

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут (факультет) 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 прізвище)

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

« ____ » _____ 2023 р.

« ____ » _____ 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА

з спеціальності _____ 073 «Менеджмент» _____
(код та назва спеціальності)

освітньої програми «Менеджмент організацій і адміністрування» _____

на тему: «Організація інноваційного процесу вдосконалення якості продукції» _____

Виконав: здобувач 2 курсу, групи МН-2-3

Марфич Максим Віталійович
(прізвище , ім'я, по батькові повністю)

_____ (підпис)

Керівник Березянка Тамара Володимирівна

(прізвище , ім'я, по батькові повністю)

_____ (підпис)

Рецензент _____

(ім'я та прізвище)

_____ (підпис)

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

Здобувач _____
(підпис)

Київ – 2023 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут навчально-науковий інститут економіки і управління

Кафедра економіки праці та менеджменту

Освітній ступінь магістр

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма «Менеджмент організацій і адміністрування»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки
праці та менеджменту

_____ Тамара БЕРЕЗЯНКО

“29” вересня 2022 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Марфича Максима Віталійовича

1. Тема роботи Організація інноваційного процесу вдосконалення якості продукції

керівник роботи Березянка Т.В., д. е. н., проф.

затверджені наказом вищого навчального закладу від 29 вересня 2022 № 575-КС.

2. Строк подання здобувачем роботи 27 січня 2023.

3. Вихідні дані до роботи законодавчі та нормативні акти, аналітичні та статистичні матеріали стосовно теми проекту, бухгалтерська, статистична звітність та аналітичні матеріали ПрАТ «Оболонь»

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

Розділ 1 Теоретико-методичні засади інноваційного процесу вдосконалення якості продукції підприємств

Розділ 2 Аналіз господарської діяльності та якості продукції ПрАТ «Оболонь»

Розділ 3 Підвищення ефективності організації інноваційного процесу вдосконалення якості продукції ПрАТ «Оболонь»

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Результати дослідження знайшли відображення в 13 рисунках та 11 таблицях ілюстративного матеріалу

6. Консультанти розділів роботи

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

7. Дата видачі завдання 29 вересня 2022 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Збір та вивчення джерел інформації для написання дипломної роботи. Складання бібліографії наукових джерел.	31.10.2022 р.	
2	Розроблення та затвердження плану роботи керівником дипломної роботи і керівником проектної групи	04.11.2022 р.	
3	Робота над вступом до дипломного проекту	07.11.2022 р.	
4	Підготовка розділу Теоретико-методичні засади інноваційного процесу вдосконалення якості продукції підприємств та подання його керівнику	20.11.2022 р.	
5	Підготовка розділу Аналіз господарської діяльності та якості продукції ПрАТ «Оболонь» та подання його керівнику	10.12.2022 р.	
6	Підготовка розділу Підвищення ефективності організації інноваційного процесу вдосконалення якості продукції ПрАТ «Оболонь» та подання його керівнику	05.01.2023 р.	
7	Підготовка висновків до роботи та подання його керівнику	08.01.2023 р.	
8	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника	11.01.2023 р.	
9	Остаточне оформлення роботи. Формування проекту доповіді, ілюстративного матеріалу. Погодження з керівником дипломної роботи	13.01.2023 р.	
10	Подання завершеної роботи на розгляд комісії з попереднього захисту	14.01.2023 р.	
11	Подання завершеної роботи на розгляд завідувачу кафедри та подача електронного варіанту роботи для перевірки на плагіат	27.01.2023 р.	
12	Захист кваліфікаційної роботи	Згідно графіку захисту	

Здобувач

(підпис)

Керівник роботи

(підпис)

Марфич М. В.

(прізвище та ініціали)

Березянко Т.В.

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Марфич М.В. Організація інноваційного процесу вдосконалення якості продукції. – Рукопис.

Випускна кваліфікаційна робота з освітньо-професійної програми – менеджмент організацій та адміністрування. Національний університет харчових технологій, Київ, 2023.

Досліджено теоретико-методичні засади інноваційного процесу вдосконалення якості продукції підприємства. В роботі проаналізовані методичні підходи до реалізації інноваційного процесу підприємств харчової галузі. Розглянуті науково-практичні основи інноваційного процесу підприємства. Проаналізоване середовище функціонування підприємства та поданий управлінський аналіз діяльності ПрАТ «Оболонь».

На основі узагальнення результатів дослідження інноваційної діяльності ПрАТ «Оболонь», запропоновано формування інноваційного процесу вдосконалення якості продукції за рахунок запровадження нової технології, та обґрунтовано необхідність прийняття управлінського рішення щодо забезпечення ефективності роботи підприємства.

Кваліфікаційна робота викладена на 90 сторінках (без урахування додатків), містить 11 таблиць, 13 рисунків.

Ключові слова: *інновації, інноваційний процес, якість продукції, підприємство, пиво-безалкогольна промисловість*

ABSTRACT

Marfych M.V. Organization of the innovative process of product quality improvement. - Manuscript.

Graduation qualification work from the educational and professional program - management of organizations and administration. National University of Food Technologies, Kyiv, 2023.

The theoretical and methodological foundations of the innovative process of improving the quality of the company's products were studied. Methodical approaches to the implementation of the innovation process of food industry enterprises are analyzed in the work. The scientific and practical foundations of the innovative process of the enterprise are considered. The operating environment of the enterprise was analyzed and the management analysis of the activities of PrJSC "Obolon" was presented.

On the basis of the generalization of the results of the research on the innovative activity of PJSC "Obolon", the formation of an innovative process of product quality improvement due to the introduction of new technology is proposed, and the need to make a management decision to ensure the efficiency of the enterprise is substantiated.

The qualification work is laid out on 90 pages (excluding appendices), contains 11 tables, 13 figures.

Key words: innovation, innovation process, product quality, enterprise, non-alcoholic beer industry

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ.....	9
1.1. Поняття та структура інноваційного процесу.....	9
1.2. Теоретичні аспекти забезпечення якості продукції.....	16
1.3. Методичні підходи до вдосконалення якості продукції підприємства за рахунок інноваційних процесів.....	30
Висновки до розділу 1.....	37
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРАТ «ОБОЛОНЬ».....	38
2.1. Діагностика стану ПрАТ «Оболонь» та його позиції на ринку.....	38
2.2. Аналіз фінансово-економічної діяльності пивзаводу.....	45
2.3. Оцінка якості продукції ПрАТ «Оболонь».....	57
Висновки до розділу 2.....	68
РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРАТ «ОБОЛОНЬ».....	69
3.1. Прийняття управлінського рішення з організації ПрАТ «Оболонь».....	69
3.2. Обґрунтування запровадження інноваційної технології виробництва пива.....	73
Висновки до розділу 3.....	79
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	82
ДОДАТКИ.....	90

ВСТУП

Необхідність впровадження ефективної системи управління на промислових підприємствах, яка б забезпечувала постійне поліпшення виробничого процесу та реалізацію заходів щодо підвищення конкурентоспроможності продукції, товару та організації в цілому.

Одним із методів ефективного управління є впровадження системи менеджменту якості, орієнтованої на досягнення результатів, що ґрунтуються на цілях якості, а саме задоволенні потреб та очікувань споживачів, розвиток підприємства та охорони навколишнього середовища.

Впровадження системи менеджменту якості, організація створює впевненість у можливостях і надійності її процесів, так само як і основу для постійного вдосконалення. Питання, які пов'язані з інноваційним менеджментом, досліджували як зарубіжні, так і вітчизняні фахівці.

Останніми роками такі категорії, як «інноваційний процес» та «якість» достатньо широко знайшли своє відображення у вітчизняній праці вітчизняних учених С. М. Ільяшенко, А. С. Гальчинського, Н. С. Краснокутської, М. А. Йохни, Л. І. Федулової, та зарубіжній літературі Л. Водачека, Б. Санто, В. Хайдриха, Й. Шумпетера, та інших.

Мета і завдання дослідження. Головною метою кваліфікаційної роботи є удосконалення теоретичних положень і практичних рекомендацій щодо інноваційного процесу по вдосконаленню якості продукції підприємства.

