с.

27 Дикань, В. Л., Воловельська І.В., Каличева Н.Є. Економіка підприємства: конспект лекцій. Ч. 1. Харків : УкрДУЗТ, 2021. 55 с.

28 Дикань, В. Л., Воловельська І.В., Каличева Н.Є. Економіка підприємства: конспект лекцій. Ч. 2. Харків : УкрДУЗТ, 2021. 45 с.

29 Дикань, В. Л., Воловельська І.В., Каличева Н.Є. Економіка підприємства: конспект лекцій. Ч. 3. Харків: УкрДУЗТ, 2021. 49 с.

30 Долженков О. В. Індустріальні парки як механізм стимулювання інвестиційно-промислової діяльності в Україні. *Lex Portus*. 2017. № 6. С. 57-64.

31 Економічна діагностика: підручник / В. Л. Дикань, І. В. Токмакова, В. О. Овчиннікова, М. В. Корінь, А. В. Толстова. Харків: УкрДУЗТ, 2022. 285 с.

32 Економіка і організація інноваційної діяльності на залізничному транспорті: навч. посібник / В.Л. Дикань, О.Г. Кірдіна, І.Л. Назаренко, Ю.М. Уткіна. Харків : УкрДАЗТ, 2014. 225 с.

33 Жихор О.Б. Оцінка ефективності інноваційних проектів підприємства : автореферат дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.01. Харків, 2002. 18 с.

34 Забезпечення конкурентоспроможності підприємств: підручник В. Л. Дикань, Ю. Т. Боровик, О. М. Полякова, Ю. М. Уткіна. Харків: УкрДАЗТ, 2012. 415 с.

35 Індустріальні парки в Україні: удосконалення політики стимулювання у контексті світового досвіду / А. П. Павлюк, О. О. Єгорова, К. Л. Маркевич та ін. К. : НІСД, 2014. 64 с.

36 Каличева Н. Є., Масан В. В., Старцев Д. С. Вплив техніко-технологічних інновацій на ефективний розвиток підприємства. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2018. Т. 29 (68). № 5. С. 51-54.

37 Каличева Н. Є., Островерх Г. Є., Орехов М. В. Формування конкурентних переваг українських підприємств в умовах економічної кризи спричиненої воєнним часом. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2022. № 78-79. С. 77-86. Режим доступу: <https://kart.edu.ua/wp-content/uploads/2022/05/78-79-1.pdf>.

38 Каличева Н. Є. Підходи до оптимізації системи управління техніко-технологічним розвитком виробничих підприємств. Економіко-правовий розвиток сучасної України: матеріали VIII Всеукр. наук. конф. студ., аспір. та молодих вчених (9-10 листопада 2018 р.); за ред. О. М. Кібік. Одеса : Фенікс, 2018. С. 118-120.

39 Каличева Н. Є., Бохан С. Є. Напрями забезпечення ефективного розвитку промислових підприємств в сучасних умовах. *Науковий огляд*. 2017. Вип. 5 (37). С. 5 – 15.

40 Каличева Н.Є. Державне регулювання, як фактор забезпечення ефективного функціонування національної транспортної системи. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2018. Вип. 31. С. 27-31.

41 Калініченко Л. Л. Інноваційна модель розвитку України в умовах євроінтеграційних процесів. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 6. Ч. 1. С. 139- 143.

42 Капітан І. В. Принципи і методи аналізу в управлінні інноваційною діяльністю при виведенні нових товарів на ринок. *Економіка та управління підприємствами*. 2007. № 7(73). С. 54–62.

43 Кармінська-Бєлоброва М.В. Організаційні структури управління підприємством. *БІЗНЕС-ІНФОРМ*. 2012. № 12. С. 192-195.

44 Ковтун О. І. Інноваційні стратегії підприємства: теоретико-методологічні засади. *Економіка України*. 2013. № 4. С. 44–56.

45 Колосова Т. В. Забезпечення стійкого розвитку підприємства на основі підвищення його інноваційного потенціалу. ГОУ ВПО НДАБУ. 2011. 412 с.

46 Корцеллі-Олейнічак Є. К., Казьмір Л. П. Цифровізація промислових систем: концептуальна сутність та ключові чинники. *Регіональна економіка*. 2021. №4(102). С. 57-66.

47 Костевко В. І. Методологічні питання оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємства. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління*. 2011. № 698. С. 66 – 73.

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

49 Кужда Т.І. Соціально-економічне оцінювання та планування інноваційного розвитку машинобудівних підприємств : автореферат дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04. Львів, 2009. 23 с.

50 Ліпейко І С., Прихода А В. Сучасні тренди управління ризиками. 83 студентська науково-технічна конференція. тези. 12 - 14 грудня 2023р. Харків: УкрДУЗТ. 2023. С. 372-373.

51 Легомінова С. В. Ідеогенез категорії стійкого інноваційного розвитку в аспекті формування конкурентних переваг підприємства. *Науковий вісник*

Ужгородського національного університету. 2017. В. 15, Ч. 1. С. 168–172.

52 Лютий С.В. Інноваційний розвиток підприємств машинобудування: класифікація факторів та їх аналіз. *Наука й економіка*. 2008. №4 (12). С. 267 – 271.

53 Лященко О.В. Проблеми оцінки ефективності використання інноваційного потенціалу підприємства. *Економічний вісник Донбасу*. 2010. № 2 (20). С. 176 – 180.

54 Малюта Л. Я. Оцінювання рівня інноваційного розвитку промислового підприємства. *Соціально-економічні проблеми і держава* 2011. – Вип. 1 (4). URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11mlyrpp.pdf>.

