

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
Навчально-науковий інститут економіки і управління
Кафедра економіки праці та менеджменту

«До захисту в ЕК»

«До захисту допущено»

Директор інституту

Завідувач кафедри

_____ Олег ШЕРЕМЕТ
(підпис) (ім'я та прізвище)

_____ Тамара БЕРЕЗЯНКО
(підпис) (ім'я та прізвище)

« ___ » _____ 2025 р.

« ___ » _____ 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА

зі спеціальності _____ 073 «Менеджмент» _____
(код та спеціальності)

освітньо-професійної програми «Менеджмент» _____

на тему: «Стратегії впровадження інновацій у виробництві продуктів харчування»

Виконала: здобувачка 5 курсу, групи ЗМН-5-5

Савченко Дар'я Олексіївна

_____ (підпис)

Керівник д.е.н., проф. Галиця Ігор Олександрович

_____ (підпис)

Рецензент _____

(ім'я та прізвище)

_____ (підпис)

Я як здобувачка Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавала і не одержувала недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувачка _____

(підпис)

Київ – 2025 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут (факультет) Навчально-науковий інститут економіки і управління
Кафедра економіки праці та менеджменту
Освітній ступінь бакалавр
Спеціальність 073 «Менеджмент»
Освітньо-професійна програма «Менеджмент»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки
праці та менеджменту

_____ Тамара БЕРЕЗЯНКО

«30» серпня 2024 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

_____ Савченко Дар'ї Олексіївни _____

1. Тема роботи «Стратегії впровадження інновацій у виробництві продуктів харчування»

керівник роботи Галиця І. О., д.е.н., професор

затвержені наказом закладу вищої освіти від 30.08.2024 р. № 669-КС.

2. Строк подання здобувачем роботи 28 січня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи Законодавчі та нормативні акти, аналітичні та статистичні матеріали стосовно теми роботи, бухгалтерська, статистична звітність та аналітичні матеріали ІП «Кока – Кола беверіджиз Україна лімітед».

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

Розділ 1. Теоретичні та методичні засади впровадження інновацій у виробництві продуктів харчування

Розділ 2. Дослідження стратегій впровадження інновацій у виробництві продуктів харчування ІП «Кока – Кола беверіджиз Україна лімітед»

Розділ 3. Стратегії впровадження інновацій на прикладі ІП «Кока – Кола беверіджиз Україна лімітед»

5. Перелік графічного матеріалу

Результати дослідження знайшли відображення у 9 рисунках та 17 таблицях ілюстративного матеріалу.

6. Консультанти розділів роботи

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

7. Дата видачі завдання

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Збір та вивчення джерел інформації для написання кваліфікаційної роботи. Складання бібліографії наукових джерел	03.10.2024 р.	
2	Розроблення та затвердження плану роботи керівником кваліфікаційної роботи і керівником проєктної групи	10.10.2024 р.	
3	Робота над вступом до кваліфікаційної роботи	17.10.2024 р.	
4	Підготовка першого розділу, висновків до нього та подання його керівнику	04.11.2024 р.	
5	Підготовка другого розділу, висновків до нього та подання його керівнику	19.11.2024 р.	
6	Підготовка третього розділу, висновків до нього та подання його керівнику	09.12.2025 р.	
7	Підготовка висновків до роботи та подання його керівнику	20.12.2024 р.	
8	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника	05.01.2025 р.	
9	Остаточне оформлення роботи. Формування проєкту доповіді, ілюстративного матеріалу. Погодження з керівником кваліфікаційної роботи	10.01.2025 р.	
10	Подання завершеної роботи на розгляд комісії з попереднього захисту	15.01.2025 р.	
11	Подання завершеної роботи на розгляд завідувачу кафедри та подача електронного варіанту роботи для перевірки на плагіат	28.01.2025 р.	
12	Захист кваліфікаційної роботи	Згідно графіку захисту	

Здобувачка

_____ (підпис)

Дар'я САВЧЕНКО

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

Ігор ГАЛИЦЯ

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню стратегій впровадження інновацій у виробництві продуктів харчування. У роботі узагальнено теоретико-методичні засади інноваційної діяльності підприємств, визначено їх роль у підвищенні конкурентоспроможності та ефективності функціонування. Розглянуто класифікацію інновацій у харчовій промисловості, особливості їх впровадження та основні методи реалізації інноваційних стратегій.

На основі аналізу діяльності ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» досліджено специфіку інноваційних процесів у виробництві продуктів харчування. Оцінено ефективність застосованих стратегій, зокрема впровадження новітніх технологій та розширення асортименту продукції. Запропоновано практичні рекомендації щодо вдосконалення інноваційної стратегії підприємства, що включають використання сучасних технологій, посилення орієнтації на екологічну та соціальну відповідальність, а також активізацію інвестицій у науково-дослідницькі розробки.

Результати дослідження підтвердили, що впровадження інновацій у виробництво продуктів харчування є ключовим чинником забезпечення довгострокового розвитку підприємств, підвищення їх рентабельності та зміцнення позицій на ринку.

Робота складається з 90 сторінок, містить 17 таблиць, 9 рисунків і 60 джерела літератури.

Ключові слова: інновації, харчова промисловість, виробництво, бізнес-стратегії, модернізація, конкурентоспроможність, екологічна відповідальність.

ANNOTATION

The graduation thesis is dedicated to the study of strategies for implementing innovations in food production. The work summarizes the theoretical and methodological foundations of innovative activities in enterprises, highlighting their role in enhancing competitiveness and operational efficiency. It examines the classification of innovations in the food industry, the peculiarities of their implementation, and the main methods for executing innovative strategies.

Based on the analysis of the activities of IP "Coca-Cola Beverages Ukraine Limited," the thesis investigates the specifics of innovation processes in food production. The effectiveness of applied strategies is assessed, including the modernization of production lines, the introduction of advanced technologies, and the expansion of the product range. Practical recommendations are proposed for improving the enterprise's innovation strategy, encompassing the use of modern technologies, strengthening the focus on environmental and social responsibility, and intensifying investments in research and development.

The study results confirmed that implementing innovations in food production is a key factor in ensuring the long-term development of enterprises, increasing profitability, and strengthening market positions.

The thesis consists of 90 pages, includes 17 tables, 9 figures, and references 60 sources of literature.

Keywords: innovations, food industry, production, business strategies, modernization, competitiveness, environmental responsibility.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ВИРОБНИЦТВІ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ.....	10
1.1. Сутність та особливості інновацій на підприємстві.....	10
1.2. Види інновацій у виробництві підприємства.....	21
1.3. Методи впровадження інновацій на підприємствах	28
Висновки до розділу 1.....	37
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЙ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ВИРОБНИЦТВІ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА ІП «КОКА-КОЛА БЕВЕРІДЖИЗ УКРАЇНА ЛІМІТЕД».....	39
2.1. Аналіз ринку безалкогольних напоїв.....	39
2.2. Загальна характеристика діяльності підприємства ІП «Кока – Кола беверіджиз Україна лімітед».....	45
2.3. Дослідження стратегій впровадження інновацій у виробництві продуктів харчування ІП «Кока – Кола беверіджиз Україна лімітед».....	58
Висновки до розділу 2.....	60
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПРИКЛАДІ ІП «КОКА-КОЛА БЕВЕРІДЖИЗ УКРАЇНА ЛІМІТЕД».....	62
3.1. Програма інноваційного розвитку компанії ІП «Кока – Кола беверіджиз Україна лімітед».....	62
3.2. Обґрунтування доцільності впровадження технологічних інновацій для підвищення ефективності виробництва продуктів харчування.....	66
3.3. Управлінсько-організаційне забезпечення виконання програми діяльності підприємства з формування і реалізації інноваційної стратегії та впровадження обґрунтованого заходу.....	75
Висновки до розділу 3.....	80
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	84
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасних умовах стрімких змін економічного середовища, глобалізації та зростаючих вимог споживачів, інновації у виробництві продуктів харчування стають визначальним фактором конкурентоспроможності підприємств. Харчова промисловість є стратегічною галуззю, що впливає не лише на економічний розвиток країни, але й на забезпечення продовольчої безпеки та якості життя населення. Впровадження новітніх технологій і розробка інноваційних продуктів є ключовими інструментами для задоволення потреб сучасного ринку, збереження природних ресурсів та адаптації до нових викликів.

Зростаюча конкуренція як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках стимулює підприємства до вдосконалення своїх виробничих процесів. Споживачі дедалі більше орієнтуються на якість, безпечність та екологічність продуктів, що підвищує попит на інноваційні рішення, такі як органічне виробництво, функціональні продукти харчування, використання альтернативних інгредієнтів і зменшення відходів у виробництві.

Актуальність теми також обумовлена необхідністю вивчення досвіду успішних компаній, які впроваджують інновації у виробництві продуктів харчування. Наприклад, ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» є одним із лідерів галузі, що використовує передові технології та орієнтується на світові стандарти якості. Аналіз їхніх стратегій може надати цінні рекомендації для інших підприємств харчової промисловості.

Питанням дослідження стратегії інноваційної діяльності приділяють увагу значна кількість науковців та дослідників. Зокрема дана проблема досліджена у роботах таких науковців як: Бандура З., Булах Т.М., Волосюк М.В., Глушенкова А.А., Горященко Ю.Г., Джеджула В. В., Івченкова О.Ю., Ілляшенко С. М., Компанець К.А., Кравчук І.І., Мазур І.І., Микитюк П. П., Олексенко Л.В., Савченко В.М., Сафронська І.М., Тацій І.В., Христенко О.В. та ін

Таким чином, дослідження стратегій впровадження інновацій у виробництві продуктів харчування є надзвичайно актуальним як для теоретичного обґрунтування, так і для практичного застосування. Воно сприяє розумінню ефективних підходів до інноваційного розвитку підприємств, забезпечення сталого зростання галузі та інтеграції України в глобальний ринок.

Метою кваліфікаційної роботи є полягає у вивченні теоретичних і практичних аспектів стратегій впровадження інновацій у виробництві продуктів харчування та розробці рекомендацій щодо їх оптимізації.

Завданням кваліфікаційної роботи є:

- проаналізувати сутність, особливості та принципи впровадження інновацій у харчовій промисловості;
- вивчити існуючі види інновацій на підприємствах галузі;
- дослідити методи впровадження інновацій у виробництві;
- виконати аналіз ринку солодких напоїв в Україні;
- надати характеристику діяльності ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед»;
- запропонувати шляхи удосконалення фінансового, організаційного та управлінського забезпечення інноваційних процесів;
- розробити програму інноваційного розвитку компанії.

Об'єктом кваліфікаційної роботи є процес впровадження інновацій у виробництві продуктів харчування.

Предметом кваліфікаційної роботи виступають стратегії та методи впровадження інновацій на підприємствах харчової галузі.

Сферою застосування є підприємство ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед».

Методи дослідження. У роботі використовувались такі методи дослідження, як: історичний аналіз – для вивчення економічної категорії «інноваційна стратегія»; аналіз та синтез – для надання організаційно-економічної характеристики підприємства; абстрактно-логічний метод – для

теоретичних узагальнень та формулювання висновків; системний аналіз – для зведення інформації та її відпрацювання; методи статистичного, економічного аналізу, а саме методи аналізу абсолютних та відносних величин, горизонтальний та вертикальний аналіз використовувались для фінансово-економічного стану підприємства бази апробації, визначення ефективності формування інноваційної стратегії на підприємстві; метод логічного аналізу, прогнозування, калькуляційний метод - для розрахунку вартості рекомендованих заходів та соціально-економічного ефекту від впровадження на підприємстві; графічний – побудова діаграм.

Інформаційні джерела. Для написання роботи було використано законодавчі та нормативні акти України, фінансову звітність підприємства, наукові статті, монографії, офіційні дані ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» і матеріали інтернет-джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ВИРОБНИЦТВІ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ

1.1. Сутність та особливості інновацій на підприємстві

Інновації є ключовим рушієм економічного розвитку, соціального прогресу та забезпечення конкурентоспроможності на глобальному рівні. У сучасному світі впровадження інновацій стало невід'ємною складовою успішного функціонування як країн, так і організацій, а також окремих осіб. Основою інноваційного розвитку є реалізація нових ідей, методів, продуктів або послуг, які створюють додану цінність. Це не просто винаходи, а процеси, що охоплюють їх успішне застосування і комерціалізацію. Інновації проявляються у різних аспектах: від технологічних проривів до організаційних моделей та соціальних змін, зачіпаючи широкий спектр сфер діяльності – від науки і техніки до бізнесу й державного управління[1, с. 148].

Креативність виступає основою для інновацій, стимулюючи появу нових ідей, які кидають виклик звичним підходам і відкривають можливості для змін. Сприяння розвитку культури творчості у середовищі організацій та громадян сприяє створенню умов, де процвітають експерименти, ризиковані рішення та співпраця. Це сприяє формуванню інноваційного клімату, який забезпечує сталий розвиток.

Ефективні технологічні, організаційні та економічні нововведення спричиняють значущі позитивні зміни в соціальних процесах на підприємствах. При цьому актуальні соціальні виклики нерідко знаходять своє вирішення через нові організаційно-технічні та економічні підходи. Науково-дослідна діяльність, зосереджена на пошуку нових знань, експериментах та розробці інноваційних технологій, продуктів і процесів, є невід'ємною частиною цього процесу. Інвестиції у наукові дослідження не лише

стимулюють інновації, а й сприяють підвищенню конкурентоспроможності, створенню інтелектуального капіталу та розвитку кваліфікованих кадрів.

Інноваційний розвиток підприємства передбачає розгортання інноваційних процесів і впровадження нових рішень, переважно технічного або технологічного характеру. Це єдина взаємопов'язана система, яка включає розвиток потенціалу підприємства та необхідних умов для реалізації нововведень.

Підприємництво відіграє важливу роль у трансформації інноваційних ідей у реальні результати. Підприємці є провідниками змін, які виявляють можливості ринку, акумулюють ресурси та сприяють комерціалізації інновацій. Вони беруть на себе ризики, долають перешкоди та сприяють розвитку економіки, забезпечуючи її динамізм і стаке зростання.

Інновація — це кінцевий результат інноваційної діяльності, що отримав практичне втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку, або технологічного процесу, застосовуваного у виробничій чи соціальній практиці. Зокрема, інновація може проявлятися у новому підході до надання соціальних послуг чи вдосконаленні організаційних процесів. Це визначення акцентує увагу на тому, що інновація охоплює як результат, так і процес його впровадження, забезпечуючи технічний, економічний чи соціальний ефект[46, с. 49].

Інновації також передбачають використання результатів наукових досліджень та розробок, які спрямовані на вдосконалення процесів у різних сферах діяльності: виробництві, економіці, соціальній політиці, освіті, культурі та науці. У цьому контексті вони слугують засобом модернізації, сприяють підвищенню ефективності та конкурентоспроможності, впливаючи на різні аспекти суспільного життя.

Основними характеристиками інновацій є: новизна, яка визначає їх унікальність; практична застосовуваність, яка забезпечує можливість впровадження у виробництві чи інших процесах; комерційна реалізація, що

забезпечує їх конкурентоздатність та попит на ринку. Це визначає інновацію як процес змін, орієнтований на кінцевий результат із прикладним значенням.

Закон України "Про інноваційну діяльність" розрізняє поняття інноваційного продукту та інноваційної продукції. Інноваційний продукт є результатом виконання інноваційного проекту і може включати розробки нових технологій, продуктів або рішень, які відповідають таким критеріям[35]:

- реалізація об'єктів інтелектуальної власності, захищених патентами чи ліцензіями;
- сприяння підвищенню науково-технічного рівня;
- конкурентоспроможність та вищі техніко-економічні показники порівняно з аналогами на ринку.

Інноваційна продукція, своєю чергою, представляє нові конкурентоспроможні товари чи послуги, що також створюються в межах інноваційних проектів. Вона може бути результатом як розробки нового продукту, так і його тиражування чи застосування. Головною відмінністю є те, що інноваційна продукція спрямована на масовий ринок і має відповідати високим стандартам конкурентоздатності, забезпечуючи суттєве вдосконалення техніко-економічних характеристик порівняно з існуючими аналогами.

Таким чином, інновації є комплексним явищем, що об'єднує науково-дослідницьку діяльність, розробку нових ідей і їх впровадження у виробництво, забезпечуючи соціально-економічний прогрес.

Інноваційна продукція включає всі види продукції, які зазнали суттєвих змін у технологічних характеристиках або сфері використання, були заново впроваджені чи вдосконалені протягом останніх трьох років. Це може бути принципово нова продукція, яка значно відрізняється від попередніх аналогів, або удосконалена традиційна продукція. Крім того, до інноваційної продукції належить продукція, створена з використанням нових або вдосконалених виробничих методів, які включають сучасне виробниче устаткування, нові методи організації виробництва чи їх комбінації[45, с. 108].

Процес впровадження інноваційної продукції вважається завершеним, коли підготовлено всю необхідну конструкторську та технологічну документацію, освоєно виробниче устаткування, організовано регулярний випуск продукції відповідно до технологічного процесу, а її технічні характеристики повністю відповідають встановленим показникам.

Життєвий цикл інновації охоплює період від зародження ідеї, її створення, поширення та впровадження у практичну діяльність. Інновація, як економічна категорія, відображає зміни, які забезпечують прогрес у виробництві, управлінні, фінансах, маркетингу та інших сферах. Вона є матеріалізованим результатом науково-технічної діяльності, що дозволяє досягати економічного ефекту через підвищення ефективності та рентабельності.

Класичне визначення інновації передбачає її трактування як нову функцію виробництва, "нову комбінацію", що забезпечує якісні зміни у процесах виробництва та управління. Це процес, який передбачає використання результатів розумової праці, таких як ідеї та винаходи, для створення продукції з покращеними властивостями або нових технологій. Інновації проходять етапи комерціалізації, що перетворює їх у джерело доходу, забезпечуючи конкурентоспроможність на ринку.

У вітчизняних наукових дослідженнях інновація розглядається як процес, що поєднує створення наукових ідей, їх практичне використання та досягнення економічного ефекту. Нововведення визначається як процес доведення наукової ідеї до стадії технічного винаходу і практичного використання, що приносить дохід. Інновація є не тільки науково-технічним, але й економічним явищем, яке відображає ключові аспекти сучасного розвитку виробництва та ринкових відносин.

Інноваційну поведінку можна аналізувати, враховуючи такі аспекти: обсяг змін, які вони вносять у продукцію, виробничі процеси та організацію діяльності; кількість напрямів, яких вони стосуються; масштаби змін функцій, завдань і методів роботи; ступінь відмінності нових продуктів і процесів від

попередніх. Виходячи з цього, інновації поділяються на радикальні, рекомбінаційні та модифікаційні[22, с. 138].

Радикальні інновації охоплюють значні зміни технологічного та організаційного характеру. Технічні інновації цієї категорії, як правило, пов'язані з розробкою абсолютно нової продукції, яка змінює технології виробництва та відкриває нові ринкові сегменти. Класичним прикладом є створення персонального комп'ютера, який зробив революцію в технологіях і значно розширив споживчу базу, залучивши не лише наукові установи, а й широке коло користувачів.

Організаційні радикальні інновації спрямовані на впровадження нових підходів до управління, які можуть змінювати як виробничі процеси, так і стратегії підприємств. Такі інновації, як впровадження колективних форм праці, нових організаційних структур чи інформаційних систем, здатні принципово змінити спосіб функціонування підприємств і сприяти їх лідерству на ринку.

Рекомбінаційні інновації базуються на поєднанні існуючих технологій, організаційних рішень та виробничих методів для створення нових продуктів, процесів чи систем управління. Наприклад, виробництво шампунів із властивостями бальзамів демонструє використання рекомбінації технологій для створення інноваційної продукції.

Цей тип інновацій також проявляється у вдосконаленні систем управління через поєднання елементів різних організаційних підходів, таких як інтеграція структур, нові кадрові практики чи реорганізація підрозділів. Такі зміни сприяють підвищенню ефективності управління та створенню нових можливостей для розвитку.

Інноваційні процеси, незалежно від їх типу, є основою трансформацій у підприємствах, сприяючи підвищенню конкурентоспроможності, розширенню ринків та адаптації до сучасних викликів.

Модифікаційні інновації передбачають незначні зміни у вже існуючих продуктах, технологіях або системах управління. Вони виникають як відповідь

на аналіз оточення, потреб клієнтів і дії конкурентів. Основна мета таких інновацій – удосконалення існуючих рішень для підвищення їх ефективності, якості або конкурентоспроможності. Такі інновації, наприклад, можуть стосуватися покращення функціональних характеристик виробів, зниження витрат шляхом використання нових матеріалів чи введення додаткових функцій продукту[23, с. 100].

Завдяки модифікаційним інноваціям підприємства можуть ефективно реагувати на динаміку ринку та підтримувати тісні відносини зі своїми клієнтами, забезпечуючи постійне вдосконалення товарів і послуг.

За змістом і сферою застосування інновації поділяються на кілька основних типів[23, с. 101]:

1. Технологічні інновації. Це нові технології виробництва, впровадження інформаційних систем або використання нових джерел енергії. Такі нововведення часто змінюють засоби й методи організації виробництва.

2. Продуктові інновації. Створення нових товарів, які споживаються як у сфері виробництва (засоби виробництва), так і у сфері споживання (товари широкого вжитку).

3. Організаційно-управлінські інновації. Вони охоплюють нові форми та методи організації діяльності, управління персоналом, стратегічного планування, прогнозування, моделювання виробничих процесів.

4. Економічні інновації. Сюди входять зміни у фінансовій та бухгалтерській сферах, нові підходи до мотивації та оплати праці, оцінки результатів діяльності.

5. Соціальні інновації. Змінюють умови праці, враховують екологічні та культурні аспекти, а також впливають на спосіб життя суспільства.

6. Юридичні інновації. Нові нормативно-правові акти, що регулюють діяльність підприємств та організацій. Іноді їх розглядають як частину соціальних інновацій.

Типи інновацій за економічною значущістю[17, с. 102]:

1. Базисні інновації – фундаментальні наукові досягнення, які створюють передумови для нових галузей виробництва, перебудови суміжних секторів економіки та появи нових ринків.

2. Інтегруючі (поліпшуючі) інновації – це вдосконалення існуючих технологій і рішень, які задовольняють нові ринкові потреби або реалізують нові покоління товарів.