Для досягання визначеної в роботі мети поставлено та вирішено такі науково-методичні та практичні завдання:

- з'ясовано поняття та структура інноваційного процесу;
- вивчено теоретичні аспекти забезпечення якості продукції;
- систематизовано методичні підходи до вдосконалення якості продукції підприємства за рахунок інноваційних процесів;
- продіагностовано стан ПрАТ «Оболонь» та його позиції на ринку;
- проаналізовано фінансово-економічну діяльність пивзаводу;

- оцінено якість продукції ПрАТ «Оболонь»;
- запропоновано прийняття управлінського рішення з організації ПрАТ «Оболонь»;
- обгрунтовано запровадження інноваційної технології виробництва пива.

Об'єктом дослідження виступає процес вдосконалення якості продукції за допомогою інноваційного процесу підприємств.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних засад спрямованих на організацію інноваційного процесу з вдосконалення якості продукції підприємства.

Методи дослідження. Під час написання кваліфікаційної роботи використовувались такі загальнонаукові методи дослідження: метод аналогій, аналізу, економіко-статистичні методи: групування, графічний, а також методи нормативні – при дослідженні процесів управління підприємством.

Інформаційною базою написання кваліфікаційної роботи є: законодавчі акти; наукова література (монографічна та періодична); матеріали конференцій; статистичні довідники; фінансова, статистична та оперативна звітність суб'єктів господарювання; інтернет-ресурси.

Наукова новизна одержаних результатів визначається у поглибленні існуючих теоретико-методичних та розроблені науково-практичних рекомендацій щодо організації інноваційного процесу з вдосконалення якості продукції підприємств.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Обсяг основного тексту викладено на 90 сторінках. Робота містить 11 таблиць та 13 рисунків. Список використаних джерел налічує 77 найменувань, викладених на 3 сторінках. Робота має 2 додатки, які розміщено на 6 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Поняття та структура інноваційного процесу

Термін «інновація» походить від дієслова «innovare» – змінювати, виправляти, в іншому значенні – оновлювати, відновлювати.

Основою складового терміну «інновація» є оновлення. Оновлення можливе в тих випадках, коли людина зможе змінити метод прийнятих рішень, змінити стандартні методи дій, думати і діяти поза межами прийнятих і правил.

Поняття «інновація», що розглядається, належить до групи загальних категорій, всеосяжних та конструктивно складних, які мають безліч підходи до визначення його вмісту.

На думку Й. Шумпетера, характерною рисою поняття «інновація» є «зміни», а основною роллю інноваційної діяльності ставати «функція управління змінами». Цей підхід до інновації є найширшим [66].

Отже, під інноваціями розуміється «внесення у різноманітні види людської діяльності нових елементів (видів, способів), що підвищують результативність цієї діяльності» [25].

Серйозний вплив на бачення праць Й. Шумпетера, надали наукові роботи Н.Д. Кондратьєва. Досліджені Н.Д. Кондратьєвим «великі кон'юнктурні цикли» або їх ще можна позначити, як «довгі хвилі Кондратьєва», стають основою для вивчення причин та тривалості даних циклів, де особливо значущою причиною було названо саме «інновації» [66].

Р.І. Лексін під визначенням «інновації» розуміє покращення, оновлення, модернізацію продукту, розробку та впровадження нових технологій, а також здійснення нових напрямів науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (далі – НДДКР) [25].

Відповідно до робіт Л.М. Братчук, термін «інновації» визначається як процес споживання результатів інтелектуальної діяльності (наукової, науково-технічної),

націлений на оптимізацію діяльності в конкретній соціальній області [4].

І.О.. Єпіфанова розглядає «інновації», як освіту нових та покращення поточних процесів у діяльності окремих підприємств [11].

С. Ілляшенко під визначенням «інновації» бачить процес, у межах якого нововведення переходить у чіткий економічний зміст, де нововведення знаходиться залежно від невизначеного практичного результату, спровокованого невідворотними супутніми ризиками цього процесу [20].

Згідно з роботою А. Хармана, під «інноваціями» автор розуміє впровадження нових чи суттєво удосконалених виробничих процесів [64]. У на відміну від А. Хармана, П. Друкер наголошує на поняття «нововведення», яке може і не нести технічний характер, у зв'язку з тим, що насправді «нововведення» може бути нематеріальним, наприклад, коли надається послуга. Це перетворення стимулює темпи розвитку економіки та впливає на ринкову обстановку незалежно від рівня продуктивності праці [57].

С. Майтал розглядає «інновації» у вигляді техніко-суспільно-економічного процесу, спрямованого на створення вдосконалених технологій та виробів. Основними складовими даного процесу виступають ідеї та відкриття, що переходять у фактичні результати. Так якщо, коли результатом є фінансовий прибуток, освіта інновацій на споживчому ринку спонукає до збільшення доданої вартості [60].

Істотний внесок у вивчення закономірностей науково-технічного прогресу привнесли М. Місюк та Г. Цилюрик.

У своїй науковій діяльності М. Місюк, досліджував вплив науково-технічного прогресу на динаміку розвитку економіки та продуктивних сил, де виявив загальний зв'язок між наукою та технікою в рамках науково-технічного прогресу, а також досліджував тенденції до зміни ефективності заходів науково-технічного прогресу (зміна результату при впровадженні нових технологій та техніки на стадіях її максимальної продуктивності та старіння) [28].

У своїй праці Г. Цилюрик досліджував науково-технічний прогрес у вигляді системи сполучених закономірностей. Розвиваючи теорію «довгих хвиль» Н.Д. Кондратьєва, він виявив і пояснив представлені їм закономірності, такі як поява та

впровадження винаходів, зміни вартості та якості продукту, а також вартості технологій та техніки та їх продуктивності [48].

Відповідно до створеного підходу Л.П. Шендерівська та І.Л. Мельник, «нововведення» може бути, як новим методом, так і винаходом, після поширення якого даний термін набуває нових якостей. Внаслідок цього поняття «нововведення» набуває властивостей поняття «інновація» [52].

За підсумками заходів Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), «Керівництво Фраскаті» («Manual Frascati») в 1993р, в міжнародних стандартах прийняло таке формулювання поняття «інновації» визначивши його кінцевим результатом інноваційної діяльності, який отримав вираз у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впроваджуваного на ринку, нового чи вдосконаленого технологічного процесу, що використовується в практичній діяльності, або в новому підході до соціальних послуг [49].

Згідно з описаними вище тлумаченнями поняття «інновація», можна зробити висновок, що у вітчизняній практиці «інновація» розуміється як результат інноваційної діяльності, а зарубіжної – як процес.

У зв'язку з безліччю наявних інтерпретацій поняття «інновація», даному дослідженні за робоче визначення введемо та приймемо наступне: «Інновація - результат науково-технічної діяльності, поданий у вигляді нового чи модернізованого продукту, виробничої чи управлінської технології, з подальшим їх використанням, споживанням та комерціалізацією» [46].

Для подальшого дослідження поняття «інновацій» необхідно сформулювати загальні властивості, що розкривають їхню сутність, а також провести класифікацію інновацій з їх розподілом на певні групи з чітким критерієм. Зупинимося на основних властивостях, де для визначення «інновації» все вони мають значимість рівною мірою [46]:

- «науково-технічна новизна», де впроваджені продукти, послуги, процеси відповідають новим, покращеним властивостям;
- «виробнича застосовність», де створений винахід має наявність конкретних умов щодо утворення даного нововведення у певний продукт;

- «комерційна реалізованість», де розроблений товар може бути корисним для споживача та відповідати ринковому попиту, акумулюючи це якість у фінансову вигоду для виробника.

Якщо одна з властивостей не реалізована, то це негативно позначиться на «інноваційному процесі». При аналізі наукової літератури, пов'язаної з розподілом «інновацій», представлені різноманітні підходи, в яких виявлено велику кількість класифікаційних систем інновацій. Класифікаційна система інновацій передбачає розподіл «інновацій» на певні групи за чіткими критеріями. Класифікацію інновацій можна будувати за різними схемами, використовуючи різні класифікаційні ознаки.