55 Мартюшева Л.С., Калишенко В.О. Інноваційний потенціал підприємства як об'єкт економічного дослідження. *Фінанси України*. 2002. № 10. С 61-66.

56 Маслак О.І., Квятковська Л.А. Система оцінки показників інноваційного потенціалу промислового підприємства. *Ефективна економіка*. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=298>.

57 Московчук А. Т., Талах В. І., Талах Т. А., Ткачук І. М. Аналіз господарської діяльності: практикум : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Луцьк : Гадяк Ж. В., 2013. 226 с.

58 Навольська Н. В. Теоретичні аспекти забезпечення економічної ефективності діяльності підприємств. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 18. С. 266-271.

59 Назарова Г. В. Економіка праці: навч. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 330 с.

60 Олійник Л. Г. Оновлення техніко - технологічної бази підприємств легкої промисловості. URL: http://www.rusnauka.com/0NG_2016/Economics/17956.doc.htm.

61 Онащенко Д. В. Напрями підвищення ефективності процесного підходу в розвитку організаційної архітектури торговельних підприємств. *Ефективна економіка*. 2020. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8318>

62 Петрович Й. М., Кіт А.Ф., Кулішов В.В. Оновлення техніко-технологічної бази шляхом проведення технічного переозброєння й реконструкції підприємства. URL: <http://poglyad.com/students/item/15599/>.

63 Підприємництво. Реалізація підприємницької діяльності у сучасних ринкових умовах: підручник / С. В. Панченко, В. Л. Дикань, О. В. Шраменко та ін. Харків : УкрДУЗ, 2018. ч. 2. 228 с.

64 Підприємництво. Теоретичні основи організації підприємницької діяльності: підручник / С. В. Панченко, В. Л. Дикань, О.В. Шраменко та ін. Харків : УкрДУЗТ, 2018. ч. 1. 241 с.

65 Попович П.Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання: Тернопіль: Економічна думка, 2011. 454 с.

66 Поручник А. М. Національний інтерес України: економічна самодостатність у глобальному вимірі: монографія. Київ. КНЕУ, 2008. 352 с.

67 Природно-ресурсний потенціал України: забезпечення добробуту та екологічної безпеки населення : монографія / за заг. ред. акад. НААН України, д. е. н., проф. М. А. Хвесика. К. : ДУ ІЕПСР НАН України, 2021. 148 с.

68 Савицька О. М., Салабай В. О. Ефективність діяльності та управління підприємством: особливості використання теорії, методології та результативності аналітичних досліджень. *Ефективна економіка*. 2019. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2019/57.pdf

69 Сарай Н. Стратегічний аналіз виробничого потенціалу та його роль в процесі формування стратегії розвитку підприємства *Економічний аналіз*. 2010. №5. С. 160-163.

70 Смолін І.В. Стратегічне планування розвитку організації: монографія. К.: КНТЕУ, 2004. 344 с.

71 Терешко Ю.В., Петрашевська А.Д.. Економічне обґрунтування інноваційних рішень: навч. посіб. Одеса: ОНАЗ, 2016. 116 с.

72 Товт Т.Й. Методичні підходи до визначення показників ефективності інноваційної діяльності промислових підприємств в Україні. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. Вип. 20.11. С. 240 – 249.

73 Токмакова І. В., Шатохіна Д. А., Мельник С. В. Стратегічне управління розвитком підприємств в умовах цифровізації економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 64. С. 283 – 291.

74 Чучук Ю. В. Теоретична сутність понять економічна ефективність та ефективність діяльності. *Ефективна економіка*. 2014. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>

75 Устенко А.О., Малинка О.Я. Теорія систем і системний аналіз менеджменту: навчальний посібник. Івано-Франківськ: Фоліант, 2012. 328с. URL: http://nung.edu.ua/files/attachments/tsi_sa.pdf.

76 Українська промисловість: погляд на перспективу. URL: <http://www.intellect.org.ua/materials/bccr/21/>

77 Череп А. В., Стрілець Є. М. Ефективність як економічна категорія. *Ефективна економіка*. 2013. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1727>

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

79 Шилова О. Ю. Інноваційний потенціал підприємства: сутність і механізм управління. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 1. С. 220–227.

80 Янковець Т. М. Формування механізму розвитку інноваційного потенціалу підприємства. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. 2011. № 2 (58). С. 76–80.

81 Методичні вказівки до виконання кваліфікаційної роботи рівня вищої освіти «другий (магістерський) рівень» усіх форм навчання / каф. «Економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом». В. Л. Дикань, В. В. Компанієць, І. В. Токмакова, І.Л. Назаренко. Харків: УкрДУЗТ, 2019. 60 с.

82 Студентська навчальна звітність. Текстова частина (пояснювальна записка). Загальні вимоги до побудови, викладення та оформлення: методичний посібник з додержання вимог нормоконтролю у студентській навчальній звітності /Козар Л.М. [та ін.]; за заг. ред. Л.М. Козара. Х.: УкрДУЗТ, 2018. 54 с.

АКТ

перевірки випускної кваліфікаційної роботи на наявність ознак
академічного плагіату

Відповідно до даних сервісу Strikeplagiarism.com кваліфікаційна робота
на тему: «Інноваційні впровадження як основний шлях забезпечення
конкурентоспроможності підприємства»
автора: Ліпейко Іван Сергійович
(ПІБ автора повністю)

містить 26,96 % запозичень. Ознаки академічного плагіату – відсутні.

Перевірку виконала
доцент кафедри економіки та управління
виробничим і комерційним бізнесом



(підпис)

Ганна ОБРУЧ

06.12.2023 р.