3. Псевдоінновації – мінімальні зміни в продукції, які використовуються для реклами або підлаштовуються під модні тенденції. Такі інновації здебільшого мають маркетинговий характер і спрямовані на підтримання інтересу до продукту без суттєвих змін його характеристик.

Межа між цими видами інновацій часто є умовною, адже поліпшуючі інновації можуть еволюціонувати у псевдоінновації, якщо не забезпечують реальних технологічних або функціональних змін.

Розглянемо послідовність здійснення процесу інноваційної діяльності, яка зображена на рис. 1.1.

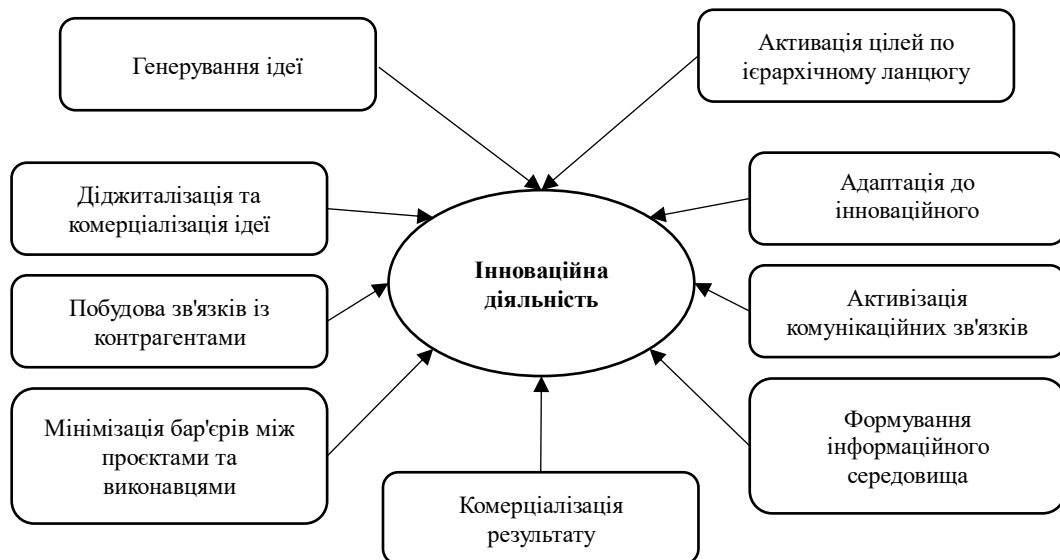


Рис.1.1 Послідовність здійснення процесу інноваційної діяльності

Джерело: [1, с. 58]

Інноваційна діяльність є одним із ключових факторів стратегічного розвитку суспільства та економіки. Сьогодні не достатньо акцентувати увагу лише на окремих інноваційних групах, таких як нові продукти чи технології. Важливо враховувати комплексний підхід до вирішення техніко-організаційних і соціальних проблем, які супроводжують технічне оновлення виробництва. Управління інноваціями має охоплювати всі аспекти розвитку, що сприяють досягненню довгострокових стратегічних цілей.

Поняття інноваційної діяльності стало невід'ємною частиною сучасного економічного дискурсу. Воно відображає процеси управління, спрямовані на відновлення та вдосконалення всіх об'єктів господарювання в умовах ринкової економіки. Згідно з різними підходами, інноваційна діяльність включає розробку, впровадження, комерціалізацію наукових досліджень та технологій, що забезпечують створення конкурентоспроможної продукції або процесів.

Інноваційна діяльність є процесом, орієнтованим на впровадження результатів наукових досліджень у практичну діяльність. Вона охоплює розробку нових або вдосконалених продуктів, технологій та процесів, які створюють додану вартість і можуть бути комерціалізовані.

На рисунку 1.2 зображені учасники процесу управління інноваційною діяльністю підприємства.

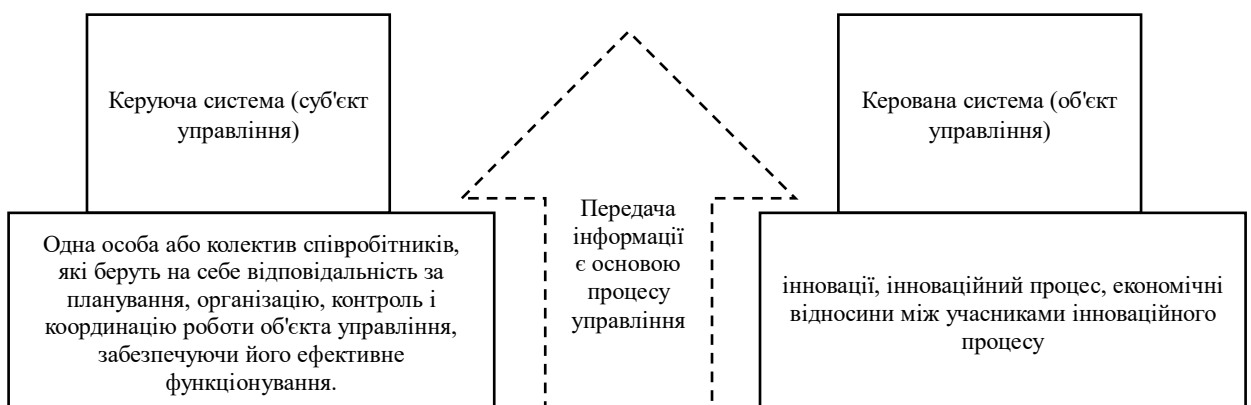


Рис. 1.2. Учасники процесу управління інноваційною діяльністю підприємства

Джерело: [31, с. 16]

Автори [27, с. 75] розглядають інноваційну діяльність як використання та комерціалізацію наукових досягнень для розширення асортименту продукції, поліпшення її якості та вдосконалення технологій. Цей підхід акцентує увагу на поєднанні інновацій та інвестиційної діяльності для досягнення високої ефективності на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Інші дослідники визначають інноваційну діяльність як процес, спрямований на інтенсифікацію виробництва та задоволення суспільних потреб у конкурентоспроможних товарах і послугах. Вона ґрунтується на використанні науково-технічного потенціалу та інтелектуальних ресурсів.

Інноваційна діяльність є складним процесом, що включає не лише реалізацію результатів наукових досліджень, а й розробку ідей, їх практичну реалізацію та комерціалізацію. Важливо враховувати всі етапи інноваційного процесу: від створення ідеї до впровадження готового продукту на ринок.

Комплексний підхід передбачає[31, с. 16]:

- Розробку інновацій: формування ідей, технічних рішень та їх втілення у вигляді нових продуктів чи технологій.
- Практичне впровадження: інтеграцію інновацій у виробничі або управлінські процеси для досягнення стратегічних цілей.
- Комерціалізацію: забезпечення конкурентоспроможності інноваційних продуктів або процесів через їх адаптацію до ринкових умов.

Інноваційна діяльність також включає розробку науково-дослідних проєктів, вдосконалення технологій, створення інноваційної продукції, впровадження нових форм організації праці та управління.

Сучасні виклики та динаміка ринків вимагають від підприємств активного використання інноваційної діяльності як інструмента забезпечення сталого розвитку. Вона сприяє підвищенню конкурентоспроможності, економічному зростанню та створенню нових можливостей для розвитку суспільства. Інноваційна діяльність є рушієм прогресу, забезпечуючи

реалізацію стратегічних цілей як на рівні підприємств, так і на рівні економіки в цілому.

Класифікаційні ознаки інновацій та інноваційних процесів наведені на рис. 1.3.



Рис. 1.3. Класифікаційні ознаки інновацій та інноваційних процесів

Джерело: [32, с. 393]

Інноваційна діяльність є важливим чинником економічного розвитку, що сприяє зростанню конкурентоспроможності продукції та послуг. Це комплекс заходів, спрямованих на створення, впровадження та комерціалізацію нових технологій, продуктів або процесів, які відповідають сучасним потребам

ринку. Основним результатом такої діяльності є забезпечення інноваційного прориву, що приносить економічну та соціальну користь.

До основних напрямів інноваційної діяльності належать[32, с.394]:

- впровадження принципово нових технологій;
- прогресивні структурні зміни у виробничих процесах;
- фінансування фундаментальних досліджень для забезпечення якісного прориву в економіці;
- розробка і застосування ресурсозберігаючих технологій для підвищення соціального та екологічного добробуту.

Світовий досвід показує, що інноваційна діяльність вимагає системної підтримки з боку держави. Економічні механізми, зокрема податкове й патентне регулювання, створюють умови для стимулювання інновацій. У розвинених країнах акцент робиться на впровадженні нових технологій, які забезпечують модернізацію виробничих процесів та підвищують ефективність господарювання.

Зокрема, в економіках високого рівня розвитку основна увага зосереджена на інноваціях, які сприяють розширенню виробничо-господарського потенціалу. В Україні ж важливим завданням є обґрунтування національних інноваційних пріоритетів і пошук механізмів для залучення інноваційних ресурсів.

Головним каталізатором інноваційного розвитку є інтелектуалізація економіки. На відміну від обмежених природних ресурсів, людські знання, технології й наукові досягнення стають невичерпним джерелом зростання. Інновації створюють основу для сталого розвитку, забезпечують ефективне використання ресурсів і сприяють виходу із економічної депресії.

Підсумовуючи, інноваційна діяльність є ключовим інструментом економічного прогресу. Вона поєднує наукові дослідження, практичну реалізацію і комерціалізацію, створюючи нові можливості для підвищення конкурентоспроможності та соціального добробуту[9, с. 39].

1.2. Види інновацій у виробництві підприємства

Інновації у виробництві підприємств є основою для підвищення їхньої конкурентоспроможності, оптимізації процесів і адаптації до динамічних змін ринку. Впровадження інновацій забезпечує зростання продуктивності, зменшення витрат, поліпшення якості продукції та екологічних показників, що є ключовими чинниками успіху підприємства у сучасних умовах. Різноманітність видів інновацій дозволяє охопити всі аспекти діяльності підприємства, починаючи від технологій і матеріалів, закінчуючи організаційними та соціальними аспектами.

У таблиці 1.1. виділено основні категорії інновацій, їхній опис і приклади практичного застосування. Вона дає можливість систематизувати знання про інновації, зрозуміти їхню сутність і оцінити їхній потенціал для впровадження у виробництві. Такий підхід дозволяє підприємствам більш ефективно визначати напрями розвитку та інвестувати у найбільш перспективні рішення.

Таблиця 1.1

Види інновацій у виробництві підприємства

Категорія інновацій	Опис	Приклади
1	2	3
Технологічні інновації	Покращення технологій і розробка нових продуктів спрямовані на підвищення ефективності, зниження витрат і відповідність ринковим потребам.	Впровадження автоматизації, робототехніки та розробка екологічної упаковки.
Організаційні інновації	Удосконалення виробничих процесів та впровадження адаптивних виробничих систем.	Створення інноваційних логістичних моделей та автоматизація процесів планування.
Інформаційно-технологічні інновації	Застосування цифрових рішень для контролю та управління виробничими операціями.	Впровадження ERP-систем і застосування штучного інтелекту для прогнозування запитів і потреб.
Екологічні інновації	Технології, спрямовані на зниження впливу на навколишнє середовище за допомогою нових технологій.	Застосування поновлюваних джерел енергії, утилізація відходів і скорочення викидів вуглекислого газу.

Продовження табл. 1.1

1	2	3
Матеріальні інновації	Застосування інноваційних матеріалів або модернізація наявних для виготовлення продукції з підвищеними властивостями.	Використання наноматеріалів і екологічно чистих біорозкладних упаковок.
Матеріальні інновації	Використання нових або вдосконалених матеріалів для створення продукції з покращеними характеристиками.	Наноматеріали, біорозкладні упаковки.
Інвестиційні інновації	Вкладення в оновлення виробничих потужностей та інфраструктури.	Купівля нового обладнання, впровадження передових технологій.
Соціальні інновації	Нові підходи до мотивації співробітників і створення комфортних умов праці.	Програми підвищення кваліфікації, покращення умов праці.
Інновації в енергозабезпеченні	Використання енергоефективних технологій і перехід на відновлювані джерела енергії.	Сонячні панелі, системи енергозбереження.

Джерело: [10, с. 108]

На основі аналізу видів інновацій у виробництві можна зробити кілька важливих висновків[10, с. 109]:

1. **Різноманітність інновацій:** інновації у виробництві охоплюють широкий спектр діяльності, починаючи від технологічних процесів до організаційних аспектів. Це дозволяє адаптувати їх до специфіки підприємства та обраної галузі.

2. **Вплив на ефективність:** кожен вид інновацій спрямований на підвищення продуктивності, зниження витрат та покращення якості продукції, що є ключовими для виживання підприємства у конкурентному середовищі.

3. **Екологічний компонент:** у сучасному виробництві все більшого значення набувають екологічні інновації, які не лише знижують вплив на навколишнє середовище, а й підвищують довіру споживачів до продукції підприємства.

4. **Значення соціальних аспектів:** соціальні інновації створюють комфортні умови праці для персоналу, що сприяє зростанню мотивації, зменшенню плинності кадрів і підвищенню репутації компанії.

5. Розвиток технологій: швидке впровадження інформаційно-технологічних інновацій дозволяє підприємствам залишатися конкурентоспроможними в умовах цифрової трансформації.

Загалом, системний підхід до впровадження інновацій дозволяє підприємствам підвищувати свою ефективність, знижувати витрати, адаптуватися до змін зовнішнього середовища та досягати стратегічних цілей. Таблиця надає структуровану базу для планування та реалізації інноваційних проектів.

Кожна галузь харчової промисловості має свої унікальні особливості інноваційного розвитку [10, с. 110]. У лікєро-горілочаній промисловості інновації переважно зосереджені на ринкових, маркетингових та управлінських аспектах. Технологічні зміни у виробництві продукції за останні роки були незначними, тоді як основні інновації спрямовані на вдосконалення системи контролю якості та захисту від фальсифікації товарів.

На відміну від лікєро-горілочаної галузі, у пивоварній промисловості акцент робиться на технологічних інноваціях та вдосконаленні управління виробничими та логістичними процесами. Впровадження сучасних автоматизованих систем контролю, оптимізація виробничих процесів і вдосконалення ланцюгів поставок забезпечують конкурентоспроможність підприємств цієї галузі.

Інноваційний розвиток у кондитерській промисловості орієнтований на розробку нових продуктів. Основні напрямки інновацій включають створення унікальних товарних пропозицій, вдосконалення технологій виробництва та застосування маркетингових інновацій. Акцент на створення оригінальних рецептур, використання натуральних інгредієнтів та впровадження трендових смакових рішень дозволяє підприємствам кондитерської галузі не лише розширювати ринки збуту, а й посилювати свою конкурентоспроможність на міжнародному рівні.

Консервна промисловість має свої специфічні особливості, які формують її інноваційну стратегію. Основними викликами для підприємств

цієї галузі є зношене обладнання та незадовільний технічний стан виробничих потужностей, що ускладнює можливість модернізації. Рентабельність продукції в цій галузі залишається низькою, що обмежує фінансові ресурси для інвестування в інноваційні проєкти. Крім того, висока конкуренція через значну частку імпорту консервованої продукції та специфічні вимоги до зберігання та термінів придатності сировини створюють додаткові труднощі.

Щоб утримати позиції на світовому ринку, підприємства консервної галузі мають впроваджувати принципово нові види продукції та інноваційні технології. Удосконалення процесу виробництва, впровадження сучасних методів консервування, автоматизація виробничих процесів та запровадження нових маркетингових стратегій є ключовими напрямками для підвищення конкурентоспроможності цієї галузі. Інновації дозволяють підприємствам зменшити витрати на виробництво, підвищити якість продукції та забезпечити довший термін її зберігання, що сприяє розширенню присутності на міжнародних ринках.

Останнім часом у консервній промисловості впроваджуються різноманітні нововведення, що стосуються форми тари, дизайну етикетки, типу упаковки та інших елементів, спрямованих на підвищення привабливості продукції для споживачів. Такі зміни, які не впливають на якість продукції та технологічний процес, але задовольняють окремі споживчі запити, отримали назву псевдоінновацій [11, с. 60]. Основною перевагою цього підходу є його низька собівартість і швидка окупність, проте такі зміни не забезпечують суттєвих зрушень у фінансово-економічному стані підприємства.

Перспективний інноваційний розвиток консервної промисловості України, яка володіє значними ресурсами для вирощування сільськогосподарської продукції, передбачає створення нових видів продукції та впровадження сучасних технологій. Однак розробка якісного інноваційного продукту — це лише половина успіху. Важливо також створити ефективну систему просування товару на ринок. Досягнення високої рентабельності

можливе лише за умов комплексного підходу, який поєднує продуктиві та маркетингові інновації.

Інновації — це результат інтелектуальної діяльності, і підприємства мають два можливі шляхи для їх створення. Перший шлях полягає у залученні послуг науково-дослідних організацій, другий — у самостійній розробці інновацій на підприємстві. Обидва підходи потребують участі висококваліфікованих фахівців, що підкреслює необхідність розвитку інтелектуальних інновацій. Для підтримки продуктивих та процесних інновацій підприємствам необхідна відповідна інфраструктура, до якої мають входити інноваційні компанії, бізнес-інкубатори, технологічні парки, а також консалтингові, страхові та інформаційні центри.

Окремо варто виділити інфраструктурні інновації, які виступають як самостійний продукт і водночас є обов'язковою умовою для забезпечення ефективної інноваційної діяльності підприємств. Такі інновації створюють основу для розробки та впровадження нових технологій і продуктів, сприяючи підвищенню конкурентоспроможності підприємства та його адаптивності до змін ринкового середовища. Впровадження інфраструктурних інновацій дозволяє компаніям не лише створювати нові продукти, але й забезпечувати їх ефективне просування на ринку.

Активне запровадження сучасних науково-технічних досягнень та інноваційних технологій у виробничі процеси дозволяє підприємствам підвищувати свою конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. Світова практика свідчить, що більшість успішних компаній досягають своїх результатів завдяки активному використанню маркетингових інновацій у своїй діяльності. Виробництво та просування на ринок нових товарів із підвищеним рівнем задоволення потреб споживачів порівняно з традиційними аналогами дозволяє підприємствам зберігати лояльність споживачів і підтримувати стабільний попит на свою продукцію.

З метою сталого розвитку та зміцнення ринкових позицій підприємствам необхідно інтегрувати інноваційні рішення у свою діяльність. Це передбачає

застосування інструментів маркетингового комплексу для успішної комерціалізації інноваційних продуктів та послуг. Маркетингові інновації включають оновлення дизайну товарів і послуг, що виходить за межі незначних або сезонних змін. Зміни у вигляді та формі продукції, які відображають нові маркетингові концепції, хоча й не змінюють функціональних характеристик товару, але значно впливають на його сприйняття споживачами.

Іншим важливим аспектом є впровадження нових маркетингових стратегій, спрямованих на розширення ринків збуту та залучення нових споживачів. Реалізація нових підходів до просування товарів включає сучасні рекламні концепції, створення сильного бренду, індивідуалізацію маркетингових заходів, що дозволяє підвищити впізнаваність продукції на ринку[9, с. 103].

Крім того, маркетингові інновації охоплюють використання нових каналів збуту, таких як прямі продажі, електронна комерція, ліцензування продуктів та послуг. Цей підхід розширює доступ до нових споживачів та дозволяє підприємствам охоплювати ширший ринок. Важливим елементом є також впровадження сучасних концепцій презентації товарів у торгівлі, таких як демонстраційні шоуруми або веб-сайти, що забезпечує вищу доступність інформації для споживачів.

Сучасні підходи до формування цінової політики також належать до маркетингових інновацій. Використання нових методів ціноутворення дозволяє підприємствам оперативно реагувати на коливання попиту, зміни у конкурентному середовищі та особливості поведінки споживачів. Цінові стратегії стають більш гнучкими та адаптованими до умов ринку, що сприяє підвищенню ефективності збуту та прибутковості бізнесу.

Загалом, маркетингові інновації охоплюють як процеси виробництва товарів, так і сфери просування та збуту продукції. Вони включають нововведення у товарну політику, маркетингові дослідження, внутрішній маркетинг, а також модернізацію дизайну та упаковки товарів. Завдяки цьому підприємства можуть не лише підвищувати конкурентоспроможність своєї

продукції, а й забезпечувати зростання рівня задоволення споживачів, що сприяє формуванню лояльності та підвищенню прибутковості[54, с. 260].

Безперервні інновації передбачають поступове вдосконалення або оновлення існуючих товарів. До динамічно безперервних інновацій відносять нові товари або їх модифіковані версії, які, як правило, не змінюють звичної моделі споживчої поведінки. Натомість перервні інновації є абсолютно новими продуктами, які докорінно змінюють споживчі звички та відкривають нові можливості для ринку [5].

Для забезпечення конкурентоспроможності підприємства мають не лише створювати інноваційну продукцію, але й ефективно поєднувати її розробку з маркетинговими процесами. Маркетинговий підхід до впровадження нових товарів охоплює весь цикл — від генерації ідей до комерційного запуску продукту на ринок. У цьому процесі виробник створює кілька концепцій продукту, аналізує думки споживачів, відбирає найперспективніші ідеї, розробляє прототипи, проводить тестування та виводить продукт на ринок. Такий підхід дозволяє мінімізувати ризики та підвищити ймовірність успіху нових товарів.

Для ефективного просування інноваційних продуктів кожне підприємство розробляє унікальну маркетингову стратегію, враховуючи особливості кожного товару та цільову аудиторію. Фахівці з маркетингу повинні володіти навичками створення цінності для споживачів шляхом пропозиції нових продуктів або послуг підвищеної якості. Вони мають використовувати сучасні інструменти та методи просування товарів, впроваджувати інноваційні підходи до збуту та комерціалізації продуктів. Особливу увагу слід приділяти побудові взаємовигідних і довгострокових відносин зі споживачами, оскільки це підвищує лояльність та забезпечує стабільний попит на нові товари.

Стратегії, орієнтовані на освоєння нових ринків та впровадження новітніх технологій, належать до категорії найбільш ризикованих. Вони потребують значних інвестицій у маркетингові та технологічні інновації та

часто виступають об'єктом венчурного інвестування. Високий рівень ризику вимагає прийняття виважених рішень щодо розробки та реалізації маркетингових стратегій, включно з питаннями ціноутворення, просування продукції, рекламних кампаній та вибору цільових ринків.