Розглянемо комплексну класифікаційну систему інновацій, для підприємств характерні такі види інновацій за ознаками [41]:

- для рівня новизни характерні «інтегруючі інновації»;
- для функціонального призначення та сфери застосування, більшою мірою характерні «інновація-процес» та «організаційно-управлінські інновації»;
- для характеру задовольняються потреб, властиво орієнтуватися на існуючі потреби;
- для виявлення причин виникнення інновації, властиві «стратегічні інновації»;
- для ринку, більшою мірою характерні «нові для галузі у світі»;
- для ознаки місця на підприємстві, характерні «інновації системної структури»;
- розглядаючи ознаку за рівнем розробки, можна припустити, що трансформація, що відбувається на «мікрорівні», походить з «глобального рівня»;
- розглядаючи ознаку щодо термінів розробки та реалізації, для підприємств характерні «довгострокові» інновації

Таким чином, виділеним ознакам властиві: тривалі часові процеси, консерватизм для прийняття рішень управлінським складом, залежність від світової спільноти фахівців даної галузі, відсутність необхідності швидких змін в управлінських та технологічних питаннях, регламентованість всіх процесів у виробничій галузі, сформований та перевірений раніше досвід досягнень у практиці, націленість на процес, а не продукт результату, відсутність інформативності масового споживача про якість послуг, що надаються. Все сказане дозволяє зробити висновок,

що для будівельної галузі характерні процесні інновації, для яких властиві всередині організаційні нововведення, спрямовані на вдосконалення управлінської, виробничої та технологічної структури. Але у зв'язку з консервативністю будівельної галузі, все нові процеси будуть впроваджуватися повільно небажанням, а бажаний результат розтягнутий у часі. Далі зупинимося на терміні «інноваційний процес». «Інноваційний процес» пов'язаний із розробкою, впровадженням та поширенням інновацій. Варто зазначити, що терміни «інновація» та «інноваційний процес» близькі за змістом, але не однозначні [46].

Перш ніж перейти до визначення поняття «інноваційний процес», необхідно зупинитися на існуючому підході, де під інноваціями розуміють сам процес їхньої розробки.

Б. Тідд розглядає під інноваціями процес, у якому винахід чи ідея набуває економічного змісту. Дж. Вессанд, к. Паввіт, визначають під інноваціями процес, який включає такі види діяльності: дослідження, проектування, розробку та організацію виробництва нового продукту, технології чи системи [69].

Описані інтерпретації поняття «інновація» мають ряд характеристик, які можна виділити у певну категорію, позначивши їх як «інноваційний процес», де в узагальненому розумінні дане визначення являє собою процес розробки, впровадження та розповсюдження інновацій.

Тому, поняття «інноваційний процес» визначимо, як процес перетворення наукового знання, ідеї в інноваційний продукт з подальшим його практичним споживанням через поширення.

Даний процес носить циклічний характер, включаючи такі рівні [69]:

- розробка продукту (підготовка виробництва), де процес створення нового або покращеного продукту, включає в себе маркетингові та наукові дослідження, дослідно-конструкторські роботи, випробування у ринкових умовах, організацію та освоєння дослідного виробництва;

- виробництво, де ідея чи знання, що пройшли етап підготовки виробництва, перетворюються на створений продукт, що має принципово нові або покращені властивості, що створюють передумови для отримання корисного ефекту від

поширення цього продукту;

- комерціалізація інновації, де реалізується корисний ефект від перетворення інноваційного продукту на джерело прибутку, шляхом виведення та поширення нового чи вдосконаленого продукту ринку.

Комерціалізація інновації може бути не реалізована або реалізуватися в перспективі, у зв'язку з відсутністю потреби на ринку в момент її виведення, недостатньою ефективністю нового продукту, у зв'язку з існуючими економічними умовами.

Інноваційний процес може розглядатися як відносно відокремлений, що має свій кінцевий продукт і використовує традиційні процеси та структури як засоби своєї реалізації без будь-якої їхньої суттєвої зміни (приклад - випуск деякого технічного виробу, що не замінює виробництва вже існуючих виробів, а доповнює їх). Управління таким найпростішим типом інноваційного процесу зводиться до виділення ресурсів для забезпечення цього процесу та створення додаткових стимулів до участі у цьому процесі систем і служб [46].

Визнання корисності нової концепції чи ідеї кінцевим споживачем викликає зміну довкілля. Користь, корисна функція - це відмінність інновації від відкриття та винаходу. Відкриття та винаходи не мають соціальної та економічної цінності, якщо не стають основою інновації. Вторинне використання належить до оновлення.

Доцільно запровадити поділ: до інновацій першого роду відносяться нові відкриття, винаходи, ідеї, які вперше впроваджуються у виробництво інноваторами, що отримують первинну перевагу і нерідко фінансуються з централізованих джерел; до інновацій другого роду відносяться винаходи, ноу-хау, ідеї та відкриття, що впроваджуються повторно імітаторами, тобто. такі новинки вже не є новими у світі. Якщо інновації першого роду обов'язкові всім підприємств, то інновації другого роду обов'язкові всім, і вони частіше фінансуються з допомогою кредитних джерел у венчурної та інших формах [59].

Автор нової технології, тобто. інноватор, виходить із таких критеріїв, як унікальність та новизна; а імітатор - із таких критеріїв, як життєвий цикл виробу та його економічна ефективність.

Унікальність може бути досягнута лише в тому випадку, якщо персонал підприємства має власні, оригінальні знання та навички в даній промисловій сфері. Інновації є вкрай важливими для таких організацій, які продають ліцензії.

Під впливом сучасних змін, тенденцій і процесів як і техніці, і у економіці формуються нові потреби, які можуть бути задоволені з допомогою наявних результатів діяльності людей. Виникають проблеми, вирішення яких можливе лише конструювання нових засобів і виробів, нових організаційних форм, тобто. завдяки інноваційній діяльності людей, що і становить зміст будь-якої інновації.

У динамічному плані, тобто. у часі, структуру інноваційного процесу можна представити у такому вигляді [64]:

- 1) виявлення проблемної ситуації (імітація інновації);
- 2) формулювання цілей інновації;
- 3) аналіз існуючого положення (діагностика проблеми організації чи окремого її елемента);
- 4) ухвалення рішення про доцільність розробки інновації певного виду;
- 5) розробка (проектування) інновації;
- 6) узгодження та затвердження проекту інновації;
- 7) підготовка об'єкта до інновації;
- 8) використання інновації;
- 9) оцінка фактичної ефективності інновації;
- 10) старіння.

Контроль переходу від однієї операції інноваційного процесу на іншу є дієвим інструментом управління процесом впровадження інновації. Успішність впровадження інновації значною мірою визначається ступенем безперешкодності проходження логічним ланцюжком операцій, особливо на їх стиках, а це залежить насамперед від узгодженості суміжних підрозділів при переході від однієї операції до іншої і, звичайно, від зацікавленості організацій, що виконують відповідні операції.

Після економічним освоєнням інновації спочатку першому, та був і інших підприємствах слід фаза її ефективного використання, яка характеризується поступовою стабілізацією витрат і зростанням ефекту переважно з допомогою

нарощування обсягів використання нововведення. Саме тут реалізується переважна більшість фактичного економічного ефекту інновації. І заключна фаза життєвого циклу інновації – її старіння.

1.2. Теоретичні аспекти забезпечення якості продукції

Проблема забезпечення якості виникла не сьогодні. У всі часи, починаючи з найдавніших, усвідомлення необхідності забезпечення якості було високим у тих випадках, коли треба було гарантувати надійність та безпеку споруд (храмів, гребель, мостів), транспортних засобів тощо.

Потужним імпульсом для робіт із забезпечення якості у сучасних умовах стали вимоги військової промисловості, а потім вимоги до космічній техніці та атомним електростанціям, і, нарешті, вимоги, зумовлені необхідністю охорони навколишнього середовища [47].

Прийнято виділяти шість основних історичних етапів у еволюції забезпечення якості продукції на рівні підприємств [46]:

- 1) індивідуальний контроль якості;
- 2) цеховий контроль якості;
- 3) приймальний контроль якості;
- 4) статичний контроль якості;
- 5) комплексне управління якістю;
- 6) забезпечення якості з урахуванням стандартів ISO 9000.