Розробка стратегії повинна враховувати внутрішні можливості та загрози зовнішнього середовища. У сучасних умовах це передбачає оцінку ресурсного потенціалу підприємства, його ринкових позицій та стратегічних цілей. Такий підхід дозволяє адаптувати стратегію до умов ринку, знижуючи ризику та підвищуючи шанси на успіх під час виходу на нові ринки або впровадження технологічних інновацій[9, с. 102].

1.3. Методи впровадження інновацій на підприємствах

Впровадження сучасних методів підприємницької діяльності передбачає комплекс заходів, спрямованих на підвищення ефективності управління та зміцнення конкурентоспроможності підприємства. Одним із основних напрямів є розробка оновленої корпоративної стратегії, яка дозволяє підприємству оперативно адаптуватися до змін ринкового середовища. Важливе значення має застосування сучасних управлінських підходів, що включають оптимізацію внутрішніх процесів і ухвалення рішень на основі аналітичних даних.

Для підвищення продуктивності праці доцільно впроваджувати гнучкі графіки роботи та змінні режими робочого часу. Використання інноваційних систем контролю якості та сертифікації продукції сприяє відповідності міжнародним стандартам і зміцненню довіри споживачів. Важливим фактором є також впровадження сучасних логістичних систем та вдосконалення механізмів постачання, що дозволяє мінімізувати витрати та уникати затримок у виробничих процесах.

Інноваційний розвиток підприємств передбачає створення науково-дослідних підрозділів, які займаються впровадженням передових науково-

технічних досягнень у виробництво. Одночасно, ефективне управління знаннями забезпечується за допомогою корпоративних інформаційних систем, які надають працівникам доступ до актуальної інформації для ухвалення обґрунтованих рішень.

Розвиток персоналу, включаючи навчання та підвищення кваліфікації, залишається ключовим фактором для підготовки працівників до роботи з новітніми технологіями. Суттєвим аспектом є розвиток партнерських відносин і стратегічних альянсів із постачальниками та споживачами, що відкриває доступ до нових ринків і ресурсів. Передача окремих функцій чи процесів на аутсорсинг дозволяє підприємству концентруватися на ключових напрямках діяльності та оптимізувати витрати.

Нові методи організації робочих місць передбачають зміну підходів до розподілу відповідальності та повноважень серед працівників. Це сприяє підвищенню рівня залученості персоналу до прийняття управлінських рішень і забезпечує гнучкість організаційної структури. Реалізація нових підходів до структуризації діяльності компанії сприяє інтеграції окремих напрямів роботи, що дозволяє підвищити ефективність внутрішніх бізнес-процесів.

Інновації у зовнішніх зв'язках підприємства включають нові підходи до співпраці з науковими центрами, замовниками та постачальниками. Зокрема, підприємства активно використовують механізми інтеграції з постачальниками для забезпечення безперервного виробництва та зниження ризиків перебоїв у постачанні ресурсів. Додатково застосовується аутсорсинг у виробничій сфері, логістиці та кадровому забезпеченні, що дозволяє оптимізувати витрати та підвищити ефективність управління допоміжними процесами. Усе це забезпечує підприємству можливість швидше адаптуватися до змін ринкового середовища та ефективно використовувати свої ресурси.

Впровадження управлінських інновацій потребує дотримання низки методологічних принципів, які спрямовані на подолання соціальної інертності та підвищення ефективності управління [8, с. 25].

Першочерговим є цілеспрямоване, поетапне та адаптивне впровадження змін. Це передбачає розробку чітких підходів, які враховують попередній досвід підприємства у впровадженні інновацій. Поступовість змін знижує ймовірність виникнення конфліктів та сприяє кращій адаптації колективу до нових умов[47, с. 43].

Важливим аспектом є підвищення відповідальності вищого керівництва. З цією метою формується система зобов'язань управлінців щодо підтримки та реалізації інноваційних проектів. Керівництво виступає гарантом ефективного впровадження інноваційних змін.

Для успішної реалізації інновацій важливо створити інформаційне середовище, де кожен працівник буде поінформований про майбутні перетворення. Інформування має бути постійним та наочним, що дозволяє працівникам краще зрозуміти необхідність змін та підвищує їх мотивацію до участі у впровадженні інновацій.

Критично важливим є відбір та ресоціалізація персоналу. Перед початком навчання доцільно визначити найбільш активних та ініціативних співробітників, які мають високу здатність до сприйняття інновацій. Навчання слід проводити в першу чергу для цієї категорії працівників, після чого вони можуть стати частиною команди з впровадження інноваційних змін.

Застосування командних форм організаційних змін є ще одним ключовим інструментом. Для реалізації цього підходу створюються дві групи команд: одні впроваджують інновації, інші здійснюють контроль за досягнутими результатами. Для забезпечення координації між цими групами використовується механізм зворотного зв'язку, що дозволяє своєчасно коригувати організаційні зміни.

Мотивування персоналу є важливим елементом успішного впровадження управлінських інновацій. Для цього працівникам потрібно чітко донести важливість змін, створити відчуття невідворотності перетворень та запропонувати систему стимулів, наприклад, преміювання за якісне виконання завдань, пов'язаних із впровадженням інновацій[40, с. 73]

Ще одним важливим принципом є планування та узгодження робіт як короткотермінового, так і довготермінового характеру. Реалізація інноваційного проекту передбачає попередню оцінку підготовленості організації до змін та визначення конкретних етапів робіт із чіткими термінами їх виконання. План впровадження інновацій має бути зафіксований у вигляді спеціальної програми, яка включає систему контролю та координації заходів.

Максимальна залученість персоналу до прийняття рішень також відіграє ключову роль у впровадженні інновацій. Використання методу «злови м'яч» сприяє тому, що кожен працівник бере участь у прийнятті рішень. Це дозволяє врахувати думки всіх рівнів організації та забезпечує зворотний зв'язок між керівництвом та підлеглими.

Останнім принципом є безперервне покращення організаційних змін. Тільки постійне вдосконалення процесу дозволить зробити управлінські інновації невід'ємною частиною діяльності підприємства. У такому разі інновації будуть відповідати нормам поведінки в організації та матимуть цінність для її членів. У довгостроковій перспективі це забезпечить підприємству конкурентні переваги на ринку.

Дослідження інноваційної діяльності на підприємствах є складним і багатогранним завданням, яке вимагає систематизації існуючих наукових підходів та визначення найбільш значущих серед них. На основі аналізу як класичних, так і сучасних наукових джерел виділено кілька ключових підходів до вивчення інноваційної діяльності.

Перший підхід – якісний, зосереджений на глибокому розумінні природи та контексту інновацій. Він передбачає використання таких методів, як аналіз кейсів, проведення інтерв'ю, спостереження за учасниками інноваційних процесів і контент-аналіз. Цей підхід є надзвичайно ефективним для вивчення суб'єктивних аспектів інновацій, зокрема організаційної культури, впливу лідерства та творчого потенціалу працівників[28, с. 105].

Другий підхід – кількісний, який використовує статистичні методи для аналізу інноваційної діяльності. Сюди входять опитування, економетричне

моделювання та експериментальні дослідження. Цей підхід спрямований на перевірку гіпотез і виявлення закономірностей, таких як зв'язок між витратами на дослідницьку діяльність і результатами інновацій.

Третій підхід – змішаний, що поєднує якісні та кількісні методи для створення цілісного уявлення про інновації. Він дозволяє дослідникам глибоко вивчати складні аспекти інновацій (завдяки якісному аналізу), а також здійснювати їхню ширшу оцінку (завдяки кількісним методам).

Четвертий підхід – порівняльний та історичний. Він передбачає аналіз інноваційних процесів у різних організаціях, галузях або часових періодах для виявлення закономірностей і відмінностей. Історичний підхід дозволяє простежити еволюцію інновацій та їхній вплив на діяльність підприємств у довгостроковій перспективі.

П'ятий підхід – мережевий та системний. Він акцентує увагу на взаємодії між різними учасниками інноваційної системи, такими як підприємства, університети та державні установи. Аналіз мереж і систем інновацій дозволяє зрозуміти, як ці взаємозв'язки сприяють або, навпаки, обмежують розвиток інновацій.

Ці підходи є основою для комплексного вивчення інноваційної діяльності, забезпечуючи всебічний аналіз і практичне застосування отриманих знань[29, с. 77].

Дослідження інноваційної діяльності підприємств охоплює широкий спектр методологічних підходів і методів, які дозволяють всебічно аналізувати різні аспекти цієї складної і багатогранної сфери. Поєднання якісних та кількісних методів є поширеним у таких дослідженнях, оскільки це забезпечує більш повне розуміння інноваційних процесів. Схема вибору стратегії інноваційного розвитку підприємства показана на рис. 1.4.

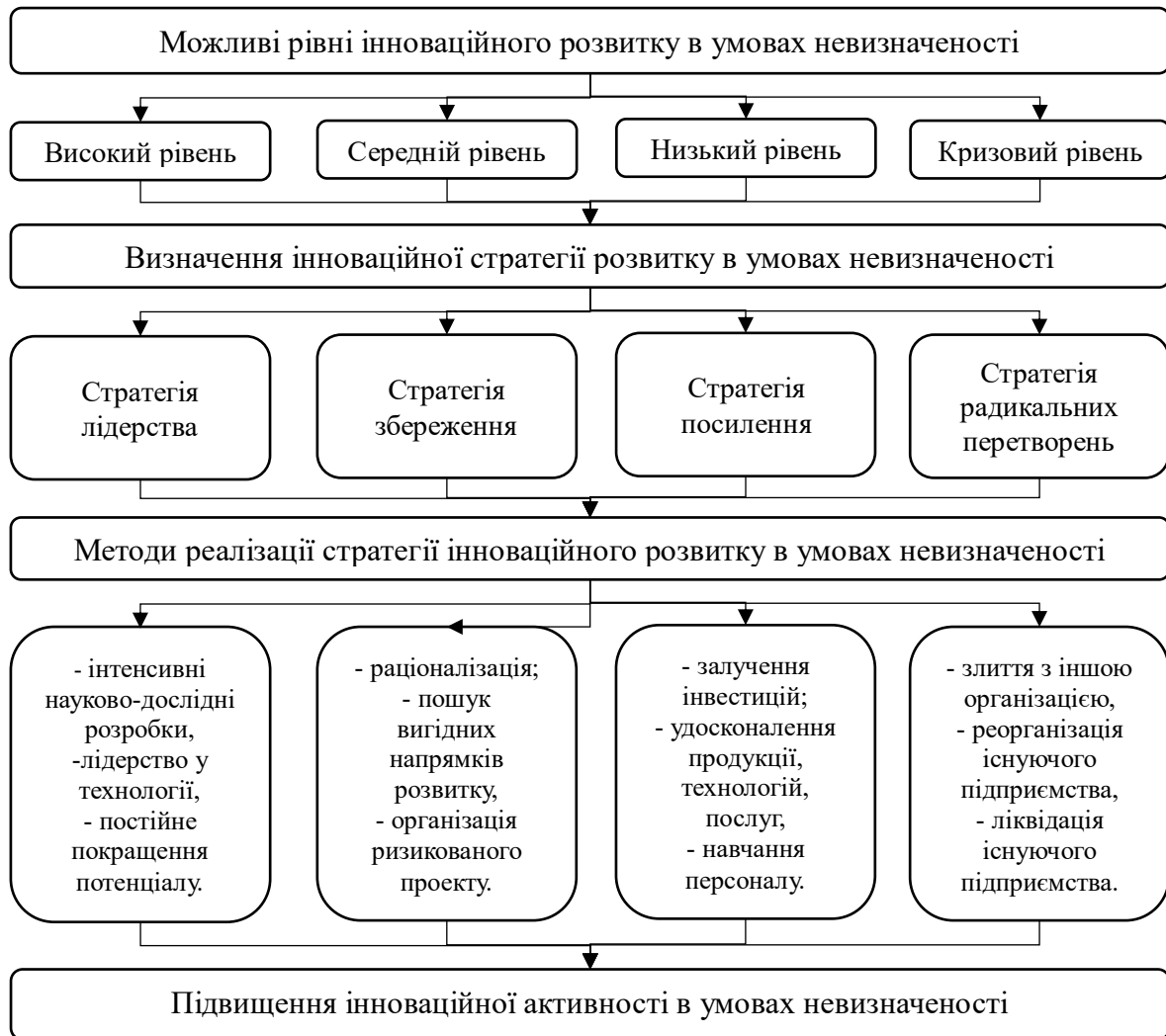


Рис. 1.4. Схема вибору стратегії інноваційного розвитку підприємства

Джерело: [12, с. 55]

Якісні методи є ключовими для глибокого вивчення нюансів і особливостей інноваційної діяльності. Вони допомагають зрозуміти мотивацію, досвід і перспективи як окремих осіб, так і груп, що беруть участь у цих процесах. Серед таких методів можна виокремити кейс-стаді, інтерв'ю, фокус-групи, контент-аналіз, метод Delphi та інші. Ці підходи дозволяють дослідникам зануритися в контекст інноваційного середовища, виявити приховані закономірності й створити основу для формулювання нових концепцій[33, с. 166].

Кількісні методи, у свою чергу, дозволяють дослідникам виконувати числовий аналіз, перевіряти гіпотези і встановлювати статистичні залежності. До основних методів цього підходу належать статистичний аналіз, економетричне моделювання, аналіз великих даних, використання штучного інтелекту, опитування і факторний аналіз. Ці методи ефективно застосовуються для отримання узагальнених висновків і оцінки масштабних тенденцій у сфері інновацій.

Однією з ключових методологічних проблем є розробка методики прогнозування інноваційної активності. Це завдання є складним і вимагає змішаного підходу, що враховує низку критеріїв і чинників. Проте така методика потребує наявності об'єктивних даних і високої кваліфікації дослідників, що ускладнює її впровадження в практичній площині.

Стан інноваційної діяльності в Україні демонструє певні труднощі. Спостерігається зниження інноваційної активності суб'єктів господарювання, що набуло системного характеру. Це свідчить про необхідність активізації чинників, які є визначальними у формуванні сприятливого інноваційного клімату. Позитивні зміни можливі лише за умови послідовної підтримки інноваційних ініціатив, створення умов для їх розвитку та забезпечення стратегічного підходу до управління інноваціями.

Отже, якісне і кількісне поєднання методів, а також врахування особливостей інноваційної діяльності підприємств, є запорукою ефективного аналізу та прогнозування, що сприятиме розвитку цієї сфери як у межах окремих організацій, так і в масштабах національної економіки[28, с. 164].

Переваги та недоліки основних методичних підходів до вивчення інноваційної діяльності підприємств наведені в таблиці 1.2

Таблиця 1.2.

**Переваги та недоліки основних методичних підходів до вивчення
інноваційної діяльності підприємств**

Підходи	Переваги	Недоліки
1	2	3
Якісні підходи	<ul style="list-style-type: none"> - Забезпечують глибше розуміння складних явищ; - Враховують специфіку організаційного контексту; - Дозволяють досліджувати нові ідеї та види діяльності; - Пропонують адаптацію під особливості кожного досліджуваного явища. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ускладнене узагальнення через обмежену вибірку; - Висока ймовірність суб'єктивної інтерпретації; - Затрати часу на збір і обробку даних.
Кількісні підходи	<ul style="list-style-type: none"> - Дозволяють аналізувати великі обсяги даних; - Забезпечують перевірку гіпотез і встановлення закономірностей; - Стандартизовані методи забезпечують порівняння різних досліджень. 	<ul style="list-style-type: none"> - Іноді не враховують контекст явищ; - Обмеження у визначенні причинно-наслідкових зв'язків; - Залежність від якості та доступності даних.
Змішані підходи	<ul style="list-style-type: none"> - Поєднують переваги кількісних і якісних методів; - Підтверджують результати з різних джерел; - Забезпечують адаптацію до складних контекстів. 	<ul style="list-style-type: none"> - Висока складність і трудомісткість реалізації; - Потреба в більшій кваліфікації дослідника; - Можливі суперечливі результати через використання різних методів.
Порівняльні та історичні підходи	<ul style="list-style-type: none"> - Виявляють закономірності у різних контекстах; - Допмагають зрозуміти вплив інновацій у минулому; - Унікальні підходи до аналізу історичних факторів. 	<ul style="list-style-type: none"> - Складність аналізу даних; - Необ'єктивність історичних джерел; - Труднощі в порівнянні через унікальність контекстів.
Мережеві та системні підходи	<ul style="list-style-type: none"> - Досліджують взаємозв'язки між учасниками інноваційної системи; - Сприяють розумінню динаміки інноваційного середовища; - Виявляють ключові точки взаємодії в мережах. 	<ul style="list-style-type: none"> - Складність картографування зв'язків; - Значна трудомісткість збору і перевірки даних; - Вимагають високої технічної компетентності для аналізу.

Джерело: [41, с. 77]

Методики дослідження інноваційної діяльності підприємств є багатогранними і вимагають гнучкого підходу. Кількісні методи забезпечують можливість роботи з великими обсягами даних, дозволяючи виявляти статистичні закономірності та перевіряти гіпотези. Це робить їх незамінними для аналізу на макrorівні та розробки загальних висновків. Проте вони часто обмежені у дослідженні внутрішніх механізмів і мотивацій, що визначають інноваційні процеси.

На відміну від цього, якісні методи дозволяють детально дослідити контекстуальні аспекти інноваційної діяльності, зосереджуючись на глибинному розумінні явищ. Вони особливо цінні у випадках, коли йдеться про нові або недостатньо вивчені аспекти. Проте їх обмеження полягають у меншій здатності до узагальнення та можливій суб'єктивності інтерпретацій[28, с. 99].

З огляду на це, оптимальним підходом до дослідження інноваційної діяльності є комбінування кількісних та якісних методів. Це дозволяє забезпечити як глибину розуміння інноваційних процесів, так і можливість встановлення загальних закономірностей. Вибір конкретних методик має базуватися на характері об'єкта дослідження та специфіці інноваційної діяльності, що аналізується, з урахуванням практичного контексту та стратегічних цілей підприємства.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Інноваційна діяльність підприємства є ключовим фактором його конкурентоспроможності та забезпечення сталого розвитку в умовах динамічного ринкового середовища. Визначення сутності інновацій дозволяє зрозуміти їхню роль у модернізації виробничих процесів та підвищенні ефективності діяльності підприємства. Інновації охоплюють не лише створення нових продуктів чи послуг, а й технологічні, управлінські, організаційні та маркетингові зміни, які сприяють досягненню стратегічних цілей підприємства.

Аналіз видів інновацій у виробництві дозволив виокремити кілька ключових напрямів інноваційної діяльності. Основними видами інновацій є продуктові, процесні, організаційні, маркетингові та технологічні інновації. Продуктові інновації спрямовані на розробку нових товарів і послуг, які відповідають сучасним потребам споживачів. Технологічні інновації забезпечують вдосконалення виробничих процесів, що підвищує продуктивність праці та знижує собівартість продукції. Організаційні інновації сприяють покращенню структури управління підприємством, підвищуючи гнучкість та адаптивність до змін ринкових умов. Маркетингові інновації дозволяють підприємству більш ефективно просувати продукцію та розширювати ринки збуту. Процесні інновації передбачають модернізацію технологічного процесу виробництва, що сприяє оптимізації витрат та підвищенню якості продукції.

Методи впровадження інновацій на підприємстві передбачають як організаційно-управлінські, так і технологічні інструменти. Ефективне впровадження інновацій залежить від комплексного підходу, який включає проведення науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), створення спеціалізованих підрозділів для розробки інновацій, забезпечення належного фінансування інноваційної діяльності, навчання та перекваліфікації персоналу. Важливим є застосування методів інформаційної підтримки, що

включає створення інформаційних баз даних, платформ для обміну знаннями та забезпечення доступу до передових технологій. До ключових методів впровадження інновацій також належать форми державно-приватного партнерства, взаємодія з науково-дослідними інститутами та співпраця з інноваційними центрами та бізнес-інкубаторами.

Загалом, упровадження інновацій на підприємствах потребує системного підходу, що охоплює розробку інноваційної стратегії, визначення пріоритетних напрямів інноваційного розвитку, оптимізацію внутрішніх процесів та залучення кваліфікованих кадрів. Використання різноманітних видів інновацій та методів їх впровадження дозволяє підприємствам забезпечити стабільний розвиток, підвищити ефективність виробництва та зміцнити свої позиції на ринку.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЙ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ВИРОБНИЦТВІ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА ІП «КОКА-КОЛА БЕВЕРІДЖИЗ УКРАЇНА ЛІМІТЕД»

2.1. Аналіз ринку безалкогольних напоїв

Світовий ринок газованих напоїв у 2023 році залишається великим і динамічно зростаючим, з основними гравцями, як-от The Coca-Cola Company, PepsiCo, Keurig Dr Pepper, Red Bull та інші. Його загальна вартість у 2022 році оцінювалася у 445,8 мільярда доларів США, а очікуваний ріст до 2030 року складе близько 4,44% CAGR, що дозволить ринку досягти 630,89 мільярда доларів США. Основні чинники росту включають стабільний попит на традиційні кола-напої, а також інновації в низькокалорійних та натуральних варіантах газованих напоїв, які відповідають вимогам сучасного споживача[58].

Сегментація світового ринку включає категорії за каналами збуту, типами продуктів і регіонами. Найбільше зростання продажів спостерігається в супермаркетах і гіпермаркетах завдяки широкому представленню брендів на полицях цих магазинів. У регіональному розрізі Північна Америка та Азіатсько-Тихоокеанський регіон є лідерами, причому США та Китай займають домінуючі позиції. У Північній Америці продовжують розвиватися класичні бренди та інноваційні смаки, як-от нові продукти від Coca-Cola (наприклад, обмежене видання Y3000) та PepsiCo (Starry)[58].

Основні тенденції світового ринку в 2023 році також вказують на зростання попиту на безалкогольні газовані напої з низьким вмістом цукру. Компанії адаптують свої стратегії, розробляючи продукти з альтернативними підсолоджувачами або добавками для здоров'я. Наприклад, PepsiCo розробляє нову лінійку напоїв із низьким вмістом цукру, а Osotspra, тайський виробник,

запускає здоровіші газовані напої на основі слив. Ключові гравці на ринку показані в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Ключові гравці на світовому ринку

Компанія	Основні продукти	Регіони лідерства
The Coca-Cola Company	Coca-Cola, Sprite, Fanta	Північна Америка, Європа
PepsiCo	Pepsi, Mountain Dew, 7Up	Північна Америка, Азія
Keurig Dr Pepper	Dr Pepper	США
Red Bull GmbH	Red Bull (енергетичні напої)	Європа, Азія
FEMSA	газовані напої під брендом Coca-Cola	Латинська Америка

Джерело: [58]

Таким чином, світовий ринок газованих напоїв продовжує розвиватися, задовольняючи потреби споживачів, які шукають як класичні варіанти напоїв, так і нові, більш здорові альтернативи. Структура ринку напоїв за видами у 2022 р.р, млн.дал,% показана на рис. 2.1.

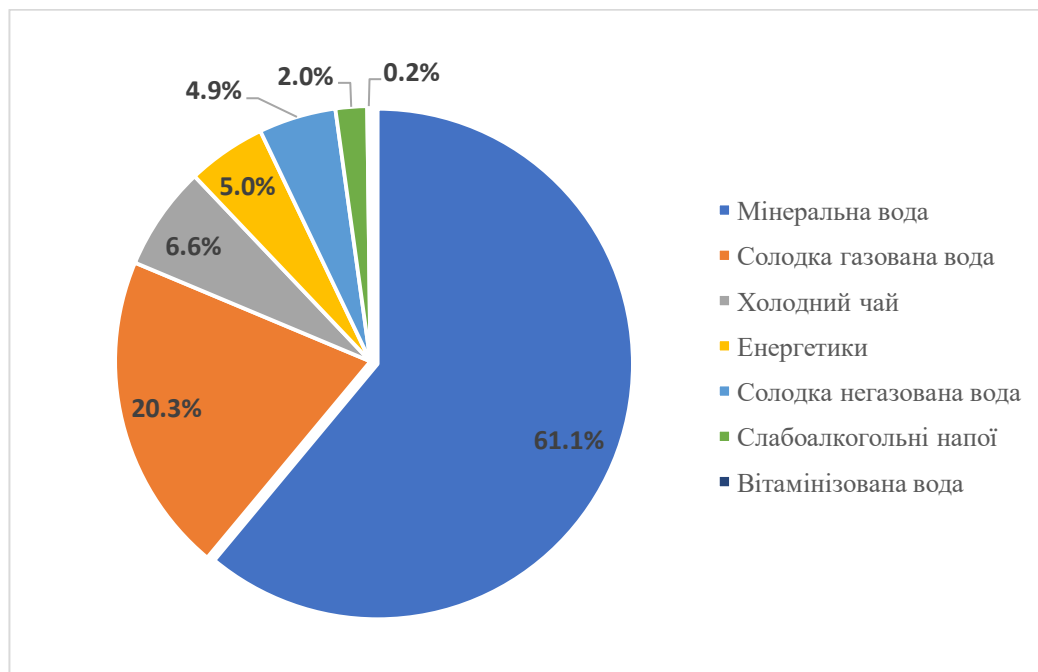


Рис. 2.1 Структура ринку напоїв за видами у 2022 р.р, млн.дал,%

Джерело: [55]

Ринок напоїв в Україні досяг значного розвитку, і майже весь попит забезпечується за рахунок національних виробників. Експорт напоїв залишається відносно невеликим, хоча кількість міжнародних поставок стабільно зростає. Конкуренція на ринку висока, і домінують великі компанії з сучасними виробничими лініями, що інвестують у технології, маркетинг та підготовку персоналу, витісняючи менш економічно розвинені підприємства. Ці гравці підтримують постійні рекламні кампанії, завдяки чому їх продукція добре відома широкому колу споживачів[55].Ріст ціни пляшки кока-коли 1,25 л за 2017-2023 роки, грн. показано на рис.2.2.

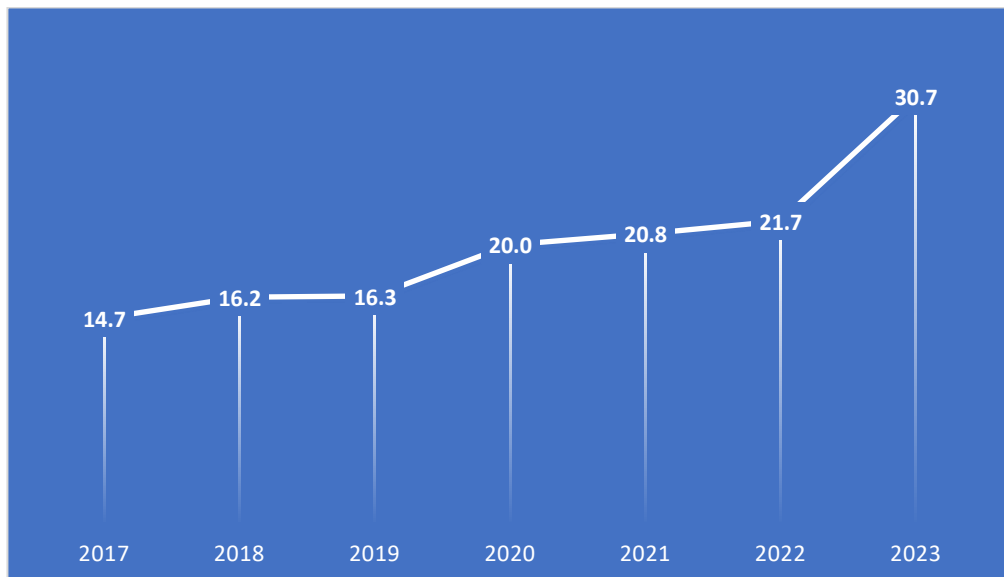


Рис. 2.2 Ріст ціни пляшки кока-коли 1,25 л за 2017-2023 роки, грн.

Джерело: [55]

Попри зростання культури споживання мінеральної води, рівень її споживання в Україні все ще нижчий, ніж у багатьох країнах Європи. Однак за останні роки, під впливом популяризації здорового способу життя, помітно збільшився попит на негазовану воду. Поширення активного способу життя та заняття спортом підвищили потребу в якісній воді, що значно підтримує ріст цього сегмента. Низька якість водопровідної води в багатьох містах також стимулює попит на фільтровану чи бутильовану воду.

У сегменті солодких газованих напоїв спостерігається спад, оскільки споживачі надають перевагу менш калорійним і здоровішим варіантам. Запровадження законопроєкту № 9032-1 у березні 2023 року може призвести до зростання вартості солодких напоїв на 4 грн за літр, що додатково скоротить попит. Тим часом, вітамінізована вода та холодний чай набирають популярності як функціональні та корисні альтернативи, особливо серед споживачів, орієнтованих на здоров'я[59]. Продуктовий кошик в «безалкогольних напоях» в 2022 році, од наведено на рис. 2.3.

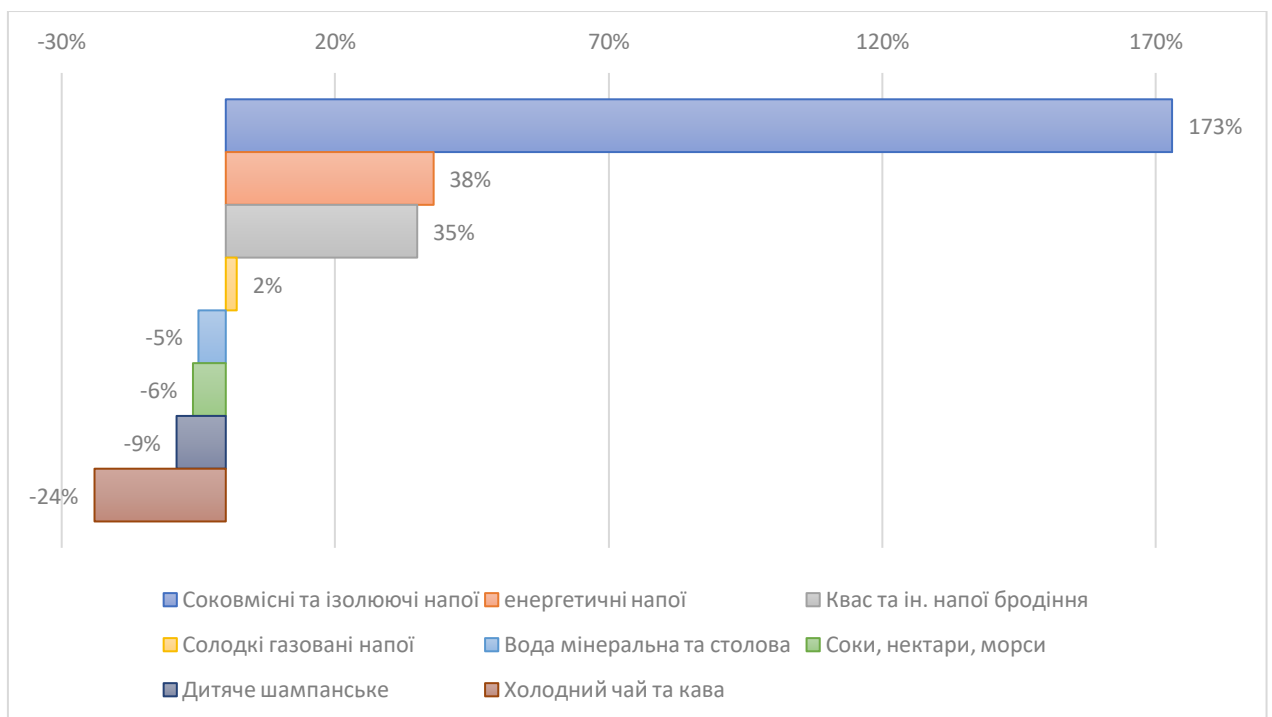


Рис. 2.3 Продуктовий кошик в «безалкогольних напоях» в 2022 році, од

Джерело: [55]

Енергетичні напої залишаються привабливими для молоді, але через підвищену увагу до здоров'я можливе зниження їх популярності. На ринку активно розвиваються інноваційні продукти – нові смакові поєднання, формат і дизайн, що привертають увагу молодих споживачів та розширюють асортимент національних брендів.

Аналіз ринку солодких газованих напоїв в Україні за 2022-2023 роки показує значний вплив інноваційних маркетингових стратегій та молодіжної аудиторії на зростання популярності цього сегменту. У 2023 році обсяг ринку оцінювався приблизно в 1,183 млрд доларів США, а очікуваний ріст у наступні роки складає 8,5% CAGR, що передбачає збільшення до 1,931 млрд доларів до 2029 року. Споживачі у віці до 35 років складають основну частину аудиторії, що спонукає виробників зосереджувати маркетинг на яскравих кампаніях, які популяризують новинки та безалкогольні варіанти напоїв[55].

За даними експорту й імпорту, Україна в 2023 році експортувала близько 150,6 млн кг газованих напоїв, що на 30% більше у порівнянні з попереднім роком. Однак імпорт зменшився на 42%, склавши 86,6 млн кг. Більшість продукції експортується в країни ЄС, що підтверджує конкурентоспроможність українських виробників навіть в умовах війни, яка посилила ризики для виробництва та логістики через обстріли й перебої з енергопостачанням.

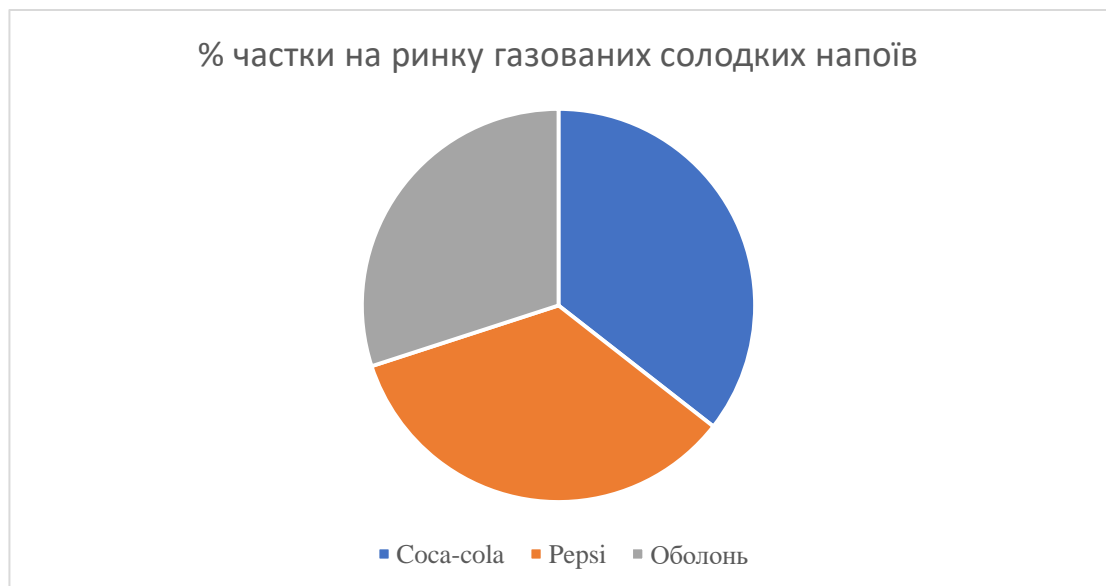


Рис. 2.4 Основні гравці на ринку безалкогольних напоїв у 2023 році, %

Джерело: [55]

Ринок безалкогольних напоїв в Україні характеризується високим рівнем конкуренції та присутністю як міжнародних, так і вітчизняних виробників. Основними гравцями на цьому ринку є:

- Соса-Кола: Світовий лідер у виробництві безалкогольних напоїв, представлений в Україні такими брендами, як "Coca-Cola", "Sprite", "Fanta", "BonAqua" та інші.
- PepsiCo: Інший глобальний гігант, що пропонує на українському ринку напої під брендами "Pepsi", "7UP", "Mirinda" та інші.
- Оболонь: Один із найбільших вітчизняних виробників, відомий своїми безалкогольними напоями, такими як "Живчик", "Оболонь Світле" та інші.

Частки ринку цих компаній розподіляються наступним чином: "Coca-Cola" утримує 31,9% ринку, "Pepsi" – 18,4%, "Оболонь" – 15,8%[55].

Окрім зазначених компаній, на ринку присутні й інші виробники, які займають менші частки, але також впливають на загальну конкуренцію та пропонують споживачам широкий асортимент безалкогольних напоїв.

Популярні бренди включають Соса-Кола, Pepsi та місцеві марки, такі як "Оболонь". Виробники почали більше використовувати знижені рівні цукру, що відповідає зростанню попиту на корисніші напої. Серед пакувальних форматів лідирують пластикові пляшки, хоча споживачі поступово переходять до металевих банок і скляних пляшок, які позиціонуються як екологічніші варіанти.

Основні загрози для ринку пов'язані з війною: нестабільність поставок, податкова політика, яка включає можливе введення податку на напої з високим вмістом цукру, а також зниження купівельної спроможності населення через економічні труднощі. Таким чином, виробники зосереджуються на розширенні асортименту корисніших напоїв, маркетингу, орієнтованому на молодь, та інноваціях, які можуть забезпечити стабільність ринку навіть за умов зростання витрат на виробництво і транспортування.

ІІІ «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» утримує провідну позицію на ринку безалкогольних напоїв України. Компанія залишається лідером у сегменті газованих солодких напоїв, випереджаючи ключових конкурентів. Хоча актуальні дані про ринкові частки у 2023 році відсутні, відомо, що підприємство забезпечило значну частку податкових надходжень у галузі, що свідчить про його провідну роль на ринку. Сучасні тенденції підтверджують фінансову стабільність компанії та її здатність ефективно конкурувати навіть в умовах складної економічної ситуації. ІІІ «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» зберігає лідерство завдяки фінансовій міцності, стабільному зростанню доходів та стратегії посилення конкурентних переваг.

2.2. Загальна характеристика діяльності підприємства ІІІ «Кока – Кола беверіджиз Україна лімітед»

Іноземне підприємство «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» є єдиною компанією в Україні, яка має право виробляти напої під брендами, що належать The Coca-Cola Company.

Види діяльності компанії згідно з КВЕД[56]:

- 11.07 – Основний вид діяльності: виробництво безалкогольних напоїв, мінеральних вод та інших вод у пляшках.
- 10.32 – Виробництво фруктових та овочевих соків.
- 46.34 – Оптова торгівля напоями.
- 46.90 – Неспеціалізована оптова торгівля.
- 47.25 – Роздрібна торгівля напоями в спеціалізованих магазинах.
- 49.41 – Вантажні автомобільні перевезення.
- 73.11 – Діяльність рекламних агентств.

Компанія The Coca-Cola Company, заснована у 1886 році, спеціалізується на розробці маркетингових стратегій брендів, виробництві концентратів, сиропів та основ для напоїв. Вироблені продукти продаються ботлерам, які займаються розливом та дистрибуцією. Головний офіс компанії розташований

в Атланті (США). Система The Coca-Cola Company охоплює понад 300 компаній у більш ніж 200 країнах. «Кока-Кола Беверіджиз Україна» є частиною Coca-Cola HBC Group – другого у світі та найбільшого в Європі ботлера The Coca-Cola Company. Coca-Cola HBC Group діє в 28 країнах, маючи 59 заводів і 289 виробничих ліній. Основна продукція включає газовані напої (62%), низькокалорійні газовані напої (7%), бутильовану воду (19%), соки (7%), холодний чай (4%) та енергетичні напої (1%) [56].

Coca-Cola HBC Group поділяє ринки на три основні категорії[56]:

- Сталі ринки, включаючи Італію, Грецію, Австрію, Швейцарію, Ірландію, Кіпр. Тут розташовано 14 заводів, що забезпечують обсяг продажів у 2,486 млрд євро.
- Ринки, що розвиваються, до яких належать Польща, Угорщина, Чехія, країни Балтії, Хорватія, Словаччина та Словенія. У цьому регіоні працюють 9 заводів, а обсяг продажів сягає 1,092 млрд євро.
- Нові ринки, серед яких Нігерія, Румунія, Сербія, Україна та інші. У цих країнах функціонує 36 заводів, загальний обсяг продажів яких становить 2,769 млрд євро.

ІІІ «Coca-Cola Беверіджиз Україна» належить до категорії «Нових ринків», адже компанія відкрила своє представництво в Україні лише у 1992 році. При цьому «Coca-Cola» стала однією з перших міжнародних компаній, що почала інвестувати в Україну після здобуття нею незалежності, тим самим зробивши значний внесок у розвиток вітчизняної економіки.

Перший завод Coca-Cola для виробництва безалкогольних напоїв в Україні було відкрито у Львові в 1994 році. Проте вже у 1998 році почав працювати новий завод компанії «Coca-Cola Беверіджиз Україна» смт Велика Димерка, Київської області. Завдяки високій продуктивності та оптимізації логістики виробництво у Львові було припинено, адже транспортування готової продукції з Великої Димерки виявилось більш економічно вигідним, ніж утримання двох заводів. Наразі у Львові функціонує склад Coca-Cola, з якого здійснюється доставка продукції до магазинів міста та області.

Система компаній Coca-Cola в Україні представлена двома юридичними особами: ТОВ «Coca-Cola Україна Лімітед» і ПП «Coca-Cola Беверіджиз Україна Лімітед». ТОВ «Coca-Cola Україна Лімітед» є дочірньою компанією The Coca-Cola Company і займається аналітикою ринку, розробкою маркетингових стратегій та контролем якості продукції. У свою чергу, ПП «Coca-Cola Беверіджиз Україна Лімітед» відповідає за виробництво, розподіл і продаж безалкогольних напоїв під брендами The Coca-Cola Company в Україні. Обидві компанії є незалежними суб'єктами господарювання з юридичної та управлінської точки зору. Діяльність Coca-Cola в Україні регулюється низкою корпоративних політик, які охоплюють різні аспекти бізнесу[56]:

- керівні принципи роботи з постачальниками;
- відповідальний маркетинг;
- дотримання прав людини;
- сприяння здоровому способу життя;
- заходи щодо запобігання ВІЛ/СНІДу;
- боротьба зі зміною клімату;
- забезпечення гігієни та безпеки праці;
- захист навколишнього середовища;
- забезпечення якості та безпеки харчових продуктів.

Корпоративна соціальна відповідальність і сталий розвиток є важливими складовими діяльності «Coca-Cola Беверіджиз Україна». Ці принципи інтегровані в місію та цінності компанії, що демонструє її відповідальний підхід до ведення бізнесу та впливу на суспільство.

Завод Coca-Cola в Україні є одним із найсучасніших і найпотужніших у Європі. Його виробничі процеси відповідають найвищим українським та міжнародним стандартам, що дозволяє забезпечувати споживачів продукцією високої якості та безпечності. На підприємстві реалізується повний цикл виробництва, який включає підготовку води, виготовлення сиропу, насичення напою вуглекислим газом, розлив у пляшки та пакування готової продукції на

палети[53]. Асортимент продукції ІІІ «Coca-Cola Беверіджиз Україна Лімітед» наведено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Асортимент продукції ІІІ «Coca-Cola Беверіджиз Україна Лімітед»

Категорія продукції	Назва продукції (ТМ)
Солодкі газовані напої	1. Coca-Cola (5 смаків)
	2. Fanta (6 смаків)
	3. Sprite
	4. Schweppes (8 смаків)
Вода	5. BonAqua (газована, негазована)
Соки та сокові напої	6. Rich (6 смаків)
	7. Rich Kids (5 смаків)
Енергетичні напої	8. Burn (6 смаків)
	9. Monster (5 смаків)
Холодний чай	10. Fuzetea (4 смаки)

Джерело: розроблено автором

Наразі завод оснащений 12 виробничими лініями, загальна потужність яких перевищує 100 мільйонів умовних ящиків продукції на рік. У 2018 році на заводі було запущено нову лінію для виробництва продукції в ПЕТ-пляшках із виробничою потужністю 42 000 пляшок на годину. Реалізація цього проекту тривала лише 2,5 місяці, а обсяг інвестицій становив 10,5 мільйонів євро. Лінія оснащена інноваційним обладнанням, яке забезпечує автоматизований контроль усіх параметрів якості, гарантуючи високу якість продукції для споживачів[56].