При індивідуальному контролі якості, що діяло у виробництві до кінця XIX ст., один працівник або невелика група працівників несли відповідальність за виготовлення всього виробу, і, отже, кожен працівник міг повністю контролювати якість результату своєї індивідуальної праці, забезпечуючи цим якість виробу. При цьому кожному, хто був зайнятий у тих чи інших виробничих операціях, потрібно було виконувати роботу, що визначається заданою моделлю (кресленням, малюнком, шаблоном тощо). Принцип роботи на основі моделі означав перехід від ремісничого етапу виробництва до індустріального, на якому якість визначалася вже не лише

талантом, майстерністю та вмінням працівника, а й його здатністю зіставляти конкретні результати своєї роботи із заданою моделлю [3].

Початок ХХ ст. знаменується появою цехового контролю за якістю, зародження якого було зумовлено розвитком промислового виробництва та поглибленням внутрішньовиробничого поділу праці. Для цього етапу характерний розподіл функцій та відповідальності за якість як між окремими робітниками, так і цеховим керівником чи майстром. Цеховий майстер визначав загальні вимоги до якості продукції та ніс відповідальність за якість виконаної цехом роботи.

Вже при своєму зародженні цеховий контроль став спиратися на принципи наукового менеджменту, розроблені відомим американським фахівцем Ф. Тейлором (1856- 1915). Відповідно до цих принципів при контролі використовувалися два межі допустимої якості. У кресленні вводилися нижня та верхня межі допусків, а у шаблонів з'явилися два типи калібрів: пропускні та не пропускні [3].

Головним у методології Тейлора було задати допуск на показник якості продукції, виміряти його значення та розділити продукцію на придатну та дефектну – залежно від влучення значення показника у допуск.

Принципи Тейлора передбачали жорсткий адміністративний та економічний примус виконавців та беззаперечне дотримання норм якості. При цьому поняття «норма якості» та пов'язані з ним поняття «допуск» та «дефект» належали лише до окремих виробів (вузлів, деталей) і поширювалися на партії (потоки) продукції і на технологічні процеси [3].

Нова організація робіт з контролю визначила постановку проблеми забезпечення якості виробничих процесів. Вирішення цієї проблеми пов'язано з четвертим етапом, який отримав назву «статистичний контроль якості».

Поштовхом до промислового застосування статистичних методів для контролю якості послужили роботи спеціалістів американської фірми «Белл телефон Лабораторіс» (вчені цієї лабораторії – Х.Ф. Додж, Х.Г. Ромиг, Л.Д. Джонс, Дж.М. Джуран, Г.Д. Едвардс, У.А. Шухарт - згодом стали широко відомими у всьому світі).

У середині 1920-х років вони розробили та застосували практично статистичний метод контролю, заснований на використанні контрольної карти (карти

Шухарта) з межами регулювання [67].

Виходячи з того, що всякий виробничий процес інформативний, Шухарт розробив прості методи, за допомогою яких можна послідовно заносити на спеціальну карту середні результати вимірів, наприклад, геометричних розмірів деталей, що обробляються на токарному верстаті. Таким чином, робилася серія графічних відображень, які фіксували наявні в процесі флуктуації. Отримана інформація могла використовуватись для визначення виходу параметрів за межі статистичних контрольних кордонів та виявлення невідповідностей.

Найбільш істотною характеристикою статистичного контролю якості став перехід від суцільного контролю до вибіркового, при якому в процесі виробництва систематично відбираються відповідно до заздалегідь складеним планом контрольні дані їх обробки методом математичної статистики. Проте сфера застосування статистичного контролю якості обмежувалася виробничими рамками та розширювалася дуже повільно. Контроль, як і раніше, проводився в межах цеху і, природно, не міг вирішити значних проблем якості [67].

Загострення конкуренції та дія факторів, пов'язаних із прискоренням темпів науково-технічного прогресу вже наприкінці 40-х років підштовхнули керівників промислових фірм до «комплексного управління якістю». У методичному плані перехід від традиційного контролю якості до управління якістю представляв щось нове: замість виявлення дефектів продукції ставилося завдання їх попередження.

Механізм комплексного управління якістю орієнтував всю систему заходів, що вживаються на досягнення заданого рівня якості продукції. При цьому комплексне управління доповнювало раніше використовувані статистичні інструменти контролю якості методами метрології, збору інформації про якість, мотивацію якості, стандартизацію, сертифікацію та багато інших [65].

Комплексне управління якістю, що акумулювало елементи організаційного та технічного керівництва, дозволило багатьом фірмам досягти значних результатів у покращенні якості продукції та зниженні витрат на нього.

Кінець 1980-х років ознаменувався появою нової методології забезпечення якості продукції на основі міжнародних стандартів ISO 9000. Відповідно до цієї

методології створення на підприємстві високоефективних та результативних систем менеджменту якості, що відповідають положенням стандартів ISO, є гарантією того, що вимоги споживачів будуть справді задоволені.

У сучасній теорії та практиці управління якістю виділяють наступні п'ять основних етапів [71].

1. Прийняття рішень «що робити» та підготовка технічних умов.

2. Перевірка готовності виробництва та розподіл організаційної відповідальності.

3. Процес виготовлення продукції чи надання послуг.

4. Усунення дефектів та забезпечення інформацією зворотного зв'язку з метою внесення у процес виробництва та контролю змін, що дозволяють уникати виявлених дефектів у майбутньому.

5. Розробка довгострокових планів щодо якості.

Здійснення перерахованих етапів неможливе без взаємодії всіх відділів, органів управління фірмою. Таку взаємодію називають єдиною системою управління якістю, це забезпечує процесний підхід до управління якістю.

Розглянемо докладніше зміст етапів управління [54].

На першому етапі якість означає той ступінь, у якому товари чи послуги фірми відповідають її внутрішнім технічним умовам, цей аспект якості називають якістю відповідності технічним умовам.

На наступному етапі оцінюється якість конструкції, вона може відповідати технічним вимогам фірми на конструкцію виробу, проте сама конструкція може бути як високої, так і низької якості.

На третьому етапі якість означає той рівень, на якому робота чи функціонування послуг (товарів) фірми задовольняє реальні потреби споживачів.

Товари фірми можуть відповідати внутрішнім технічним умовам (етап перший); сама конструкція виробу може бути видатною (етап другий); а послуга або виріб можуть не підходити для задоволення потреб споживачам. Будь-яка недоробка у кожному з них може створити проблеми з якістю [54].

Система управління якістю продукції спирається на взаємопов'язані категорії

управління: об'єкт, цілі, фактори, суб'єкт, методи, функції, засоби, принцип, вид, тип критеріїв та ін.

Під управлінням якістю продукції розуміють постійний, планомірний, цілеспрямований процес на всіх рівнях на чинники та умови, що забезпечує створення продукції оптимальної якості та повноцінне її використання [54].

Управління якістю розглядається як коригуючий вплив на процес формування якості у виробництві та прояв його у споживанні. Управління якістю – органічна частина загального управління виробництвом. З цього визначення випливає, що якість продукції повинен встановлюватися, забезпечуватися і підтримуватися. Це означає, що управління якістю спрямоване на регулювання всіх етапів життєвого циклу та передбачає [54]:

- Технічну підготовку виробництва;
- Вхідний контроль;
- процес виготовлення продукції;
- Організацію, мотивацію та оплату праці;
- Облік та фінансову діяльність;
- Контроль якості роботи та продукції;
- Післяпродажне обслуговування.

Основними завданнями управління якістю є [55]:

- вивчення ринку збуту;
- вивчення національних та міжнародних вимог до продукції, що випускається;
- розробка методів та засобів впливу на процеси дослідження, проектування та виробництва;
- збір, аналіз, зберігання інформації про якість продукції.
- процес управління якістю продукції складається з наступних операцій:
- розробка програми управління, планування та підвищення якості продукції;
- збір та аналіз інформації про будь-який об'єкт, що впливає на якість;

- вироблення управлінських рішень щодо управління якістю та підготовка впливів на об'єкт;
- видача управлінських рішень;
- аналіз інформації про зміни якості об'єкта, викликані управлінськими впливами.