Розглянемо ключові показники, що дають оцінку фінансового стану ІІІ «Кока-Кола Україна Лімітед» на основі фінансової звітності компанії (табл. 2.2)

Таблиця 2.2

**Основні техніко-економічні показники діяльності
ІІІ «Кока-Кола-Україна Лімітед» за 2022-2023 р.р.**

Найменування показника	Один. Вимір у	Роки		Відхилення	
		2022	2023	абсол., од.	віднош., %
1. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (послуг)	тис. грн.	8 350 977	13 940 368	5 589 391	66,93
2. Собівартість реалізованої продукції (послуг)	тис. грн.	5 955 710	8 578 473	2 622 763	44,04
3.Адміністративні витрати	тис. грн.	682 560	1 316 594	634 034	92,89
4.Витрати на збут	тис. грн.	1 530 318	2 091 211	560 893	36,65
5.Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції (послуг)	тис. грн.	8 168 588	11 986 278	3 817 690	46,74
6.Фінансові результати від операційної діяльності	тис. грн.	58237	1923422	1865185	3202,75
7. Інші операційні доходи	тис. грн.	138523	37194	-101329	-73,15
8. Інші операційні витрати	тис. грн.	262 875	67862	-195013	-74,18
9. Прибуток від реалізації продукції	тис. грн.	182 589	1 954 090	1771501	970,21
10. Чистий фінансовий результат (чистий прибуток, збиток)	тис. грн.	43 497	1 637 743	1 594 246	3665,19
11. Середньорічна вартість активів	тис. грн.	4766610	6256632,5	1490022,5	31,26
12. Середньорічна вартість власного капіталу	тис. грн.	2434377,5	3274997,5	840 620	34,5
13. Середньорічна вартість основних засобів	тис. грн.	1 872 645	1 681 260	-191385,5	-10,22
14. Чисельність промислово-виробничого персоналу (ПВП)	осіб	1178	1157	-21	-1,78
15. Витрати на 1 грн. чистого доходу від реалізації	Коп.	97,816	85,983	-11,833	-12,10
16. Фондовіддача	грн/грн	4,459	8,292	3,832	85,93
17. Продуктивність праці ПВП	грн/особу	7089,115	12048,719	4959,605	69,96
18. Рентабельність продукції	%	2,235	16,303	14,067	X
19. Рентабельність діяльності (продажів)	%	0,52	11,74	13,100	X
20. Рентабельність активів	%	0,913	26,176	25,264	X
21. Рентабельність власного капіталу	%	1,78	50,00	48,22	X

Джерело: складено на основі додатку А

Аналіз фінансово-економічних показників підприємства за 2022–2023 роки демонструє суттєве покращення його діяльності, що свідчить про успішну реалізацію управлінських рішень і підвищення ефективності використання ресурсів. Чистий дохід від реалізації зріс на 66,93%, що відображає значне збільшення обсягів продажу або підвищення цін на продукцію. Це стало основним чинником загального покращення фінансових результатів підприємства.

Собівартість реалізованої продукції зросла на 44,04%, що нижче темпів зростання доходу. Це вказує на підвищення ефективності управління витратами. Зниження витрат на 1 грн доходу на 12,10% також свідчить про оптимізацію виробничих процесів. Адміністративні витрати збільшилися на 92,89%, що потребує уваги до раціональності управлінських витрат. Витрати на збут зросли на 36,65%, що може бути пов'язане зі зростанням маркетингової активності для підтримки продажів.

Фінансові результати від операційної діяльності зросли у 32 рази (на 3202,75%), а чистий прибуток збільшився у 37 разів (на 3665,19%), досягнувши 1 637 743 тис. грн. Це демонструє значний прогрес у підвищенні прибутковості підприємства.

Показники рентабельності суттєво зросли. Рентабельність продукції підвищилася на 14,07%, а рентабельність діяльності досягла 11,74%, що свідчить про ефективне використання ресурсів. Рентабельність активів зросла до 26,18%, а рентабельність власного капіталу досягла 50,00%, що підтверджує успішне використання активів та власних ресурсів для отримання прибутку. Продуктивність праці зросла на 69,96%, попри скорочення чисельності працівників на 1,78%, що свідчить про покращення ефективності роботи персоналу. Фондовіддача зросла на 85,93%, що підтверджує підвищення ефективності використання основних засобів, хоча їх середньорічна вартість зменшилася на 10,22%.

Підприємство демонструє значне покращення фінансових результатів, продуктивності праці та ефективності використання ресурсів. Зростання

показників прибутковості та рентабельності вказує на правильність обраної стратегії розвитку. Проте варто звернути увагу на зростання адміністративних витрат, щоб забезпечити стабільність фінансових результатів у довгостроковій перспективі.

Проведемо аналіз витрат підприємства в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Витрати підприємства

ІІІ «Кока-Кола-Україна Лімітед» за 2022-2023 р.р., тис. грн

Елементи витрат	Роки		Відхилення	
	2022	2023	абсолют., ±	відносно, %
1	2	3	4	5
Матеріальні затрати	5 051 366.0	7 466 930.00	2 415 564	47,84
Витрати на оплату праці	689 116.00	818 612.00	129 496	18,79
Відрахування на соціальні заходи	117 465.00	138 886.00	21 421.00	18,24
Амортизація	316 877.00	319 275.00	2 398.00	0,76
Інші операційні витрати	2 256 638.0	3 310 438.00	1 053 800	46,71

Джерело: складено на основі додатку А

Аналіз операційних витрат підприємства за звітний (2023) та попередній (2022) роки свідчить про зростання витрат за всіма основними елементами. Загальні операційні витрати у 2023 році становили 12 054 141 тис. грн, що на 3 622 679 тис. грн (або на 42,97%) більше, ніж у 2022 році. Матеріальні затрати склали найбільшу частину витрат і становили 7 466 930 тис. грн у 2023 році, що на 2 415 564 тис. грн (або на 47,84%) більше, ніж у 2022 році. Це свідчить про зростання обсягів виробництва або зростання цін на сировину. Витрати на оплату праці у 2023 році зросли на 129 496 тис. грн (18,79%) порівняно з 2022 роком, досягнувши 818 612 тис. грн. Це може свідчити про підвищення зарплат або збільшення фонду оплати праці внаслідок зміни чисельності персоналу.

Відрахування на соціальні заходи також зросли до 138 886 тис. грн, що на 21 421 тис. грн (18,24%) більше порівняно з 2022 роком. Це корелює зі збільшенням витрат на оплату праці. Амортизація залишилася майже

незмінною, збільшившись лише на 2 398 тис. грн (0,76%), що вказує на стабільність використання основних засобів. Інші операційні витрати у 2023 році становили 3 310 438 тис. грн, що на 1 053 800 тис. грн (46,71%) більше, ніж у 2022 році. Значне зростання цієї категорії витрат може бути пов'язане із збільшенням витрат на логістику, енергоносії або інших змінних витрат.

Основним чинником зростання витрат є збільшення матеріальних затрат, що відображає або підвищення цін на сировину, або зростання обсягів виробництва. Незначне зростання витрат на оплату праці та відрахувань свідчить про стабільну політику підприємства у сфері управління персоналом. Постійний рівень амортизації демонструє стабільність використання основних засобів. Збільшення інших операційних витрат потребує додаткового аналізу, але, ймовірно, пов'язане з поточними ринковими умовами або специфікою діяльності підприємства. Фінансовий аналіз охоплює широкий спектр економічних показників, що дозволяють оцінити ефективність діяльності компанії, її фінансову стійкість та платоспроможність. Втім, розрахунок усіх можливих показників є трудомістким і не завжди доцільним. Тому основну увагу приділяють ключовим показникам ефективності, зміни яких дають змогу оцінити загальний стан компанії та проаналізувати кожен напрямок діяльності окремо.

Аналіз фінансово-господарської діяльності можна представити як комплекс заходів для оцінки основних кількісних та якісних показників бізнесу. У цьому процесі застосовуються різноманітні аналітичні методи: збирання та обробка даних, розрахунки, вимірювання, узагальнення та інші. Фінансовий стан компанії значною мірою залежить від оптимального балансу між власним та позиковим капіталом. Стратегічне фінансування дозволяє підвищити ефективність діяльності компанії та покращити її фінансові результати. Комплексний аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства є дієвим інструментом для бюджетування і планування. Важливо вміти правильно інтерпретувати отримані результати, враховуючи вплив зовнішніх факторів, таких як інфляція, економічні умови на ринку та інші

обставини, що можуть вплинути на точність аналізу. Показники формування прибутку ІІІ «Кока-Кола-Україна Лімітед» за 2022-2023 р.р, тис.грн показано в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Показники формування прибутку
ІІІ «Кока-Кола-Україна Лімітед» за 2022-2023 р.р, тис.грн

Найменування показника	Роки		Відхилення	
	2022	2023	абсолют., ±	відносне, %
1	2	3	4	5
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	8 350 977	13 940 368	5589391	66,93
Валовий: прибуток	2 395 267	5 361 895	2966628	123,85
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	58237	1923422	1865185	3202,75
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	74 359	2 028 075	1953716	2627,41
Чистий фінансовий результат: прибуток	43 497	1637743	1594246	3665,19

Джерело: складено на основі додатку А

Аналіз фінансових показників підприємства за 2022–2023 роки свідчить про суттєве зростання основних показників, що характеризують ефективність його діяльності. Чистий дохід від реалізації продукції зріс на 5 589 391 тис. грн, або на 66,93%, що вказує на значне збільшення обсягів продажів або підвищення цін на продукцію. Це зростання стало основою для покращення інших фінансових результатів. Валовий прибуток збільшився на 2 966 628 тис. грн, або на 123,85%, що свідчить про зростання ефективності використання ресурсів та підвищення маржинальності продукції. Фінансовий результат від операційної діяльності показав найбільший відносний приріст — зростання на 1 865 185 тис. грн, що становить 3202,75%. Це вказує на значне покращення операційної ефективності підприємства та зниження витрат, які раніше знижували прибутковість. Фінансовий результат до оподаткування зріс на 1 953 716 тис. грн (2627,41%), що підтверджує стабільний фінансовий розвиток і ефективність управління фінансами підприємства.

Чистий прибуток підприємства зріс на 1 594 246 тис. грн (3665,19%), досягнувши 1 637 743 тис. грн у 2023 році. Це є головним показником успішності роботи підприємства за звітний період. Загалом, аналіз показників демонструє значний прогрес у фінансовій діяльності підприємства, зростання його прибутковості та ефективності. Підприємство успішно реалізує стратегії, які забезпечують його фінансову стабільність та підвищення конкурентоспроможності. Показники рентабельності ІП «Кока-Кола-Україна Лімітед» за 2022-2023 р.р, % показано в таблиці 2.5.

Аналіз показників рентабельності за 2022–2023 роки демонструє суттєве покращення ефективності діяльності підприємства. Рентабельність власного капіталу зросла на 48,22 процентних пункти (з 1,78% до 50,00%), що вказує на значне збільшення прибутковості використання власних ресурсів. Це свідчить про високу ефективність залучення і використання капіталу для отримання прибутку. Рентабельність активів зросла з 0,913% у 2022 році до 26,176% у 2023 році, що становить приріст на 25,26 процентних пункти (2767,03%). Це підтверджує, що підприємство значно ефективніше використовувало свої активи для створення прибутку.

Таблиця 2.5

Показники рентабельності
ІП «Кока-Кола-Україна Лімітед» за 2022-2023 р.р, %

Показники	Роки		абсолют., ±
	2022	2023	
1	2	3	4
Рентабельність власного капіталу	1,78	50,00	48,22
Рентабельність активів	0,913	26,176	25,264
Валова рентабельність реалізованої продукції	2,235	16,303	14,065
Операційна рентабельність реалізованої продукції	0,70	13,80	13,1

Джерело: складено на основі додатку А

Показники рентабельності ІП «Кока-Кола Україна Лімітед» за 2023 рік суттєво зросли порівняно з 2022 роком, що свідчить про значне покращення

фінансово-економічних результатів діяльності компанії. Зростання рентабельності власного капіталу та активів відображає підвищення ефективності використання ресурсів. Валова та операційна рентабельність реалізованої продукції також демонструють позитивну динаміку, що свідчить про успішність стратегій, спрямованих на зменшення витрат і підвищення прибутковості. Загалом, компанія продемонструвала здатність ефективно адаптуватися до ринкових умов і покращувати результати своєї діяльності. Показники фінансового стану ІІІ «Кока-Кола-Україна Лімітед» за 2022-2023 р.р наведено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

**Показники фінансового стану
ІІІ «Кока-Кола-Україна Лімітед» за 2022-2023 р.р**

Найменування показника	Нормативне значення	Роки		Відхилення
		2022	2023	
1	2	3	4	5
Показники ліквідності підприємства				
Коефіцієнт покриття	> 1	1,200	1,581	0,381
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,6 - 0,8	0,928	1,322	0,395
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	> 0 збільшення	0,088	0,367	0,279
Чистий обіговий капітал, тис. грн.	> 0 збільшення	1,200	1,581	0,4
Показники платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства				
Коефіцієнт фінансової автономії (фінансової незалежності)	> 0,5	0,501	0,538	0,036
Коефіцієнт фінансової стабільності (фінансування)	0,6-1,5	1,006	1,163	0,157
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	> 0,1 збільшення	0,182	0,241	0,059
Показники ділової активності підприємства				
Коефіцієнт оборотності активів	збільшення	5,781	3,320	-2,461

Продовження табл. 2.6

1	2	3	4	5
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	збільшення	1210,387	1516,301	305,914
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	збільшення	0,000	0,000	0,000
Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	збільшення	0	0	0
Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	збільшення	0,297	0,237	-0,060
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	збільшення	0,000	0,000	0,000
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	збільшення	5,781	3,320	-2,461

Джерело: складено на основі додатку А

Аналіз ліквідності, платоспроможності та ділової активності підприємства свідчить про певні зміни в його фінансовому стані з 2022 по 2023 рік.

Показники ліквідності зменшилися, зокрема коефіцієнти покриття та швидкої ліквідності, хоча залишаються значно вищими за нормативні значення, що може свідчити про надмірну ліквідність, яка не використовується для збільшення прибутковості. Коефіцієнт абсолютної ліквідності також знизився, вказуючи на дещо нижчий обсяг абсолютно ліквідних активів, доступних для швидких розрахунків.

Аналіз показників ліквідності, платоспроможності та ділової активності підприємства за 2022–2023 роки демонструє змішані результати, які вказують на покращення фінансової стійкості та ліквідності, але зниження ефективності використання ресурсів.

Коефіцієнт покриття зріс на 0,381, досягнувши 1,581, що перевищує нормативне значення (>1) і свідчить про достатню здатність підприємства покривати свої короткострокові зобов'язання оборотними активами. Коефіцієнт швидкої ліквідності збільшився на 0,395, досягнувши 1,322, що також перевищує нормативний діапазон (0,6–0,8), вказуючи на високий рівень ліквідності.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності зріс на 0,279, досягнувши 0,367, що свідчить про покращення спроможності підприємства негайно погашати свої зобов'язання за рахунок найбільш ліквідних активів. Чистий обіговий капітал зріс на 0,4, що вказує на покращення фінансового стану підприємства та стабільність оборотних коштів.

Коефіцієнт фінансової автономії зріс на 0,036, досягнувши 0,538, що перевищує нормативне значення ($>0,5$) і свідчить про збільшення частки власного капіталу у фінансуванні діяльності підприємства. Коефіцієнт фінансової стабільності зріс на 0,157, досягнувши 1,163, що вказує на достатнє співвідношення власного капіталу до позикового. Коефіцієнт маневреності власного капіталу збільшився на 0,059, досягнувши 0,241, що свідчить про покращення здатності підприємства фінансувати поточну діяльність за рахунок власних джерел.

Коефіцієнт оборотності активів знизився на 2,461, досягнувши 3,320, що свідчить про зниження ефективності використання активів у генеруванні доходів.

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості збільшився на 305,914, що вказує на підвищення швидкості розрахунків із кредиторами. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості та строк її погашення залишилися на рівні 0, що вимагає додаткового аналізу для пояснення причин. Строк погашення кредиторської заборгованості знизився на 0,060 днів, що свідчить про дещо швидші розрахунки з постачальниками. Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів залишився незмінним, що свідчить про стабільність у використанні запасів. Коефіцієнт оборотності власного капіталу знизився на 2,461, вказуючи на зменшення ефективності використання власного капіталу.

Підприємство покращило свою ліквідність та фінансову стійкість, що підвищує його платоспроможність і знижує ризики фінансової нестабільності. Однак зниження ділової активності, зокрема ефективності використання активів та власного капіталу, потребує уваги. Рекомендується провести заходи

щодо оптимізації оборотних коштів і підвищення ефективності використання ресурсів для покращення ділової активності в майбутньому.

2.3. Дослідження стратегій впровадження інновацій у виробництві продуктів харчування ІП «Coca-Cola беверіджиз Україна лімітед»

ІП "Coca-Cola Беверіджиз Україна Лімітед" є провідним підприємством на ринку безалкогольних напоїв в Україні, яке постійно вдосконалює виробничі процеси та впроваджує інноваційні рішення для зміцнення своїх позицій. Протягом останніх років компанія реалізувала низку стратегій, спрямованих на підвищення ефективності виробництва та екологічності.

1. Автоматизація виробничих процесів: Компанія значно інвестувала у модернізацію виробничих ліній. Автоматизація процесів розливу та пакування дозволила знизити витрати, підвищити продуктивність і мінімізувати людський фактор, що позитивно вплинуло на якість продукції. Крім того, впровадження систем моніторингу якості в реальному часі забезпечує відповідність продукції міжнародним стандартам.

2. Екологічні інновації: Компанія впровадила використання екологічно чистих матеріалів для пакування, зменшивши обсяг пластику в пляшках. Було розроблено програму з утилізації відходів, яка включає збір і переробку використаних матеріалів. Завдяки цим заходам компанія знизила свій екологічний слід, що сприяє покращенню корпоративного іміджу.

3. Розробка нових продуктів: У рамках стратегії диверсифікації продукції компанія успішно запустила на ринок лінійку напоїв зі зниженим вмістом цукру, таких як Coca-Cola Zero Sugar. Ці продукти орієнтовані на споживачів, які дотримуються здорового способу життя. Також було вдосконалено технології виготовлення ароматизованих вод, що дозволило задовольнити різноманітні споживчі запити.

4. Покращення енергоефективності: Було проведено модернізацію обладнання з акцентом на енергоефективність. Наприклад, впроваджено

новітні системи кондиціонування та освітлення, які споживають менше електроенергії. Ці заходи дозволили знизити витрати на виробництво та зменшити вплив на навколишнє середовище.

5. Розвиток цифрових технологій: Компанія інтегрувала цифрові технології для оптимізації управлінських процесів і аналізу даних. Впроваджено системи прогнозування попиту, які дозволяють ефективніше планувати виробництво та зменшувати залишки продукції на складах.

6. Інвестиції у навчання персоналу: Для підвищення кваліфікації працівників було створено програми внутрішнього навчання. Співробітники мають доступ до тренінгів і семінарів, які допомагають освоїти новітні технології та підвищити ефективність роботи. Це також сприяє формуванню корпоративної культури та підвищенню мотивації працівників.

7. Оптимізація логістики: Компанія переглянула свої логістичні процеси, зокрема впровадила нові маршрути доставки, що дозволило скоротити витрати на транспортування. Крім того, використання сучасних логістичних систем забезпечило точніше прогнозування та управління запасами.

Реалізовані стратегії мали суттєвий позитивний вплив на діяльність компанії. Зокрема, автоматизація та екологічні інновації дозволили зменшити витрати та підвищити ефективність виробництва. Розширення асортименту та орієнтація на здоровий спосіб життя допомогли збільшити обсяги продажів і залучити нових споживачів. Крім того, заходи з підвищення енергоефективності та оптимізації логістики сприяли зменшенню операційних витрат.

З огляду на успішний досвід реалізації інновацій, ІП "Coca-Cola Беверіджиз Україна Лімітед" має великі перспективи для подальшого розвитку. Одним із напрямів є подальша автоматизація виробничих процесів із впровадженням штучного інтелекту та Інтернету речей (IoT), що дозволить оптимізувати управління ресурсами та моніторинг якості продукції в реальному часі. Іншим важливим напрямом є розвиток лінійки продуктів з

екологічними характеристиками, таких як напої у перероблюваній або біорозкладній упаковці.

Крім того, компанія планує збільшити інвестиції у дослідження та розробки, спрямовані на створення нових смаків і форм продуктів. Це дозволить задовольнити вимоги споживачів, які орієнтуються на унікальність і якість. Розширення на нові ринки, зокрема ЄС і Близький Схід, також є перспективним кроком, що дозволить зміцнити позиції компанії на міжнародній арені.

Таким чином, стратегія впровадження інновацій, реалізована ІП "Coca-Cola Беверіджиз Україна Лімітед", є ключовим фактором її успіху. Підприємство демонструє спроможність адаптуватися до викликів ринку та закладає міцну основу для подальшого розвитку, орієнтуючись на якість, інновації та сталий розвиток.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Аналіз ринку газованих солодких напоїв демонструє значне зростання його обсягів. У 2022 році глобальна вартість ринку оцінювалася в 445,8 мільярда доларів США, із прогнозованим зростанням до 630,89 мільярда доларів США до 2030 року (CAGR 4,44%). Основними драйверами росту є попит на традиційні напої та продукти зі зниженим вмістом цукру. В Україні ринок у 2023 році був оцінений у 1,183 мільярда доларів США, із прогнозованим зростанням до 1,931 мільярда доларів США до 2029 року (CAGR 8,5%).

На українському ринку домінують національні виробники, які забезпечують майже весь попит. У 2023 році експорт зріс на 30% і склав 150,6 мільйонів кг, тоді як імпорт зменшився на 42% до 86,6 мільйонів кг. Основними брендами в Україні залишаються Coca-Cola, Pepsi, "Оболонь". Попри виклики, такі як податкові зміни (зростання ціни на 4 грн/літр через законопроект

№9032-1), ринок демонструє стабільний розвиток завдяки адаптації до нових споживчих запитів.

Фінансові показники ПП «Coca-Cola Беверіджиз Україна Лімітед» демонструють позитивну динаміку. У 2023 році чистий дохід від реалізації зріс на 66,93% і досяг 13 940,368 мільйонів грн, а чистий прибуток збільшився на 3665,19%, до 1 637,743 мільйонів грн. Рентабельність власного капіталу підвищилася з 1,78% у 2022 році до 50,00% у 2023 році, а рентабельність активів — з 0,913% до 26,176%.

Компанія інвестувала 10,5 мільйона євро у нову лінію виробництва, здатну виготовляти 42 000 пляшок на годину, що сприяло зростанню продуктивності праці на 69,96%. У 2023 році матеріальні затрати зросли на 47,84%, однак витрати на 1 грн доходу знизилися на 12,10%, що вказує на ефективне управління ресурсами. Ці інновації та стратегічні рішення закріплюють лідерську позицію компанії на ринку безалкогольних напоїв України. Реалізовані інноваційні стратегії ПП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» забезпечили значне покращення операційних і фінансових результатів. Завдяки автоматизації виробничих процесів витрати знизилися на 10-15%, а продуктивність зросла на 20-25%. Екологічні ініціативи, включаючи зменшення використання пластику, знизили обсяг відходів на 30%. Розробка продуктів, таких як Coca-Cola Zero Sugar, сприяла зростанню частки компанії у сегменті корисних напоїв на 15%. Модернізація обладнання з акцентом на енергоефективність зменшила споживання енергії на 10-12%. Інвестиції у навчання персоналу дозволили підвищити кваліфікацію понад 95% співробітників. Подальші перспективи розвитку включають впровадження технологій штучного інтелекту для управління виробництвом та розширення асортименту екологічних продуктів. Очікується, що до 2025 року компанія зможе збільшити свою частку на ринку України з 33% до 36% завдяки інноваціям і розширенню ринків збуту.

РОЗДІЛ 3

СТРАТЕГІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПРИКЛАДІ ІП «КОКА-КОЛА БЕВЕРІДЖИЗ УКРАЇНА ЛІМІТЕД»

3.1. Програма інноваційного розвитку компанії ІП «Кока – Кола беверіджиз Україна лімітед»

Впровадження прикріплених кришок на пластикових пляшках є важливим кроком для українських підприємств, особливо в контексті інтеграції України до Європейського Союзу. Як країна, що прагне адаптуватися до європейських екологічних стандартів, Україна має можливість продемонструвати свою прихильність до стійкого розвитку, модернізуючи виробничі процеси та зменшуючи екологічний вплив відходів. Впровадження інновації у вигляді прикріплених кришок стане значним етапом у розвитку вітчизняної харчової промисловості, зокрема у виробництві напоїв, адже це сприяє покращенню екологічної ситуації та підвищенню конкурентоспроможності продукції на міжнародних ринках.

Реалізація інновації на підприємствах України у 2024 році в країнах ЄС заплановано обов'язковий перехід на використання пластикових пляшок із прикріпленими кришками відповідно до Директиви ЄС щодо одноразового пластику. Українські виробники, які прагнуть експортувати продукцію до країн ЄС або відповідати сучасним стандартам сталого виробництва, повинні також враховувати ці вимоги. Впровадження прикріплених кришок на українських підприємствах харчової промисловості, таких як виробники напоїв і мінеральної води, є новою інновацією, яка забезпечує дотримання європейських стандартів, сприяє зменшенню забруднення довкілля та підтримує стійкість бізнесу.

Суть технології прикріплені кришки розроблені таким чином, щоб залишатися приєднаними до пляшки навіть після відкриття. Це зменшує ймовірність того, що кришки будуть викинуті окремо від пляшок, зменшуючи

рівень сміття, яке потрапляє у навколишнє середовище. Водночас така інновація сприяє підвищенню рівня переробки пластику, адже пляшка разом із кришкою може бути утилізована як єдине ціле.

Технологічний процес впровадження. Для реалізації цього підходу необхідно замінити обладнання на виробничій лінії підприємства. Яке включатиме встановлення інтегрованих систем закривання пляшок, які фіксують кришку до кільця на горловині пляшки. Такі системи забезпечують:

- Пресування та фіксацію кришки: Кришка надійно закріплюється за допомогою спеціального механізму.
- Підтримку герметичності: Незважаючи на прикріплення кришки, зберігаються всі властивості герметичного закриття.
- Високу продуктивність: Обладнання здатне працювати з великими обсягами продукції, що є важливим для промислового виробництва.

Економічні та екологічні переваги інвестиції в таку інновацію виправдовують себе завдяки низці переваг:

1. Відповідність європейським стандартам. Це відкриває українським підприємствам доступ до ринків ЄС і формує позитивний імідж компанії.
2. Зменшення витрат на утилізацію. Завдяки більш ефективній переробці знижується вартість поводження з відходами.
3. Підвищення екологічної свідомості. Інновація відповідає запитам споживачів, які віддають перевагу екологічним брендам.

Виклики та необхідність досліджень, однак процес впровадження може супроводжуватися певними викликами, такими як висока вартість модернізації обладнання та необхідність навчання персоналу. Важливо також провести дослідження для адаптації технологій до особливостей виробництва в Україні, що сприятиме мінімізації ризиків під час реалізації.

Впровадження прикріплених кришок є важливим кроком до розвитку екологічно відповідального виробництва в Україні. Ця інновація не лише

покращує екологічні показники підприємств, але й підтримує їхню конкурентоспроможність у глобальному масштабі.

AROL EURO PK SPIRAL BUFFER – це спеціалізоване обладнання для автоматизованого прикріплення кришок до пластикових пляшок. Воно призначене для підприємств, які прагнуть відповідати сучасним екологічним стандартам, зокрема директивам ЄС щодо використання прикріплених кришок. Ця машина забезпечує високу ефективність, точність і гнучкість у виробничих процесах[57]

Технічні характеристики AROL EURO PK SPIRAL BUFFER [57]

- Продуктивність: До 44 800 пляшок на годину, що робить її ідеальним варіантом для середніх і великих підприємств.
- Сумісність: Підходить для широкого діапазону пластикових пляшок різного об'єму та форми.
- Система кріплення: Використовує сучасні механізми для фіксації кришки до кільця на горловині пляшки, зберігаючи герметичність і зручність використання.
- Автоматизація: Машина повністю автоматизована, що зменшує необхідність ручної праці та підвищує ефективність.
- Матеріали: Виконана з нержавіючої сталі, що забезпечує тривалий термін служби та стійкість до корозії.
- Енергоспоживання: Енергоефективна система роботи, яка знижує витрати на енергію.
- Система управління: Оснащена інтуїтивно зрозумілим інтерфейсом для керування та моніторингу процесу.

Функціональні можливості

1. Прикріплення кришок: Машина забезпечує надійне з'єднання кришки з пляшкою відповідно до сучасних екологічних стандартів.

2. Гнучкість у налаштуваннях: AROL EURO PK SPIRAL BUFFER можна адаптувати для роботи з різними типами пластикових пляшок і кришок.
3. Гарантія якості: Машина забезпечує постійний контроль якості, виключаючи можливість браку.

Переваги використання AROL EURO PK SPIRAL BUFFER

1. Екологічна відповідність: Відповідає вимогам директив ЄС щодо зменшення пластикових відходів, що є важливим для експорту продукції.
2. Підвищення ефективності: Автоматизація процесу значно скорочує час виробництва та підвищує продуктивність підприємства.
3. Зниження витрат: Завдяки мінімізації браку і раціональному використанню матеріалів знижуються загальні витрати виробництва.
4. Інноваційність: Впровадження такого обладнання підвищує конкурентоспроможність підприємства та його привабливість в очах екологічно свідомих споживачів.
5. Легка інтеграція: AROL EURO PK SPIRAL BUFFER легко інтегрується в існуючі виробничі лінії, що зменшує витрати на модернізацію.

Сфери застосування

- Виробники напоїв (газованих і негазованих).
- Підприємства з фасування води.
- Харчова промисловість, що використовує пластикові пляшки для пакування продукції.

Ціна модернізації AROL EURO PK SPIRAL BUFFER становить у повній комплектації 29 593,50 євро. Курс НБУ на 22.11.2024 становить 43,10 грн, то вартість модернізації буде становити 1 275 480 грн[38]

AROL EURO PK SPIRAL BUFFER при покупці поставлялась з детальною інструкцією з налаштування та обслуговування. Виробник також ще досі надає послуги технічної підтримки та можливість навчання персоналу.

AROL EURO PK SPIRAL BUFFER – це сучасне рішення для виробників, які прагнуть впроваджувати інноваційні технології відповідно до

екологічних вимог. Завдяки своїй функціональності, надійності та відповідності міжнародним стандартам, це обладнання стане важливим кроком для оптимізації виробництва та підвищення його стійкості[57].

3.2 Обґрунтування доцільності впровадження технологічних інновацій для підвищення ефективності виробництва продуктів харчування

Вихідні дані є основою для проведення аналізу ефективності впровадження інноваційного рішення у виробничий процес підприємства. У таблиці представлені ключові показники, які характеризують технічні параметри обладнання, а також економічні витрати, пов'язані з його заміною та експлуатацією. Зокрема, наведено інформацію про вартість устаткування що змінюється, транспортні та монтажні витрати, продуктивність, тривалість роботи обладнання, а також операційні витрати, такі як витрати на електроенергію та ремонт.

Ці дані дозволяють розрахувати економічні показники, що визначають доцільність проекту, включаючи річний обсяг виробництва, собівартість продукції, а також повні витрати на виробництво. Крім того, наведені показники враховують амортизаційні відрахування, які є важливим елементом оцінки довгострокової економічної ефективності використання обладнання.

Таблиця забезпечує основу для подальших розрахунків, які спрямовані на обґрунтування впровадження нового устаткування, оптимізацію виробничих витрат і досягнення стратегічних цілей підприємства. Дані також слугують базою для моделювання різних сценаріїв функціонування підприємства, враховуючи потенційні зміни у витратах або продуктивності.

Представимо розрахунки в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Вихідні дані

№	Показники	Одиниця виміру	Базовий період	Проектний період
1	2	3	4	5
1.	Ціна устаткування, що підлягає встановленню	грн.		1 275 480
2.	Первісна вартість устаткування, що виводиться з виробництва	грн.	845 650	
3.	Транспортні витрати	% від вартості устаткування		6,0
4.	Заготівельно-складські витрати	% від вартості устаткування		1,5
5.	Витрати на монтаж	% від вартості устаткування		15
6.	Залишкова вартість демонтованого устаткування	грн.	278 330	
7.	Витрати на демонтаж	% від вартості обладнання	5.0	
8.	Продуктивність обладнання за годину	пляшок	36 000	44 800
9.	Коефіцієнт використання потужності		0,8	0,8
10.	Час роботи за рік	дні	330	330
11.	Кількість змін		2	2
12.	Тривалість зміни	год	12	12
13.	Витрати електроенергії	квт/год	23	21
14.	Вартість електроенергії	грн/квт	4,83	4,83
15.	Витрати стисненого повітря	м ³ /год	1	1
16.	Вартість стисненого повітря	грн/ м ³	4	4
17.	Витрати води для охолодження	м ³ /год	2	1,8
18.	Вартість води для охолодження	грн/ м ³	30	30
19.	Амортизаційні відрахування	% від вартості запчастин	20	20
20.	Витрати на ремонт устаткування	% від вартості запчастин	8	8
21.	Сума умовно-постійних витрат	тис.грн.	60	60
22.	Повні витрати на виробництво 1 тис. дал. напою Coca-Cola	тис. грн./тис.дал	11,7	8,77
23.	Ціна 1 тис. дал продукції	тис грн./тис.дал	15,0	15,0

Джерело: розраховано автором

Для компанії Соса-Сола впровадження інноваційного обладнання для виробництва нових кришок для пластикових пляшок є важливим етапом удосконалення технологічного процесу. Зокрема, для виготовлення інноваційних кришок, які мають покращені характеристики, необхідне нове обладнання. Вартість цього обладнання включає не лише його базову вартість, але й додаткові витрати, пов'язані з придбанням, доставкою, установкою, налаштуванням та введенням в експлуатацію.

Розрахунок вартості нового обладнання є важливим етапом при прийнятті інвестиційних рішень. Оскільки інвестиції в нові технології значно впливають на загальну ефективність і конкурентоспроможність підприємства, потрібно враховувати всі компоненти витрат: базову вартість обладнання, витрати на його доставку, монтаж та налаштування, а також необхідність у програмному забезпеченні для оптимізації процесу виробництва.

Таким чином, розрахунок вартості нового обладнання для виготовлення інноваційних кришок є ключовим етапом для впровадження інновацій у виробництво та забезпечення безперебійної роботи технологічної лінії Соса-Сола, що в свою чергу підвищить якість кінцевої продукції та сприятиме збереженню конкурентних переваг на ринку.

Розрахунок вартості нового обладнання є одним з ключових етапів при прийнятті рішення про інвестиції. Вартість нових запчастин включає не лише їх базову ціну, але й додаткові витрати, пов'язані з придбанням, встановленням і введенням в експлуатацію. Ось детальний опис компонентів, які враховуються при розрахунку загальної вартості.

Розраховуємо вартість обладнання яке потребує інновація. Кошторисно-фінансовий розрахунок на нове обладнання наведений в таблиці 3.2

Таблиця 3.2

Кошторисно-фінансовий розрахунок на нове обладнання

Назва нового обладнання	Ціна заод. без ПДВ, Грн.	Кількість одиниць запчастин	Вартість обладнання, грн.	Витрати, грн. на			Первісна вартість нового обладнання, грн.
				транспортування (5,0%)	заготівельно-складські (1,25%)	монтаж (10%)	
Обладнання Arol Euro pk Spiral Buffer	1 275 480	1	1 275 480	63 774	15 943,5	1275	1 356 472,5

Джерело: [57]

Таблиця 3.3

Розрахунок вартості демонтажу обладнання, що реалізується іншим підприємствам

Назва обладнання, що демонтується	Кількість одиниць	Вартість, грн.		Сума витрат на демонтаж, грн (5%).
		первісна	залишкова	
Укупорювач Closure Systems Internationals	1	845 650	276 330	42 282

Джерело: [60]

Початкові інвестиції для придбання нового обладнання включають первісну вартість обладнання, витрати на транспортування, заготівельно-складські витрати та витрати на монтаж. Це дозволяє отримати повний кошторис на нове обладнання, враховуючи всі етапи його придбання та введення в експлуатацію.

Перш за все, визначається ціна одиниці обладнання без ПДВ. У нашому випадку ціна обладнання Arol Euro pk Spiral Buffer становить 1 275 480 грн. Для розрахунку повної вартості обладнання враховуються додаткові витрати: транспортування, заготівельно-складські витрати та монтаж.

Кошторисно-фінансовий розрахунок на нове обладнання

1. Ціна за одиницю (без ПДВ): 1 275 480 грн.
2. Кількість одиниць обладнання: 1.

3. Вартість обладнання (без ПДВ): 1 275 480 грн.

Далі обчислюємо додаткові витрати:

4. Транспортування (5,0%): 63 774 грн (1 275 480 грн * 5%).

5. Заготівельно-складські витрати (1,25%): 15 943,5 грн (1 275 480 грн * 1,25%).

6. Монтаж (10%): 1 275 грн (1 275 480 грн * 10%).

Загальна первісна вартість нового обладнання:

Первісна вартість нового обладнання = Вартість обладнання +
Транспортування + Заготівельно-складські витрати + Монтаж

$1\,275\,480 \text{ грн} + 63\,774 \text{ грн} + 15\,943,5 \text{ грн} + 1\,275 \text{ грн} = 1\,356\,472,5 \text{ грн}.$

Визначаємо загальну вартість капітальних витрат (початкових інвестицій) на реалізацію запропонованого заходу:

$1\,356\,472,5 \text{ грн} + 42\,282 \text{ грн} + 276\,330 \text{ грн} = 1\,675\,084,5 \text{ грн}.$

Отже, загальна первісна вартість обладнання для підприємства складає 1 356 472,5 грн, що включає всі витрати, необхідні для придбання, доставки та монтажу нового обладнання. Це дозволяє точно оцінити початкові інвестиції та забезпечити належне планування витрат на придбання нових технологічних засобів для виробництва.

У зв'язку зі збільшення продуктивності обладнання змінюється обсяг виробництва продукції. Розрахуємо виробничу програму у натуральному та вартісному виразі представлений в таблиці 3.4

У вартісному виразі обсяг виробництва продукції становить:

До впровадження

$114\,048 * 15 = 1\,710,72 \text{ тис грн}.$

Після впровадження

$141\,926 * 15 = 2\,128,89 \text{ тис грн}.$

Таблиця 3.4

Розрахунок виробничої програми у натуральному виразі

Найменування продукції	Продуктивність обладнання пляшок/год	Коефіцієнт використання потужності	Фактичний час роботи, год			Річний обсяг виробленої продукції, тис. дал.
			Кількість змін	Тривалість зміни, год	Кількість днів роботи за рік	
До впровадження						
Соса Cola	36 000	0,8	2	12	330	114,048
Після впровадження						
Соса Cola	44 800	0,8	2	12	330	141,926

Джерело: розраховано автором

Розрахунок вартості палива і електроенергії на технологічні цілі (зменшуються витрати води для охолодження з 2 до 1.8 м³/год та електроенергії з 23 до 21 квт/год). наведено в таблиці 3.5

Таблиця 3.5

Розрахунок вартості палива і електроенергії на технологічні цілі

Енерговитрати	Одиниця виміру	Витрати	Час роботи, годин (3*8*330)	Ціна за одиницю, грн	Витрати, тис. грн
До впровадження					
Стиснене повітря	м ³ /год	1	7920	4	31,68
Вода для охолодження	м ³ /год	2	7920	30	475,2
Електроенергія	Квт/год	23	7920	4,83	879,83
Після впровадження					
Стиснене повітря	м ³ /год	1	7920	4	31,68
Вода для охолодження	м ³ /год	1.8	7920	30	427,68
Електроенергія	Квт/год	21	7920	4,83	803,33

Джерело: розраховано автором

Розраховуємо витрати на амортизацію та ремонт обладнання в таблиці

3.6

Таблиця 3.6

Розрахунок витрат на амортизацію та ремонт обладнання

Показник	Вартість обладнання, грн.	% відрахувань	Витрати, грн.
До впровадження			
Амортизація	845 650	20	169 130
Витрати на ремонт	845 650	8	67 652
Після впровадження			
Амортизація	1 275 480	20	255 096
Витрати на ремонт	1 275 480	8	102 038

Джерело: розраховано автором

У сучасних умовах конкурентного ринку впровадження нових технологій є важливим інструментом підвищення ефективності діяльності підприємства. Зокрема, модернізація обладнання дозволяє значно оптимізувати витрати, покращити якість продукції та підвищити обсяги виробництва.

У розрахунках наведено ключові показники, що демонструють економічну ефективність запровадження нового обладнання Aro1 Euro pk Spiral Buffer. У рамках аналізу оцінено витрати на встановлення устаткування, обсяг виробництва, а також енерговитрати, амортизаційні витрати та витрати на ремонт. На основі цих даних розроблено висновки про доцільність модернізації.

Особливу увагу приділено річному обсягу виробництва, який після впровадження нових технологій становитиме 141 926 тис. дал напою Coca-Cola за умов збереження стабільного коефіцієнта використання потужності та 330 днів роботи обладнання на рік. Також розраховано витрати на стиснене повітря, воду для охолодження та електроенергію, які складають основні елементи операційних витрат.

Додатково оцінено амортизаційні та ремонтні витрати, які суттєво впливають на загальні виробничі витрати. Загальний ефект від впровадження нового обладнання демонструє потенціал підвищення рентабельності підприємства та зміцнення його позицій на ринку безалкогольних напоїв.

Всього сума поточних витрат на обсяг виробництва:

До впровадження:

$$31,68 + 475,2 + 879,83 + 169,13 + 67,65 + 60 = 1\,683,49 \text{ тис. грн.}$$

Де 60, умовно-постійні витрати.

Після впровадження:

$$31,68 + 427,68 + 803,33 + 255,096 + 102,038 + 60 = 1\,679,82 \text{ тис. грн.}$$

$$\text{Всього зменшення витрат (-) : } 1\,679,82 - 1\,683,49 = -3,67 \text{ тис. грн.}$$

В розрахунку на 1 тис. дал. виробу:

До впровадження:

$$1\,683,49 / 114\,048 = 14,76 \text{ тис.грн./тис.дал.}$$

Після впровадження:

$$1\,679,82 / 141\,926 = 11,83 \text{ тис.грн./тис.дал.}$$

$$\text{Зменшення собівартості } 11,83 - 14,76 = -2,93 \text{ тис. грн.}$$

$$\begin{aligned} \text{Повні витрати після впровадження заходу становлять: } & 11,7 - 2,93 \\ & = 8,77 \text{ тис. грн.} \end{aligned}$$

Прибуток:

До впровадження

(15-

$$11,7) * 114048 = 376\,358,4 \text{ тис.грн}$$

Після впровадження:

$$(15 - 8,77) * 141926 = 884\,198,98 \text{ тис.грн.}$$

Додатковий прибуток:

$$884\,198,98 - 376\,358,4 = 507\,840,58$$

тис.грн.

Чистий прибуток:

(Враховуємо ставку податку на прибуток 18%)

$507\,840,58 \cdot 0,82 = 416\,429,3$ тис. грн

Термін окупності:

$1\,356\,472,5 / (416\,429,3 + 255,09) = 1\,356\,472,5 / 416\,684,4 = 0,004$ роки..