Сутність управління полягає у виробленні керуючих рішень та подальшої реалізації передбачених управлінських впливів на певний об'єкт управління. При управлінні якістю продукції безпосередніми об'єктами управління є процеси, від яких залежить якість продукції. Вони створюються та протікають на довиробничій, виробничій та післявиробничій стадіях життєвого циклу продукції [65].

Вироблення управляючих рішень виробляється виходячи з зіставлення інформації про фактичному стані керованого процесу з його характеристиками, заданими програмою управління.

Іноді як об'єкт управління виступає конкурентоспроможність, технічний рівень чи інший показник.

Суб'єкт управління – керівні органи всіх рівнів та відповідальні особи, покликані забезпечити досягнення та зміст запланованого стану та рівня якості продукції.

Мета управління якістю – це забезпечення випуску продукції, що відповідає заданим вимогам конкуренції над ринком при мінімізації витрат, з урахуванням інтересів споживача, вимог безпеки та екологічності продукції [55].

Для ефективності організації процесу управління та взятих зобов'язань розробляється стратегія з якості. Керівники середньої ланки відповідають за розробку стратегії. Стратегія за якістю тісно взаємопов'язана із загальною стратегією підприємства та передбачає наступні кроки для досягнення цілей та вирішення завдань. Розробка стратегії полягає в обліку життєвого циклу товару і принципу «товар – ринок».

Поряд із стратегією розробляється тактика управління якістю продукції. Тактика представляє цілеспрямовану діяльність, що визначається на короткостроковий період. Тактика визначає шляхи, що забезпечують постійне

наближення заданих параметрів якості. Вона розробляється та впроваджується нижчою керівною ланкою, а виконується рядовими співробітниками підприємства.

Політика в галузі якості є початковою точкою програми керівництва з якості та одним із елементів загальної політики підприємства. Політика в галузі якості – це орієнтир загального напрямку та виявлення її ролі та місця у діяльності підприємства.

Основними факторами, що впливають на формування політики у сфері якості, є [55]:

- ситуація на ринку збуту;
- конкурентоспроможність продукції;
- науково-технічний прогрес та боротьба з конкурентами;
- стан справ усередині підприємства;
- вкладення інвестицій у розвиток підприємства.

Розроблена політика у сфері якості у вигляді основних напрямів та цілей включається до «Керівництва з якості».

Система управління якістю продукції включає такі функції [65]:

1. Функції стратегічного, тактичного та оперативного управління.
2. Функції прийняття рішень, керуючих впливів, аналізу та обліку, інформаційно-контрольні.
3. Функції спеціалізовані та загальні для всіх стадій життєвого циклу продукції.
4. Функції управління з науково-технічних, виробничих, економічних та соціальних факторів та умов.

В свою чергу стратегічні функції управління якістю продукції включають [54]:

- прогнозування та аналіз базових показників якості;
- визначення напрямків проектних та конструкторських робіт;
- аналіз досягнутих результатів якості виробництва;
- аналіз інформації про споживчий попит.
- тактичні функції:
- управління сферою виробництва;
- підтримка лише на рівні заданих показників якості;

– взаємодія з керованими об'єктами та зовнішнім середовищем.

Методи та засоби управління – способи, якими органи управління впливають на елементи продуктивного процесу, забезпечуючи досягнення та підтримку запланованого стану та рівня якості продукції. У процесі управління якістю використовують чотири групи методів [54]:

1. Економічні методи, що забезпечують створення економічних умов, що спонукають колективи підприємств, конструкторських, технологічних та інших організацій вивчати запити споживачів, створювати, виготовляти та обслуговувати продукцію, яка задовольняє ці потреби та запити. До економічних методів відносяться правила ціноутворення, умови кредитування, економічні санкції за недотримання вимог стандартів та технічних умов, правила відшкодування економічної шкоди споживачеві за реалізацію неякісної продукції.

2. Методи матеріального стимулювання, що передбачають, з одного боку, заохочення працівників за виробництво та виготовлення високоякісної продукції, а з іншого – стягнення за заподіяну шкоду від її неякісності.

3. Організаційно-розпорядчі методи, що здійснюються за допомогою обов'язкових для виконання директив, наказів, вказівок керівників. До організаційно-розпорядчих методів управління якістю продукції відносяться також вимоги нормативної документації.

4. Виховні методи, що впливають на свідомість та настрої учасників виробничого процесу, що спонукають їх до високоякісної праці та чіткого виконання спеціальних функцій управління якістю продукції. До них відносяться моральне заохочення за високу якість продукції, виховання гордості за честь заводської марки, престиж фірми та ін.

Далі слід звернути увагу на фінансування управління якістю та його документального забезпечення. Кошти управління включають оргтехніку (у тому числі комп'ютери), засоби зв'язку, все те, що використовують органи та особи, які виконують спеціальні функції в системах управління якістю. До складу засобів управління якістю продукції також включаються [54]:

банк нормативної документації, що регламентує показники якості продукції та

організує виконання спеціальних функцій управління якістю;

- метрологічні засоби, що включають (залежно від рівня системи) державні еталони фізичних величин, зразкові та/або робочі засоби вимірювань;
- державна система забезпечення єдності вимірів (ДСІ);
- державна служба стандартних довідкових даних про властивості речовин та матеріалів (ГССД).

Витрати на управління мають впливати на незадовільні чинники та умови, і навіть координувати дії всіх виконавців.

Управління якістю представляє органічне поєднання економічних, правових, організаційних та інших факторів, що впливають на якість, які поділяються на формуючі, що забезпечують, що стимулюють, внутрішні, зовнішні, функціональні та системні.

До факторів, що формують якість продукції, належать: якість вихідної сировини, матеріалів та комплектуючих виробів, конструкція виробу, якість технологічних процесів.

До факторів, що забезпечують безпеку якості, відносяться: відповідне маркування, упаковка, раціональні умови доставки, зберігання, профілактика та догляд у процесі експлуатації.

До факторів, що стимулюють виробництво продукції високого рівня якості, належать: покращення соціально-економічних умов роботи, відпочинку, побуту, медичного обслуговування, надання пільг та привілеїв персоналу тощо.

Наступна група факторів, що впливають на якість, поділяється на об'єктивні та суб'єктивні. До об'єктивних факторів належать [55]:

- впровадження НТП;
- якість проектної та нормативно-технічної документації;
- безвідмовність та безперебійність роботи обладнання та інструменту;
- рівень стандартизації, уніфікації та типізації;
- дизайн, естетизація.
- до суб'єктивних факторів якості належать:

- кваліфікація, майстерність та досвід персоналу;
- культура праці та виробництва;
- санітарно-гігієнічні умови праці;
- психофізичні умови праці;
- матеріальне та моральне стимулювання та мотивація праці;
- дотримання трудової та технологічної дисципліни.

Не менше значення виявлення чинників якості продукції має розподіл їх у внутрішні і зовнішні.

До внутрішніх належать чинники, які від діяльності підприємства. Їх можна класифікувати у такі групи: технічні, організаційні, економічні та соціально-психологічні. До зовнішніх факторів, що формують якість продукції, належать [54]:

- вимоги ринку (споживання);
- нормативна документація;
- конкуренція;
- імідж підприємства серед покупців продукції.

До функціональних відносяться фактори, що зачіпають завдання однієї з функцій управління якістю та не потребують значних структурних змін системи управління.

До системних відносяться фактори, що зачіпають завдання кількох функцій управління якістю і потребують перегляду та внесення змін до змісту елементів системи. Системні та функціональні фактори дозволяють оцінювати наслідки та ступінь впливу їх на якість.

Всі перелічені фактори тісно пов'язані між собою, але рівень їх впливу на якість не однакова. Тому при оцінці та ступеня їх впливу необхідно проранжувати та віддати пріоритет тим, які найбільшою мірою впливають на якість продукції. Такий поділ дозволяє з найменшими витратами більш раціонально та ефективно керувати якістю продукції.

Система управління якістю розробляється з урахуванням конкретної діяльності підприємства та забезпечує проведення певної політики у досягненні поставлених

цілей. Масштаби системи якості повинні відповідати завданням та цілям забезпечення якості.

Далі розглянемо, основні підходи до управління якістю продукції підприємства.

На думку А. Фейгебаума, стандарти ISO є основою «елементарного передконкурентного рівня», досягнення якого зумовлює успіх підприємства у економічній діяльності. Можна стверджувати, що розробка та реалізація концепції стандартів ISO 9000 стали черговим етапом робіт із забезпечення якості на підприємствах [72].

Вирішальний вплив на сучасну теорію та практику забезпечення якості, починаючи з четвертого етапу, надали роботи таких всесвітньо відомих фахівців, як У. Шухарт, Е. Демінг, Дж. Джуран, Ф. Кросбі, А. Фейгенбаум, К. Ісікава, Г. Тагуті . Ці роботи стали основою професійної концепції якості [54].

На сьогоднішній день у теорії та практиці менеджменту якості існує досить добре розроблений методологічний апарат, який часто пов'язують із стандартами ISO (структура представлена на рис. 1.1.), різними теоріями основоположників якості та концепцією загального управління на основі якості (TQM).

Концепція Е. Демінга. У роботах, присвячених вирішенню проблем та безперервним поліпшенням, він закликав застосовувати системний підхід. Методика PlanDo-Check-Action (плануй – роби – перевіряй – впливай), названа циклом Демінга – приклад такого системного підходу для безперервних поліпшень. З концептуальних висловлювань Е. Демінга основним є те, що орієнтація на споживача є невід'ємною частиною стратегії поліпшення якості [7].

Концепція Джурана. У своїх роботах Дж. Джуран заходить далі концептуальних міркувань і пропонує конкретні методики та техніки збирання та розгортання вимог споживача. Найбільш значні елементи його робіт – концепція систематичного збору вимог споживача, визначення параметрів якості на ранній стадії для подальшого контролю досягнення цілей, функціонально-вартісний аналіз як інструмент обліку вимог споживача [73].

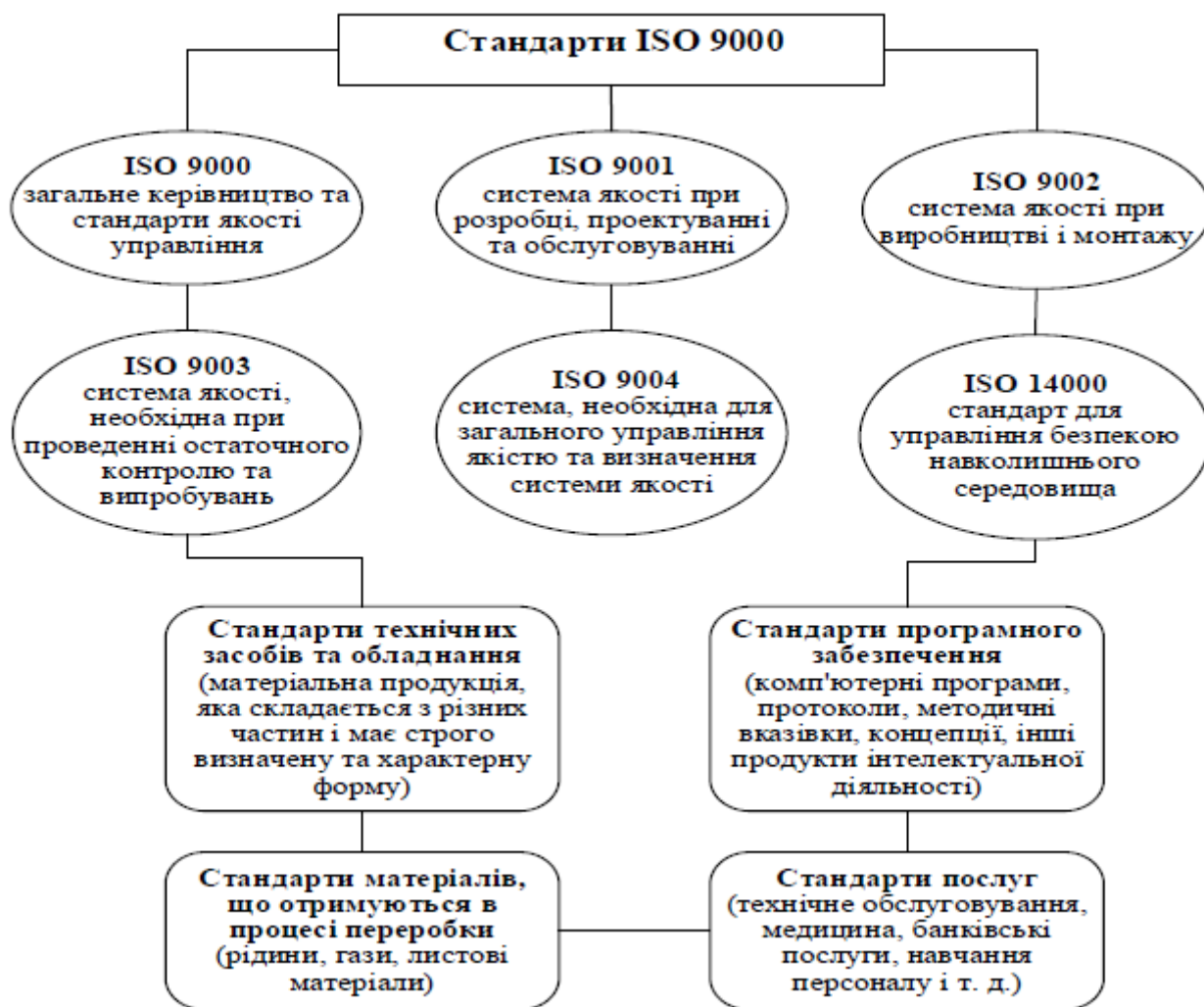


Рис. 1.1. Основні стандарти ISO 9000

Джерело: [73]

Концепція А. Фейгенбаум. Головним становищем його концепції є думка про всеосяжність управління якістю. Вихідна точка для робіт щодо покращення якості, каже він, – це очікування споживача. При цьому він враховує сформульовані в роботах Е. Демінга та Дж. Джурана вплив вартісного фактора покращення якості. А. Фейгенбаум особливо наголошував на важливості міжфункціональної роботи, мотивації та кваліфікації співробітників. Він заклав важливі основи у сфері TQM. Його положення мали загальний теоретичний характер і мало торкалися вирішення конкретних завдань [73].

Концепція Ф. Кросбі. Філіп Кросбі - ще один представник прихильників підходу загального управління на основі якості. Він приділяє особливу увагу принципам запобігання дефектам, створення атмосфери, стимулює працівників до

підвищення якості, оцінки витрат на якість. У цьому сенсі Ф. Кросбі дотримується класичного підходу до якості, що бере початок з епохи тейлоризму [73].

Концепція К. Ісікави. Грунтуючись на концепціях Е. Демінга та Дж. Джурана, Каору Ісікава розвинув концепцію загального контролю якості (CWQC). За рахунок більш глибокого обліку особливостей внутрішньої організації підприємства у методиці покращення концепція Ісікави є значним прогресом у порівнянні з концепціями Демінга та Джурана. Крім CWQC цьому суттєво сприяють розроблені ним інструменти, такі як "Сім інструментів якості", методика розгортання функцій якості (QFD) та розвинені ним методики у галузі навчання кадрів та статистичних методів [71].

Концепція досягнення якості через вимоги стандартів. Багато ідей, висловлені основоположниками теорії якості, було втілено у вигляді вимог стандартів ISO 9001, QS – 9000 та норм VDA. У ДСТУ ISO 9000 – 2001 «Система менеджменту якості. Вимоги» описуються мінімальні вимоги, яким має відповідати системам управління якістю (СУЯ) підприємства. Вимоги мають універсальний характер, вони можуть бути застосовані до СУЯ підприємства будь-якої галузі. Відповідність СУЯ цим вимогам дозволяє підприємству не проходити аудит у кожного із замовників.