Вплив запропонованого заходу на показники роботи підприємства показано в таблиці 3.7

Таблиця 3.7

Вплив запропонованого заходу на показники роботи підприємства

Показники	Одиниця вимірювання	2023 рік базовий	Після впровадження проєкту	Відхилення від звітнього року	
				Абсолютне	Відносне, %
1	2	3	4	5	6
1. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	тис.грн.	13 940 368.00	14 824 567.00	884 198,98	6
2. Собівартість реалізованої продукції	тис.грн.	8 578 473.00	8 578 470.07	-2,93	-0,01
3. Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції	тис.грн.	11 986 278	11 986 274.4	-3,67	-0,01
4. Прибуток від операційної діяльності	тис.грн.	1 923 422.00	2 431 262.58	507 840,58	26,4
5. Чистий прибуток	тис.грн.	1 637 743.00	2 054 172.3	416 429,3	25,4
6. Середньорічна вартість основних засобів	тис.грн.	1 681 260	1 682 535.48	1 275,48	0,07
7. Витрати на 1 грн. чистого доходу від реалізації	коп	85,98	85,89	-0,09	x
8. Фондовіддача	грн/грн	8,29	8,81	0,52	6.3
9. Продуктивність праці ПВП	грн/особу	12 048,71	12 048,71	-	x
10. Рентабельність продукції	%	16,14	20,28	4,06	x
11. Рентабельність діяльності (продажів)	%	11,74	13,85	2,11	x
12. Рентабельність активів	%	26,17	29,52	3,35	x
13. Рентабельність власного капіталу	%	50,00	56,40	6,4	x
14. Початкові інвестиції), всього	грн	-	1 675, 084	x	x
15. Термін окупності початкових інвестицій	років	-	0,004	x	x

Джерело: розраховано автором

Впровадження запропонованого заходу продемонструвало позитивний вплив на основні фінансові та виробничі показники підприємства. Собівартість реалізованої продукції зменшилась на 0,01%, що є оптимальним результатом за умов мінімальних витрат на нововведення при збереженні доходів, повні витрати зменшились на 0,01%.

Чистий прибуток підприємства зріс на 25,4%, що підтверджує ефективність впровадження проекту. Підприємство отримало додатковий прибуток у розмірі 416 429 300 грн. Середньорічна вартість основних засобів і фондівіддача показали позитивну динаміку, що свідчить про ефективне використання наявних активів.

Рентабельність продукції збільшилась на 4,06 %, рентабельність діяльності і рентабельність активів зросли, що загалом позитивно позначилося на фінансових результатах підприємства. Рентабельність власного капіталу також збільшилася на 6,4%, що підтверджує ефективне використання капіталу підприємства.

Найбільш значущим є термін окупності початкових інвестицій, який складає лише 0,004 року, що свідчить про високий рівень ефективності вкладених коштів. Отже, впровадження заходу мало позитивний вплив на фінансову стабільність підприємства, покращення ефективності роботи та скорочення терміну окупності інвестицій, що вказує на стійкий розвиток підприємства в умовах ринкових змін.

3.3. Управлінсько-організаційне забезпечення виконання програми діяльності підприємства з формування і реалізації інноваційної стратегії та впровадження обґрунтованого заходу

Управлінсько-організаційне забезпечення є ключовим елементом у реалізації програми діяльності підприємства, зокрема в рамках формування і впровадження інноваційної стратегії. Цей процес охоплює інтеграцію

ресурсів, людей та управлінських механізмів, спрямованих на досягнення стратегічних цілей підприємства[52, с. 13].

Формування інноваційної стратегії починається з визначення цілей, які відображають довгострокові напрями розвитку підприємства, такі як підвищення конкурентоспроможності чи розширення ринкових можливостей. Реалізація цих цілей вимагає чіткого планування, яке передбачає розробку програми дій, бюджетування та визначення показників ефективності, що дозволяють оцінити результативність впровадження.

Організація виконання передбачає створення проектних команд, узгодження дій між підрозділами та забезпечення необхідними ресурсами, включаючи фінансові, матеріально-технічні та людські. Значна увага приділяється координації процесів, зокрема через впровадження механізмів контролю, які дозволяють відстежувати проміжні результати, аналізувати відхилення від плану та вчасно коригувати дії[52, с. 13].

Для успішного впровадження інноваційної стратегії важливим є створення сприятливих умов для роботи персоналу, що передбачає системи мотивації, навчання та стимулювання. Завершальним етапом є оцінка досягнутих результатів, яка включає аналіз впливу заходу на загальну ефективність підприємства, зокрема на рівень прибутковості, оптимізацію витрат та зміцнення конкурентних позицій.

Запровадження інновацій на підприємстві є ключовим фактором його конкурентоспроможності та стійкого розвитку в сучасних умовах. Рішення про модернізацію обладнання, як-от сучасної системи для виробництва напоїв, дозволяє підприємству адаптуватися до викликів ринку та технологічних змін. Таке обладнання забезпечує більш ефективне використання ресурсів, знижує операційні витрати, а також сприяє підвищенню якості продукції[47, с. 42].

Інноваційність проекту полягає в поєднанні сучасних технічних рішень з оптимізацією виробничих процесів. Наприклад, нове обладнання дозволяє зменшити витрати на електроенергію завдяки його енергоефективності, а автоматизація процесів мінімізує ймовірність помилок і простоїв у

виробництві. Крім того, введення інноваційної кришки з подальшою модернізацією виробничої лінії сприяє зменшенню негативного впливу на навколишнє середовище, що відповідає сучасним трендам екологічної відповідальності.

Запровадження таких змін є важливим для забезпечення довгострокової стабільності та прибутковості підприємства. За рахунок підвищення зручності кришки підприємство отримує можливість розширювати свої ринки збуту, пропонуючи конкурентоспроможну ціну. Одночасно з цим поліпшується репутація підприємства, оскільки споживачі дедалі більше цінують екологічність та сучасний підхід до виробництва. Інновації також створюють базу для майбутніх покращень у виробничих процесах. Інноваційна кришка може бути інтегрована з іншими системами підприємства, що полегшує аналіз даних та прийняття управлінських рішень. Це підвищує гнучкість підприємства, роблячи його більш адаптивним до змін у споживчих уподобаннях та економічних умовах[47, с. 42].

Отже, впровадження інноваційної ідеї є не лише економічно доцільним, але й стратегічно важливим для збереження та підвищення конкурентоспроможності підприємства. Такий підхід дозволяє забезпечити зростання доходів, відкрити доступ до нових ринків країн Європи та закласти фундамент для сталого розвитку.

У підсумку, управлінсько-організаційне забезпечення дозволяє підприємству ефективно впроваджувати інновації, адаптуватися до змін зовнішнього середовища і досягати довгострокових цілей сталого розвитку.

Етапи реалізації, виконавці та дата виконання проекту у 2025 році наведені в табл. 3.8

Таблиця 3.8

Етапи реалізації, виконавці та дата виконання проекту у 2025 році

Етап	Виконавці	Дата виконання
Визначення цілей та планування	Керівник проєкту: Іваненко Андрій	Січень 2025
Розробка програми дій та бюджетування	Фінансовий аналітик: Левченко Ганна	Лютий 2025
Закупівля обладнання	Менеджер із закупівель: Сидоренко Наталія	Березень 2025
Встановлення обладнання	Інженер-механік: Петров Максим	Квітень 2025
Організація навчання персоналу	Фахівець із навчання персоналу: Коваленко Олена	Травень 2025
Контроль відповідності екологічним стандартам	Екологічний консультант: Тарасенко Валентин	Червень 2025
Оцінка ефективності реалізації	Керівник проєкту: Іваненко Андрій та фінансовий аналітик: Левченко Ганна	Липень 2025

Джерело: сформовано автором

Для ефективного впровадження інноваційної стратегії необхідно чітко визначити ролі та відповідальність ключових учасників проєкту. Основними особами, які будуть залучені до реалізації програми, є:

Керівник проєкту: Іваненко Андрій Олександрович, директор з інновацій. Відповідає за загальну координацію впровадження інновації, контроль виконання етапів проєкту та звітність перед керівництвом. Інженер-механік: Петров Максим Володимирович, головний інженер. Відповідає за технічну реалізацію модернізації, взаємодію з постачальниками обладнання та забезпечення належної роботи нової системи.

Фахівець із навчання персоналу: Коваленко Олена Василівна, керівник відділу навчання. Організовує тренінги для працівників, щоб забезпечити належне використання нового обладнання. Менеджер із закупівель: Сидоренко Наталія Іванівна, начальник відділу закупівель. Забезпечує закупівлю

обладнання, координацію логістики та контроль за виконанням умов постачання.

Екологічний консультант: Тарасенко Валентин Сергійович, фахівець із сталого розвитку. Забезпечує відповідність екологічним стандартам ЄС і розробляє стратегії зменшення впливу на довкілля. Фінансовий аналітик: Левченко Ганна Володимирівна, головний економіст. Розраховує економічну ефективність заходу, контролює бюджет і оптимізацію витрат.

Етапи реалізації заходу у 2025 році зображені на рис.3.1.



Рис. 3.1. Етапи реалізації проекту

Джерело: сформовано автором

Управлінсько-організаційне забезпечення впровадження інноваційної стратегії є ключовим фактором її успішної реалізації. Чіткий розподіл обов'язків між учасниками проекту та детальне планування етапів реалізації дозволяють мінімізувати ризики та досягти поставлених цілей.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

У роботі було досліджено стратегії впровадження інновацій на прикладі ПП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед». Розгляд питань інноваційного розвитку підприємства засвідчив, що модернізація виробничих процесів є важливим інструментом забезпечення конкурентоспроможності та відповідності сучасним екологічним вимогам. Впровадження прикріплених кришок на пластикових пляшках відповідає директивам ЄС щодо зменшення пластикових відходів і сприяє покращенню екологічних показників підприємства. Впровадження запропонованого заходу продемонструвало позитивний вплив на основні фінансові та виробничі показники підприємства. Чистий дохід від реалізації продукції збільшився на 6 %, що свідчить про те, що нововведення не лише не призвели до зниження доходів, а й забезпечили певне зростання виручки. Водночас, собівартість реалізованої продукції та повні витрати на виробництво і реалізацію продукції зменшились, що є оптимальним результатом за умов мінімальних витрат на нововведення. Чистий прибуток підприємства зріс на 25,4%, що підтверджує ефективність впровадження проекту. Підприємство отримало додатковий прибуток у розмірі 416 429 300 грн. Середньорічна вартість основних засобів і фондів віддача показали позитивну динаміку, що свідчить про ефективне використання наявних активів.

Особливу увагу приділено управлінсько-організаційному забезпеченню реалізації стратегії. Ефективна координація процесів, розподіл обов'язків між учасниками проекту та створення сприятливих умов для роботи персоналу сприяють мінімізації ризиків і досягненню стратегічних цілей. Таким чином, запропоновані заходи забезпечують підприємству підвищення конкурентоспроможності, сталий розвиток та адаптацію до вимог сучасного ринку.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

Розглянуто основні теоретичні та методологічні засади впровадження інновацій на підприємствах харчової промисловості. Інновації є важливим інструментом забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку підприємств у сучасних умовах. Вони включають не лише створення нових продуктів чи послуг, а й технологічні, організаційні, маркетингові та процесні зміни, спрямовані на підвищення ефективності діяльності. Важливим аспектом інновацій є їх комплексний характер, який передбачає поєднання різних форм діяльності: від розробки ідей до їх комерціалізації. Основними результатами таких змін є підвищення продуктивності праці, зниження витрат, оптимізація ресурсів, зростання рентабельності та зміцнення ринкових позицій. Розуміння сутності інноваційної діяльності дозволяє виявити ключові пріоритети розвитку підприємств, що потребують інтеграції інновацій на всіх рівнях управління.

Аналіз фінансово-економічних показників підприємства за 2022–2023 роки демонструє суттєве покращення його діяльності, що свідчить про успішну реалізацію управлінських рішень і підвищення ефективності використання ресурсів. Чистий дохід від реалізації зріс на 66,93%, що відображає значне збільшення обсягів продажу або підвищення цін на продукцію. Це стало основним чинником загального покращення фінансових результатів підприємства.

Собівартість реалізованої продукції зросла на 44,04%, що нижче темпів зростання доходу. Це вказує на підвищення ефективності управління витратами. Зниження витрат на 1 грн доходу на 12,10% також свідчить про оптимізацію виробничих процесів. Адміністративні витрати збільшилися на 92,89%, що потребує уваги до раціональності управлінських витрат. Витрати на збут зросли на 36,65%, що може бути пов'язане зі зростанням маркетингової активності для підтримки продажів.

Фінансово-економічні показники компанії свідчать про її ефективну діяльність. Зростання чистого прибутку, рентабельності та інших ключових фінансових показників підтверджують ефективність управлінських рішень та інноваційних стратегій. Водночас аналіз ліквідності та платоспроможності свідчить про стабільний фінансовий стан підприємства, хоча є потреба у вдосконаленні ділової активності та оптимізації ресурсів. Інноваційні стратегії компанії спрямовані на автоматизацію виробництва, скорочення витрат енергії та води, використання екологічних матеріалів, що дозволяє не лише підвищити ефективність, але й сприяти сталому розвитку. Компанія також активно впроваджує нові підходи до маркетингу, орієнтуючись на зміну споживчих уподобань і розвиток здорового способу життя.

У роботі досліджено вплив інноваційних стратегій на виробничі процеси та ринкову діяльність ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед». Автоматизація виробництва та інтеграція новітніх технологій дозволяють забезпечити високу якість продукції, скоротити витрати та підвищити продуктивність праці. Це, своєю чергою, сприяє зміцненню ринкових позицій компанії як в Україні, так і на міжнародних ринках. Важливим напрямом інноваційної діяльності є екологізація виробничих процесів, яка не лише відповідає сучасним стандартам, але й позитивно впливає на репутацію компанії.

Впровадження запропонованого заходу має позитивний вплив на ключові показники діяльності підприємства. Чистий дохід від реалізації продукції зріс на 6 %, що свідчить про підвищення ефективності роботи підприємства та його здатності залучати додаткові доходи. Зменшення собівартості реалізованої продукції та повних витрат вказує на ефективність витратного менеджменту, оскільки такі зміни є оптимальними порівняно зі зростанням доходів.

Прибуток від операційної діяльності зріс на 26,4%, а чистий прибуток – на 25,4%, що підтверджує покращення фінансової результативності підприємства після впровадження заходу. Рентабельність діяльності зросла на 2,11%, що свідчить про підвищення здатності підприємства генерувати

прибуток з кожної гривні витрат. Витрати на 1 грн виробленої продукції знизилися на 0.09 коп., що є показником підвищення економічної ефективності виробництва. Незначне збільшення середньорічної вартості основних засобів (+0,07%) є цілком виправданим у контексті інвестицій у нове обладнання.

Загальні інвестиції окупляться швидко, враховуючи короткий термін окупності, який залишається незмінним. Це підтверджує доцільність заходу, спрямованого на підвищення ефективності діяльності підприємства.

Розробка нових продуктів і маркетингових стратегій дозволяє адаптуватися до змін у споживчих вподобаннях, що включають зростання попиту на здоровіші альтернативи традиційним газованим напоям. Водночас інновації у сфері управління ресурсами та оптимізація логістичних процесів сприяють зниженню витрат і підвищенню ефективності роботи компанії. Інтеграція інновацій на всіх етапах діяльності дозволяє підприємству залишатися конкурентоспроможним навіть в умовах економічних і соціальних викликів. Загалом, успішна реалізація інноваційних стратегій сприяє досягненню високих фінансових показників, зміцненню конкурентних переваг і забезпеченню сталого розвитку компанії в довгостроковій перспективі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бандура З., Голубецький П. Інноваційна діяльність в постіндустріальній економіці та її стимулювання механізмом податкових важелів. Вісник економіки. 2023. Вип. 2. С. 143-155. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu_2023_2_12
2. Бардась А.В., Бойченко М.В., Дудник А.В. Менеджмент: навчальний посібник. Нац. гірн. ун-т. Дн-ськ: Герда, 2014. 344 с.
3. Булах Т.М., Гринчак Н.А., Плахотнікова Л.О. Стратегії управління часом та інноваційні методи підвищення ефективності його використання у діяльності операційного менеджера. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. 2022. № 3-4. С. 57-65. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvhastat_2022_3-4_8
4. Варава Л.М., Афанасьєв Є.В., Маркіна І.А. Актуальні проблеми сучасного менеджменту: монографія. М-во освіти і науки України, Криворізь. нац. ун-т. Кр. Ріг: Роман Козлов, 2018. 201 с.
5. Виробничий менеджмент: підручник. ред. М.П. Бутко. Чернігів. нац. технолог. ун-т. К.: Центр учбової літератури, 2017. 422 с.
6. Волосюк М.В., Прокопович Л.Б. Модель прогнозування витрат на інноваційну діяльність у промисловому секторі України. Бізнес Інформ. 2023. № 5. С. 73-79.
7. Вороніна А.В. Менеджмент: навч. Посібник. Дніпров. держ. техн. ун-т. Кам'янське: ДДТУ, 2019. 356 с.
8. Вороніна А.В., Берьозкіна А.Ю. Стратегічне управління: навч. посіб. Дніпров. держ. техн. ун-т. Кам'янське: ДДТУ, 2017. 418 с. 86
9. Гризовська Л.О. Маркетинг інновацій як інструмент успішного бізнесу. / Л.О. Гризовська, А.В. Романова. Економіка та суспільство. Випуск 16. 2018. — С. 301—307

10. Глушенкова А.А., Яргін М.В. Інноваційні стратегії в управлінні підприємством. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2022. № 3-4. С. 40-44. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2022_3-4_9
11. Горященко Ю.Г. Оцінка стану бізнес-середовища України у контексті інноваційної діяльності. Науковий погляд: економіка та управління. 2023. № 1. С. 57-63. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamsue_2023_1_9
12. Григорян О.О. Сукупність елементів управління інноваційною діяльністю. Агроекологічний журнал. 2022. № 4. С. 53-65. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrog_2022_4_8
13. Довгань Ю.В. Теоретичні аспекти управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємств. Modern economics. 2022. № 36. С. 38-44. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/modecon_2022_36_8
14. Іванишин О.В. Особливості та результати інноваційної діяльності підприємства. Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. 2020. Т. 25, Вип. 6. С. 132-137. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2020_25_6_26
15. Єрмоленко І. М. Інноваційний розвиток підприємств в умовах глобалізації / І. М. Єрмоленко. – Київ: Наукова думка, 2020. – 312 с.
16. Інноваційний розвиток підприємства. Підручник / за заг. ред. д-р. екон. наук, проф. Микитюка П. П. Тернопіль : ЗУНУ, 2023. 320 с.
17. Карімов Г.І. Моделювання та прогнозування в управлінні: навч. посіб. Дніпров. держ. техн. ун-т. Кам'янське: ДДТУ, 2018. 163 с.
18. Качуєнко О., Шпортюк Н.Л. Вдосконалення стратегії інноваційної діяльності підприємства. Актуальні проблеми економіки, управління та маркетингу в аграрному бізнесі. Матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернетконференції (м. Дніпро, 05-06 жовтня 2023 р.) Дніпро, ДДАЕУ, 2023. С. 90-91.
19. Кваша Т.К., Паладченко О.Ф., Молчанова І.В. Пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні та їх реалізація. Наука, технології, інновації. 2022. № 3. С. 3- 12. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/STI_2022_3_3

20. Ключ Ю.І., Стрюк О.С. Дослідження підстав розробки ефективної стратегії розвитку на інноваційній основі. Економічний вісник Донбасу. 2022. № 2. С. 108- 112. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvd_2022_2_14
21. Ковальчук К. Ф. Стратегічне управління: навч. Посібник. М-во освіти і науки України, Нац. металург. акад. України. Дніпро: Дріант, 2018. 272 с.
22. Компанець К.А., Литвишко Л.О., Артемчук В.О. Особливості інноваційного стратегічного управління підприємствами під час пандемії COVID-19. Інтелект XXI. 2021. № 1. С. 82-86. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2021_1_18
23. Кононова О.Є. Сучасні підходи до використання інноваційних стратегій розвитку підприємств: зарубіжний досвід. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2021. Вип. 36. С. 91-95. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2021_36_18
24. Кошкалда І.В., Суркова В.О. Методичні принципи визначення ефективності інноваційної діяльності в сільськогосподарських підприємствах. Науковий погляд: економіка та управління. 2022. № 3. С. 68-76. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamsue_2022_3_12
25. Кравчук І. Вплив інноваційної діяльності на фінансову ефективність підприємства. Економічний форум. 2022. № 3. С. 172-178. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2022_3_24
26. Кравчук І.І., Лавриненко С.О., Бездітко О.Є. Менеджмент інноваційного підприємництва: стратегічний розвиток бізнес-процесів. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2021. Вип. 6. С. 134-140. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/exeebu_2021_6_21
27. Лавриненко С.О., Зелінська А.М. Стратегічне управління інноваційними процесами: особливості та необхідність. Економіка та управління підприємствами. 2019. Вип. 37. С. 99-102. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2019_37_20

28. Мазур І.І., Коротун М.В. Нові можливості управління інноваційно-інвестиційною діяльністю в підприємстві. Ефективна економіка. 2022. № 8. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2022_8_17

29. Мальська М.П., Білоус С.П. Менеджмент організацій: теорія та практика: навч. посіб. Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. К.: SBA-Print, 2020. 190 с.

30. Марова С.Ф., Ложачевська О.М., Лемещенко Н.М., Чайка М.О. Розробка конкурентної стратегії розвитку інноваційно орієнтованого підприємства в умовах діджиталізації, глобалізації та активізації безпекових механізмів. Формування ринкових відносин в Україні. 2023. № 1. С. 32-37. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2023_1_7

31. Микитюк П. П., Брич В. Я., Шкільняк М. М., Микитюк Ю. І. Інноваційний менеджмент : підручник. Тернопіль : Економічна думка ТНЕУ, 2019. 518 с. 89

32. Мізюк Б.М. Основи стратегічного управління: підручник. М-во освіти і науки України. Львів: Магнолія-2006, 2019. 544 с.

33. Назарчук Т.В., Косіюк О.М. Менеджмент організацій: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2018. 559 с.

34. Насад Н.В. Інноваційні стратегії управління підприємствами. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2021. № 4. С. 88-92. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2021_4_16

35. Олійник О.В. Управління інноваційним розвитком підприємства. – Рукопис.– Київ : КНУТД, 2021. – 113 с.

36. Пацарнюк О.В. Особливості інноваційної діяльності підприємств України на сучасному етапі. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2020. № 11. С. 24-30. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2020_11_7

37. Приймак Н.С. Управління стратегічними змінами в системі менеджменту підприємств: монографія. Нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла ТуганБарановського. Кр. Ріг: Чернявський Д.О., 2019. 353 с.

38. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 № 40.IV.
URL: <http://rada.gov.ua>
39. Про інноваційну діяльність: Закон України. URL:
<https://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
40. Рудь Н. Креативність в управлінні інноваційною діяльністю підприємства. Економічний форум. 2022. № 2. С. 69-79. URL:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2022_2_11
41. Савченко В.М., Смірнова І.В., Смірнова Н.В. Інформаційне забезпечення управління інноваційною діяльністю. Центральнотраїнський науковий вісник . Економічні науки. 2022. Вип. 8. С. 75-86. URL:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2022_8_10
42. Сігаєва Т.Є. Вдосконалення напрямків формування інвестиційної стратегії інноваційного підприємства. Вісник Херсонського національного технічного університету. 2019. № 4. С. 221-226. URL:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdtu_2019_4_30
43. Струтинська Л.Р. Ефективність інноваційних заходів у діяльності підприємства. Науковий вісник НЛТУ України. 2022. Т. 32, № 3. С. 49-54.
URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnltu_2022_32_3_10
44. Тацій І.В., Сафронська І.М., Водяник Р.В. Дослідження факторів, що забезпечують стійкість підприємства під час реалізації інноваційних стратегій. Вісник економічної науки України. 2022. № 2. С. 119-123. URL:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/Venu_2022_2_17
45. Теорія прийняття управлінських рішень: навч. Посібник. К. Ф. Ковальчук та ін.. Дніпро: Дріант, 2018. 227 с.
46. Теорія та практика управління суб'єктами підприємництва: кол. моногр. за заг. ред. Т.В. Гринько. Дніпро: Біла К.О., 2020. 439 с.
47. Ткаченко П.В. Теоретичне підґрунтя інноваційної діяльності підприємств. Підприємництво та інновації. 2021. Вип. 19. С. 40-45. URL:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/pidinnov_2021_19_8

48. Управління розвитком суб'єктів підприємництва в умовах викликів XXI століття: колективна монографія / Л.О. Аксьонова [та ін.]; за заг. ред. Т.В. Гринько; Дніпров. нац. ун-т ім. Олеся Гончара. Дніпро: Біла К.О., 2019. 419 с.
49. Фоміченко І.П., Баштовий В.П., Кожурін Д.О., Пахомова О.В. Сучасні аспекти та методи управління інноваційною діяльністю на вітчизняних підприємствах. Економічний вісник Донбасу. 2022. № 1. С. 103-109. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvd_2022_1_14
50. Христенко О.В. Управління інноваційною діяльністю сучасного підприємства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2022. Вип. 4. С. 48-54. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/cxeebu_2022_4_9
51. Черноусова Ж.Т., Шкапенко О.С. Економіко-математичне моделювання інноваційної діяльності підприємства в сучасних умовах. Підприємництво та інновації. 2022. Вип. 24. С. 129-137. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pidinnov_2022_24_24
52. Шацька З.Я., Когут А.Л. Інноваційне відновлення промислового комплексу України на засадах стратегії смарт-спеціалізації. Формування ринкових відносин в Україні. 2023. № 6. С. 12-17. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2023_6_4
53. Шустов А.А. Маркетингові інновації як одне з найважливіших напрямів інноваційної політики // Молодий вчений. — 2013. — № 9. — С. 258—263
54. Янковой Р.В. Роль гібридної стратегії в процесі інноваційного стратегування. Економіка, управління та адміністрування. 2023. № 2. С. 32-36. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhdtu_econ_2023_2_7
55. Pro-consulting. Аналіз ринку напоїв в Україні, 2023 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-napitkov-v-ukraine-2023-god>.
56. Кока-кола. Офіційний сайт Соса-Кола НВС в Україні. URL: <https://ua.coca-colahellenic.com/ua>.

57. Обладнання для закупорювання напоїв. Офіційний сайт AROL.
URL: <https://www.arol.com/beverage-capping-machines/capping-machines-for-pre-threaded-flat-plastic-caps/196-euro-pk>

58. Market Research Report "Global Carbonated Soft Drinks Market Size, Share & Trends Analysis". URL: <https://www.marketresearchfuture.com/reports/carbonated-soft-drinks-market-7861>

59. Verkhovna Rada of Ukraine. (n.d.). *Draft Law No. 73079*. Retrieved from http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=73079

60. Обладнання для закупорювання напоїв. Офіційний сайт Closure systems international.
URL: <https://www.csiclosures.com/equipment-and-services/capping-machines/>

Баланс (Звіт про фінансовий стан) за 2023 рік

АКТИВ

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	126 731.00	94 150.00
первісна вартість	1001	139 918.00	130 027.00
накопичена амортизація	1002	-13 187.00	-35 877.00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	86 879.00	253 747.00
Основні засоби	1010	1 736 676.00	1 625 843.00
первісна вартість	1011	4 485 309.00	4 692 691.00
знос	1012	-2 748 633.00	-3 066 848.00
Інвестиційна нерухомість	1015	0.00	
первісна вартість	1016	0.00	
знос	1017	0.00	
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
первісна вартість	1021	0.00	
накопичена амортизація	1022	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0.00	
інші фінансові інвестиції	1035	0.00	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0.00	
Відстрочені податкові активи	1045	34 750.00	108 911.00
Гудвіл	1050	0.00	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0.00	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
Інші необоротні активи	1090	24 077.00	24 885.00
Усього за розділом І	1095	2 009 113.00	2 107 536.00
ІІ. Оборотні активи Запаси	1100	654 795.00	899 920.00
Виробничі запаси	1101	441 797.00	437 382.00
Незавершене виробництво	1102	0.00	
Готова продукція	1103	125 503.00	259 643.00
Товари	1104	87 494.00	202 895.00
Поточні біологічні активи	1110	0.00	
Депозити перестраховання	1115	0.00	
Векселі одержані	1120	0.00	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 643 286.00	2 212 421.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	330 436.00	248 079.00
з бюджетом	1135	1 149.00	120 889.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	1 149.00	
з нарахованих доходів	1140	0.00	
із внутрішніх розрахунків	1145	666.00	159.00
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2 992.00	4 520.00
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Г роші та їх еквіваленти	1165	255 577.00	2 021 727.00
Готівка	1166	12.00	4.00
Рахунки в банках	1167	255 565.00	2 021 723.00
Витрати майбутніх періодів	1170	0.00	
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0.00	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0.00	
резервах незароблених премій	1183	0.00	
інших страхових резервах	1184	0.00	
Інші оборотні активи	1190	0.00	
Усього за розділом II	1195	2 888 901.00	5 507 715.00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	
Баланс	1300	4 898 014.00	7 615 251.00

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	2 416 701.00	2 416 701.00
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0.00	
Капітал у дооцінках	1405	0.00	
Додатковий капітал	1410	114 403.00	114 403.00
Емісійний дохід	1411	0.00	
Накопичені курсові різниці	1412	104 397.00	104 397.00
Резервний капітал	1415	0.00	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-74 978.00	1 562 765.00
Неоплачений капітал	1425	0.00	
Вилучений капітал	1430	0.00	
Інші резерви	1435	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
Усього за розділом I	1495	2 456 126.00	4 093 869.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0.00	
Пенсійні зобов'язання	1505	0.00	
Довгострокові кредити банків	1510	0.00	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0.00	
Довгострокові забезпечення	1520	33 835.00	36 621.00
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	9 858.00	9 817.00
Цільове фінансування	1525	0.00	
Благодійна допомога	1526	0.00	
Страхові резерви	1530	0.00	
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0.00	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0.00	
резерв незароблених премій	1533	0.00	
інші страхові резерви	1534	0.00	
Інвестиційні контракти	1535	0.00	
Призовий фонд	1540	0.00	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0.00	
Усього за розділом II	1595	33 835.00	36 621.00
III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	0.00	
Векселі видані	1605	0.00	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	5 862.00	5 453.00
товари, роботи, послуги	1615	2 167 606.00	3 231 474.00
розрахунками з бюджетом	1620	41 024.00	18 484.00

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
у тому числі з податку на прибуток	1621	0.00	18 484.00
розрахунками зі страхування	1625	0.00	
розрахунками з оплати праці	1630	25 216.00	35 962.00
за одержаними авансами	1635	3 543.00	20 201.00
за розрахунками з учасниками	1640	0.00	
із внутрішніх розрахунків	1645	6.00	5.00
за страховою діяльністю	1650	0.00	
Поточні забезпечення	1660	24 425.00	22 098.00
Доходи майбутніх періодів	1665	0.00	
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	140 371.00	151 084.00
Усього за розділом III	1695	2 408 053.00	3 484 761.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0.00	
Баланс	1900	4 898 014.00	7 615 251.00

Джерело: сформовано на основі <https://clarity-project.info/edr/21651322/yearly-finances>

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2023 рік
Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	13 940 368.00	8 350 977.00
Чисті зароблені страхові премії	2010		0.00
Премії підписані, валова сума	2011		0.00
Премії, передані у перестраховання	2012		0.00
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		0.00
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		0.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	8 578 473.00	5 955 710.00
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		0.00
Валовий: прибуток	2090	5 361 895.00	2 395 267.00
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		0.00
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		0.00
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		0.00
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		0.00
Інші операційні доходи	2120	37 194.00	138 523.00
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		0.00
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		0.00
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123		0.00
Адміністративні витрати	2130	1 316 594.00	682 560.00
Витрати на збут	2150	2 091 211.00	1 530 318.00
Інші операційні витрати	2180	67 862.00	262 875.00

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		0.00
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		0.00
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	1 923 422.00	58 037.00
Дохід від участі в капіталі	2200		0.00
Інші фінансові доходи	2220	113 686.00	21 396.00
Інші доходи	2240		0.00
Дохід від благодійної допомоги	2241		0.00
Фінансові витрати	2250	9 033.00	5 074.00
Втрати від участі в капіталі	2255		0.00
Інші витрати	2270		0.00
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		0.00
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	2 028 075.00	74 359.00
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-390 332.00	-30 862.00
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		0.00
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	1 637 743.00	43 497.00

Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		0.00
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		0.00
Накопичені курсові різниці	2410		0.00
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		0.00
Інший сукупний дохід	2445		0.00
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0.00	0.00
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		0.00
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0.00	0.00
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	1 637 743.00	43 497.00

Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Матеріальні затрати	2500	7 466 930.00	5 051 366.00
Витрати на оплату праці	2505	818 612.00	689 116.00
Відрахування на соціальні заходи	2510	138 886.00	117 465.00
Амортизація	2515	319 275.00	316 877.00
Інші операційні витрати	2520	3 310 438.00	2 256 638.00
Разом	2550	12 054 141.00	8 431 462.00

Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва рядка

Дивіденди на одну просту акцію

Джерело: сформовано на основі <https://clarity-project.info/edr/21651322/yearly-finances>

**Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)
Рух коштів у результаті операційної діяльності за 2023 рік**

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Надходження від: Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	15 959 113.00	9 211 908.00
Повернення податків і зборів	3005		0.00
у тому числі податку на додану вартість	3006		0.00
Цільового фінансування	3010		0.00
Надходження від отримання субсидій, дотацій	3011		0.00
Надходження авансів від покупців і замовників	3015	1 943 648.00	1 121 838.00
Надходження від повернення авансів	3020	3 507.00	1 499.00
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	50 349.00	11 459.00
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035	1 546.00	764.00
Надходження від операційної оренди	3040	2 361.00	1 614.00
Надходження від отримання роялті, авторських винагород	3045		0.00
Надходження від страхових премій	3050		0.00
Надходження фінансових установ від повернення позик	3055		0.00
Інші надходження	3095	71 733.00	76 124.00
Витрачання на оплату: Товарів (робіт, послуг)	3100	12 057 036.00	8 199 923.00

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Праці	3105	548 689.00	463 707.00
Відрахувань на соціальні заходи	3110	141 624.00	116 929.00
Зобов'язань з податків і зборів	3115	1 638 932.00	548 619.00
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	444 880.00	26 650.00
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	959 200.00	351 223.00
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	234 852.00	170 746.00
Витрачання на оплату авансів	3135	1 602 518.00	1 236 659.00
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	7 162.00	16 658.00
Витрачання на оплату цільових внесків	3145	71 137.00	1 050.00
Витрачання на оплату зобов'язань за страховими контрактами	3150		0.00
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155		0.00
Інші витрачання	3190	34 392.00	10 889.00
Чистий рух коштів від операційної діяльності	3195	1 930 767.00	-169 228.00

Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності за 2023 рік

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Надходження від реалізації: фінансових інвестицій	3200		0.00
необоротних активів	3205	7 300.00	50.00
Надходження від отриманих: відсотків	3215		0.00
дивідендів	3220		0.00
Надходження від деривативів	3225		0.00
Надходження від погашення позик	3230		62 959.00

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235		0.00
Інші надходження	3250		0.00
Витрачання на придбання: фінансових інвестицій	3255		0.00
необоротних активів	3260	173 056.00	78 935.00
Виплати за деривативами	3270		0.00
Витрачання на надання позик	3275		0.00
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280		0.00
Інші платежі	3290		0.00
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	3295	-165 756.00	-15 926.00

Рух коштів у результаті фінансової діяльності за 2023 рік

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Надходження від: Власного капіталу	3300		0.00
Отримання позик	3305		97 757.00
Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310		0.00
Інші надходження	3340		0.00
Витрачання на: Викуп власних акцій	3345		0.00
Погашення позик	3350		0.00
Сплату дивідендів	3355		0.00
Витрачання на сплату відсотків	3360		0.00

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365		0.00
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370		0.00
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375		0.00
Інші платежі	3390		0.00
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3395	0.00	97 757.00
Чистий рух грошових коштів за звітний період	3400	1 765 011.00	-87 397.00
Залишок коштів на початок року	3405	255 577.00	325 615.00
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	1 139.00	17 359.00
Залишок коштів на кінець року	3415	2 021 727.00	255 577.00

Джерело: сформовано на основі <https://clarity-project.info/edr/21651322/yearly-finances>

Баланс (Звіт про фінансовий стан) за 2022 рік

АКТИВ

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	3 219.00	126 731.00
первісна вартість	1001	7 070.00	139 918.00
накопичена амортизація	1002	-3 851.00	-13 187.00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	29 812.00	86 879.00
Основні засоби	1010	2 008 614.00	1 736 676.00
первісна вартість	1011	4 502 735.00	4 485 309.00
знос	1012	-2 494 121.00	-2 748 633.00
Інвестиційна нерухомість	1015	0.00	
первісна вартість	1016	0.00	
знос	1017	0.00	
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
первісна вартість	1021	0.00	
накопичена амортизація	1022	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0.00	
інші фінансові інвестиції	1035	0.00	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0.00	
Відстрочені податкові активи	1045	15 844.00	34 750.00
Гудвіл	1050	0.00	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0.00	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0.00	
Інші необоротні активи	1090	19 012.00	24 077.00
Усього за розділом I	1095	2 076 501.00	2 009 113.00
II. Оборотні активи Запаси	1100	632 637.00	654 795.00

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
Виробничі запаси	1101	332 028.00	441 797.00
Незавершене виробництво	1102	0.00	
Готова продукція	1103	159 445.00	125 503.00
Товари	1104	141 163.00	87 494.00
Поточні біологічні активи	1110	0.00	
Депозити перестраховання	1115	0.00	
Векселі одержані	1120	0.00	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 297 445.00	1 643 286.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	209 904.00	330 436.00
з бюджетом	1135	24 275.00	1 149.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	24 275.00	1 149.00
з нарахованих доходів	1140	0.00	
із внутрішніх розрахунків	1145	852.00	666.00
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	67 977.00	2 992.00
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Гроші та їх еквіваленти	1165	325 615.00	255 577.00
Готівка	1166	54.00	12.00
Рахунки в банках	1167	325 561.00	255 565.00
Витрати майбутніх періодів	1170	0.00	
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0.00	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0.00	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0.00	
резервах незароблених премій	1183	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
інших страхових резервах	1184	0.00	
Інші оборотні активи	1190	0.00	
Усього за розділом II	1195	2 558 705.00	2 888 901.00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	
Баланс	1300	4 635 206.00	4 898 014.00

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	2 416 701.00	2 416 701.00
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0.00	
Капітал у дооцінках	1405	0.00	
Додатковий капітал	1410	114 403.00	114 403.00
Емісійний дохід	1411	0.00	
Накопичені курсові різниці	1412	104 397.00	104 397.00
Резервний капітал	1415	0.00	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-118 475.00	-74 978.00
Неоплачений капітал	1425	0.00	
Вилучений капітал	1430	0.00	
Інші резерви	1435	0.00	
Усього за розділом I	1495	2 412 629.00	2 456 126.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0.00	
Пенсійні зобов'язання	1505	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
Довгострокові кредити банків	1510	0.00	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0.00	
Довгострокові забезпечення	1520	24 578.00	33 835.00
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	4 581.00	9 858.00
Цільове фінансування	1525	0.00	
Благодійна допомога	1526	0.00	
Страхові резерви	1530	0.00	
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0.00	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0.00	
резерв незароблених премій	1533	0.00	
інші страхові резерви	1534	0.00	
Інвестиційні контракти	1535	0.00	
Призовий фонд	1540	0.00	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0.00	
Усього за розділом II	1595	24 578.00	33 835.00
III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	0.00	
Векселі видані	1605	0.00	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	3 979.00	5 862.00
товари, роботи, послуги	1615	1 973 653.00	2 167 606.00
розрахунками з бюджетом	1620	18 953.00	41 024.00
у тому числі з податку на прибуток	1621	0.00	
розрахунками зі страхування	1625	0.00	
розрахунками з оплати праці	1630	26 897.00	25 216.00

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
за одержаними авансами	1635	135 554.00	3 543.00
за розрахунками з учасниками	1640	0.00	
із внутрішніх розрахунків	1645	0.00	6.00
за страховою діяльністю	1650	0.00	
Поточні забезпечення	1660	10 961.00	24 425.00
Доходи майбутніх періодів	1665	0.00	
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	28 002.00	140 371.00
Усього за розділом III	1695	2 197 999.00	2 408 053.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0.00	
Баланс	1900	4 635 206.00	4 898 014.00

Джерело: сформовано на основі <https://clarity-project.info/edr/21651322/yearly-finances>

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2022 рік

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	8 350 977.00	9 194 088.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	5 955 710.00	6 382 831.00
Валовий: прибуток	2090	2 395 267.00	2 811 257.00
Інші операційні доходи	2120	138 523.00	62 007.00
Адміністративні витрати	2130	682 560.00	723 460.00
Витрати на збут	2150	1 530 318.00	1 771 624.00
Інші операційні витрати	2180	262 875.00	9 510.00
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	58 037.00	368 670.00
Інші фінансові доходи	2220	21 396.00	8 621.00
Фінансові витрати	2250	5 074.00	49 578.00
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	74 359.00	327 713.00
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-30 862.00	-75 118.00
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	43 497.00	252 595.00

Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0.00	0.00
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0.00	0.00
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	43 497.00	252 595.00

Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Матеріальні затрати	2500	5 051 366.00	5 513 064.00
Витрати на оплату праці	2505	689 116.00	578 094.00
Відрахування на соціальні заходи	2510	117 465.00	101 106.00
Амортизація	2515	316 877.00	281 979.00
Інші операційні витрати	2520	2 256 638.00	2 413 183.00
Разом	2550	8 431 462.00	8 887 426.00

Джерело: сформовано на основі <https://clarity-project.info/edr/21651322/yearly-finances>

**Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)
Рух коштів у результаті операційної діяльності за 2022 рік**

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Надходження від: Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	9 211 908.00	9 761 269.00
Повернення податків і зборів	3005		0.00
у тому числі податку на додану вартість	3006		0.00
Цільового фінансування	3010		0.00
Надходження від отримання субсидій, дотацій	3011		0.00
Надходження авансів від покупців і замовників	3015	1 121 838.00	2 176 274.00
Надходження від повернення авансів	3020	1 499.00	69 000.00
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	11 459.00	8 621.00
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035	764.00	513.00
Надходження від операційної оренди	3040	1 614.00	1 166.00
Надходження від отримання роялті, авторських винагород	3045		0.00
Надходження від страхових премій	3050		0.00
Надходження фінансових установ від повернення позик	3055		0.00
Інші надходження	3095	76 124.00	107.00
Витрачання на оплату: Товарів (робіт, послуг)	3100	8 199 923.00	9 136 137.00
Праці	3105	463 707.00	381 672.00
Відрахувань на соціальні заходи	3110	116 929.00	102 508.00
Зобов'язань з податків і зборів	3115	548 619.00	470 807.00
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	26 650.00	103 721.00
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	351 223.00	205 070.00
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	170 746.00	162 016.00
Витрачання на оплату авансів	3135	1 236 659.00	1 198 915.00

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	16 658.00	1 582.00
Витрачання на оплату цільових внесків	3145	1 050.00	3 217.00
Витрачання на оплату зобов'язань за страховими контрактами	3150		0.00
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155		0.00
Інші витрачання	3190	10 889.00	3 804.00
Чистий рух коштів від операційної діяльності	3195	-169 228.00	718 308.00

Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності за 2022 рік

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Надходження від реалізації: фінансових інвестицій	3200		0.00
необоротних активів	3205	50.00	14 215.00
Надходження від отриманих: відсотків	3215		0.00
дивідендів	3220		0.00
Надходження від деривативів	3225		0.00
Надходження від погашення позик	3230	62 959.00	0.00
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235		0.00
Інші надходження	3250		0.00
Витрачання на придбання: фінансових інвестицій	3255		0.00
необоротних активів	3260	78 935.00	918 723.00
Виплати за деривативами	3270		0.00
Витрачання на надання позик	3275		67 284.00

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280		0.00
Інші платежі	3290		0.00
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	3295	-15 926.00	-971 792.00

Рух коштів у результаті фінансової діяльності

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Надходження від: Власного капіталу	3300		0.00
Отримання позик	3305	97 757.00	0.00
Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310		0.00
Інші надходження	3340		0.00
Витрачання на: Викуп власних акцій	3345		0.00
Погашення позик	3350		0.00
Сплату дивідендів	3355		63 745.00
Витрачання на сплату відсотків	3360		0.00
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365		0.00
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370		0.00
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375		0.00
Інші платежі	3390		0.00
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3395	97 757.00	-63 745.00
Чистий рух грошових коштів за звітний період	3400	-87 397.00	-317 229.00
Залишок коштів на початок року	3405	325 615.00	667 252.00

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	17 359.00	-24 408.00
Залишок коштів на кінець року	3415	255 577.00	325 615.00

Джерело: сформовано на основі <https://clarity-project.info/edr/21651322/yearly-finances>