Вимоги стандарту QS-9000 базуються на вимогах стандарту ISO 9001 та закладають додаткові вимоги для автомобільної промисловості. У порівнянні з вимогами стандарту ISO 9001 вимоги QS - 9000 значно розширені, наприклад, описаний процес вимірювання задоволеності споживача [71].

Норми VDA (Союз автомобільної промисловості, Німеччина) – ще більше глибокий документ, ніж стандарт QS - 9000, оскільки він спрямований не лише на виробника та її постачальників, а й зачіпає весь ланцюжок створення додаткової вартості продукції. Аспекти, пов'язані з оцінкою витрат та задоволеності клієнтів, відображені тут значно глибше, ніж у ISO 9001 [75].

Концепція загального керування на основі якості (TQM). Теоретичні основи концепції TQM були закладені Е. Демінгом та Дж. Джураном. Значний внесок у сьогоднішнє розуміння концепції загального управління на основі якості зробили А. Фейгенбаум та японські вчені, серед яких особливе місце посідає К. Ісікава. TQM

базується на внутрішній філософії забезпечення якості підприємства за допомогою відповідних методів та технологій.

Розглянемо основні засади TQM [75].

1. Якість - стратегічна мета підприємства. Якість має бути метою номер один насамперед для керівництва, завдання якого поширити функцію якості на менеджмент та співробітників.

2. Залучення всіх співробітників. TQM можна успішно реалізувати тільки там, де всі співробітники активно залучені до цього процесу.

3. Розуміння якості у сенсі. Крім традиційного розуміння якості стосовно товару, має розглядатися якість послуги, процесу, роботи, довкілля.

4. Попередження невідповідностей. Збір вимог від споживача на ранній стадії розробки продукції – найбільш дієвий засіб для зниження витрат усунення невідповідностей.

5. Орієнтація на споживача. Споживач визначає, що розуміти під якістю. Ті характеристики продукції, які з погляду клієнта корисні від використання, потрібно обов'язково враховувати.

6. Орієнтація на процеси означає, що ключове значення не має тільки результат, а й процес, оскільки лише безпомилковий процес веде до бездефектної продукції.

7. Орієнтація на персонал. Особливу увагу необхідно приділяти аспектам, пов'язаним із мотивацією, комунікацією, розвитком, подякою та міжфункціональною взаємодією співробітників.

8. Безперервне поліпшення продукції можливе лише за постійного безперервного поліпшенні процесів. Поліпшення необхідно проводити з використанням циклу Демінгу (PDCA).

9. Контроль витрат за якість. Залежно від етапу життєвого циклу (планування, розробка, виробництво, експлуатація) витрати на усунення дефектів підвищуються в середньому вдесятеро, тобто. витрати на етапі експлуатації перевищують витрати на етапі планування у 1000 разів [75].

Водночас основними проблемами вітчизняних виробників є низька якість і неприпустимо тривалі терміни між розробкою нової продукції та запуском її у

виробництво.

Дані проблеми є наслідком комплексу причин, серед яких варто виділити таке [75]:

- 1) відсутність налагодженого процесу збирання, оцінки споживача;
- 2) відсутність налагоджених процесів постановки по всій продукції серійного виробництва;
- 3) неможливість забезпечення закладених вимог щодо якості під час освоєння нової продукції як власними виробниками, і постачальниками;
- 4) відсутність налагодженого процесу за безперервним покращення якості продукції на основі даних, отриманих від споживача.

1.3. Методичні підходи до вдосконалення якості продукції підприємства за рахунок інноваційних процесів

На наш погляд, інновації сприяють підвищенню якості продукції, що має своїм наслідком підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Застосування альтернативних джерел енергії, оновлення матеріально-технічної і технологічної бази підприємств, підвищення кваліфікації робочої сили, розширення наукових досліджень, більш активне впровадження нових розробок у виробництво обумовлюють зміни у кількісних та якісних характеристиках продукції (як матеріали, з яких виготовляється продукція, якості кінцевого товару чи послуги, упаковка, ціна, термін експлуатації товару тощо), а також приводять до розширення її асортименту. Це створює засади для підвищення конкурентоспроможності підприємств та їх економічного розвитку.

Останній аспект вимагає більш детального аналізу. Інновації стимулюють впровадження нових технологій і реконструкцію виробничої бази, забезпечують перехід до нових способів виробництва, організації підприємства та управління ним, що детермінує зміни в ринковому середовищі (попиті та пропозиції, ринкових цінах) і характері конкуренції, обумовлює підвищення вимог до якості продукції та її надійності, приводить до збільшення частки підприємства на ринку продукції, сприяє

розвитку людського капіталу, отриманню економічних переваг підприємством порівняно з іншими, отже, підвищенню його конкурентоспроможності. Це обумовлює економічний розвиток підприємств та суспільства [74].

Як відомо, економічний розвиток має своїм наслідком перехід від поточного стану економічної системи до іншого, більш прогресивного або регресійного [55].

Прогрес економічної системи виявляється не тільки у змінах якості товарів та послуг, на яких спеціалізувалися підприємства раніше, але й у виробництві нових товарів та послуг, заснованому на використанні нових ресурсів і технологій, випуску абсолютно нових продуктів, яких раніше не було на ринку [75].

Основою для прогресивного економічного розвитку є саме розширення підприємствами інноваційних процесів, адже покращення кількісно-якісних характеристик товарів та послуг, отже, конкурентних переваг самих підприємств безпосередньо залежить від їх здатності максимальними темпами впроваджувати новітні науково-технічні рішення, ефективно здійснювати інноваційні перетворення, враховувати потенційні напрями інноваційних змін, знаходити наявні для цього можливості, а також забезпечувати розвиток наукоємних технологій. З іншого боку, виробництво нових або оновлених товарів і послуг дає можливість підприємствам виділитися, відзначитися, диференціюватися від конкурентів, отримувати порівняльні переваги й завойовувати попит у споживачів [75].

Випуск нових продуктів та продуктів з удосконаленими характеристиками означає перехід до виробництва товарів та послуг нової якості, що дає змогу підприємствам не тільки відірватися від інших підприємств, які випускають товари-аналоги, але й забезпечити собі конкурентоспроможність у майбутньому.

У сучасній економіці лєвова частка інновацій підприємств спрямовується на покращення та вдосконалення технологій виробництва, основних засобів, що приводить до зменшення трудомісткості виконуваних операцій, економії матеріалів, освоєння нових технологічних процесів і, як наслідок, до формування стійкої конкурентоспроможності продукції. Так, підприємства повинні орієнтуватися на технологічне переозброєння своїх потужностей, максимальну автоматизацію процесів виробництва продукції [74].

Підвищення якості товарів досягається за рахунок прогресивних способів новітніх технологій виробництва продукції, автоматизації виробництва кінцевого продукту, за якого головні керуючі й контролюючі функції перекладаються з людини на прилади й автоматизоване обладнання. Саме за рахунок цього відбувається значний розвиток систем контролю та діагностики продукції, що виробляється.

Крім того, здатність підприємства впроваджувати інновації та підвищувати якість продукції дає змогу досягнути успіху в боротьбі за покупця, адже впровадження інновацій у сукупності з автоматизацією приводить до інтенсифікації виробництва і, як наслідок, до скорочення технологічних переходів між підрозділами виробництва. Це впливає на вдосконалення технологій виробництва й приводить до збільшення кількості і, головне, якості продукції [75].

Сьогодні підвищення якості продукту є одним з найважливіших завдань будь-якого підприємства. Однак в Україні малий і великий бізнес цікавить тільки прибуток, а якість відходить на другий і навіть на третій план.

Більшість підприємців не розуміє, навіщо вкладати кошти в нові розробки задля підвищення якості продукції, що випускається, оновлювати обладнання й технології виробництва, навчати персонал для випуску максимально якісних виробів і послуг.

Прагнення підвищити якість продукції фактично не є метою діяльності українських підприємців. Однак саме якість формує стійке позитивне сприйняття країни, в якій випускається та чи інша продукція, як країни, якій можна довіряти, в якій діють стандарти якості, в якій дотримуються нормативних вимог, в якій використовуються високорозвинені способи виробництва тощо. Недарма саме дотримання високої якості продукції зробило економічними гігантами такі країни, як США, Японія, Німеччина, Швеція, Ізраїль, Франція [77].

За останні роки до цього списку приєднався Китай. Зокрема, останній здійснив економічний «прорив» без будь-яких порушень митних правил або ігнорування міжнародних норм торгівлі. Китайські товари цілком легально завоювали європейські та азіатські ринки, де вимоги до якості й безпеки продукції є дуже високими.

Розвинені країни прагнуть збільшити експорт високотехнологічної і конкурентоспроможної продукції, а не максимізувати його обсяг загалом. Світова

економіка на практиці довела доцільність реалізації інновацій та дотримання високої якості продукції, адже саме це створює необхідні умови для підтримки лідируючих позицій на ринку товарів та послуг, а також отримання прибутку в довгому періоді [75].

Успіх конкурентної боротьби між країнами і фірмами в найбільш широкому сенсі починає залежати не тільки від функцій виробництва та управління, але й від якості продукції. Для забезпечення контролю за якістю продукції світове співтовариство виробників заснувало ще у 1947 р. неурядову організацію ISO (International Standard Organization). Ця організація розробила у 1987 р. єдину і визнану в усьому світі систему оцінки якості. ISO є авторитетом для всіх світових виробників товарів і послуг, її цінують за чесність і професіоналізм. Десятки тисяч експертів з усіх куточків світу зайняті розробленням і впровадженням стандартів ISO серії 9000. Головні стандарти якості системи ISO 9000 включають стандарти виробництва товарів і послуг з максимальною відповідністю людським потребам; технічні умови на виробництві, які мають відповідати певним стандартам якості; виробництва товарів відповідно до законодавчих та інших прийнятих норм та вимог; забезпечення охорони навколишнього середовища під час виробництва товарів та послуг; отримання економічної вигоди у співвідношенні з ціновою політикою [75].

Стандарти ISO необхідні для формування єдиного, тобто визнаного у всьому світовому співтоваристві, підходу до системи оцінювання якості. Крім того, ці стандарти дають змогу регламентувати економічні відносини між покупцями й постачальниками готової продукції. Головною умовою допуску до участі у тендерах у багатьох міжнародних проєктах є саме наявність в учасника сертифіката ISO.

Отже, ринок диктує необхідність отримання підприємствами сертифікату ISO серії 9000, а безпосередньо його отримання дає змогу підприємствам покращити своє економічне положення та створити засади для подальшого розвитку.

Розвинені країни застосовують стандарти ISO серії 9000 також під час налагодження економічних зв'язків та укладення будь-яких торгових угод. Дотримання стандартів є гарантією того, що постачальник здатний забезпечити будь-які бажання покупця й гарантувати якість продукції, прописану в контракті.

Україна також прагне йти цим шляхом і поступово впроваджує вимоги світових стандартів у національну економіку. Так, було введено ДСТУ, в яких номери стандартів відповідають нумерації ISO. Наприклад, ДСТУ ISO 9001:2009 національного стандарту якості України є офіційним перекладом міжнародного стандарту ISO 9001:2008 [73].

Впроваджуючи міжнародних стандарти й дотримуючись них, українські виробники отримують можливості для виходу на міжнародні ринки, отже, можливості для випуску конкурентоспроможної високоякісної продукції. Перехід України на міжнародну систему ISO (ДСТУ) допоможе сформувати ефективну систему якості продукції, створить засади для випуску вітчизняними підприємствам високоякісних товарів та послуг, забезпечить ефективне використання матеріальних, технологічних і людських ресурсів, організацію ефективної системи управління виробництвом і реалізацією продукції. Крім того, система ISO (ДСТУ) дасть можливість підприємствам-інноваторам не тільки налагодити випуск необхідної споживачеві продукції, але й забезпечити максимальний рівень її якості, що дасть можливість виходу цих підприємств на міжнародні ринки збуту [75].

Сама наявність у вітчизняного підприємства сертифіката ISO (ДСТУ) підвищує довіру до нього інвестиційних та ділових партнерів і, як наслідок, дає змогу збільшити його прибуток. Однак на практиці впровадження інновацій та підвищення якості продукції в Україні гальмуються багатьма економічними, політичними й соціальними чинниками [75].

У високорозвинених країнах застосовуються різні підходи до підтримки інноваційної діяльності і, як наслідок, підвищення якості продукції.

Економічний сенс стимулювання інновацій полягає в тому, щоби зацікавити підприємства розвивати їх діяльність у таких економічних напрямках, які сприяють задоволенню потреб людини і суспільства, перш за все, в інноваційних товарах та послугах. Країни-лідери встановлюють податкові пільги для підприємств і фірм, створюють сприятливі умови для розвитку середнього й малого бізнесу, стимулюють винахідництво, фінансують цільові програми.

Методи управління якістю являють собою способи та прийоми здійснення

управлінської діяльності та впливу на керовані об'єкти для досягнення поставлених цілей у сфері якості продукції. У практиці управління якістю виділяють чотири категорії методів управління: економічні, науково-технічні (інженерно-технологічні); організаційно-розпорядчі; та соціально-психологічні [75].

Способами підтримки інновацій у розвинених країнах є такі [74]:

50% від загальної суми, яка витрачається на створення нових технологій і продукції, отримує пряме державне фінансування (США, Франція);

підприємствам-інноваторам надаються безвідсоткові позички (Швеція);

для зниження ризиків під час впровадження інновації створюються страхові фонди (Швейцарія, Німеччина, Франція, Нідерланди);

відбувається видача безвідплатних позик для впровадження інноваційних продуктів на суму, яка не перевищує суми загальних витрат (Німеччина);

індивідуальні винахідники, працюючи у сфері економії енергії, отримують від держави відстрочку сплати мита на винаходи (Австрія, США, Німеччина);

винахідники-одиначки отримують безкоштовні послуги діловодства та патентних повірених (Німеччина, Нідерланди);

наявні різноманітні дотації на інновації (США, Німеччина, Франція, Швеція).

Виходячи з досвіду країн-лідерів, Україна має активніше розвивати інновації та сприяти їх впровадженню підприємствами.

Держава повинна формувати інноваційну політику, виходячи з принципу економічної вигоди впровадження інновацій підприємствами. Збільшення інвестицій держави в розвиток науки, техніки, освіти й підвищення кваліфікації забезпечує підвищення конкурентоспроможності національних товарів та послуг на світових ринках, сприяє поліпшенню екологічної ситуації, є основою для розвитку й збереження наукових шкіл, прогресу підприємств, які виробляють матеріальні блага.

Відповідно, держава повинна розробляти механізми, які будуть сприяти розвитку науково-технічної та інноваційної діяльності підприємств.

Висновки до розділу 1

Розглянуті нами різні підходи та моделі управління інноваційним процесом дозволяють зробити висновок, що для підвищення якості продукції інноваційні процеси відіграють суттєву роль, оскільки від швидкості запровадження НТП у виробництво та господарську діяльність підприємства залежить швидкість адаптації до сучасного ринку та запровадження на нього високоякісної продукції.

Отже, інновації мають вирішальне значення для досягнення економічного, соціального й науково-технічного прогресу підприємств та економіки загалом, а якість продукції – це ключ до успіху й прибутку. Перехід підприємств на інноваційний шлях розвитку – це важливий крок у напрямі досягнення економічного процвітання, адже активізація інноваційної діяльності є умовою досягнення підприємствами високого рівня конкурентоспроможності продукції, кількісно-якісних змін економічної системи та, як наслідок, соціально-економічного розвитку кожного економічного суб'єкта й суспільства.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРАТ «ОБОЛОНЬ»

2.1. Діагностика стану ПрАТ «Оболонь» та його позиції на ринку

За оцінкою офісу ефективного регулювання BRDO, пиво є лідером продажів у сегменті алкогольних напоїв із часткою 35%. Загалом в Україні 241 броварня, серед них — 204 малі броварні з обсягом виробництва до 300 000 л. Малі пивоварні виробляють крафтове пиво, проте його частка становила близько 3% всього ринку пива в 2019 році. Надходження від акцизного податку за вироблену продукцію до бюджету у 2019 році становили понад 4.6 млрд. грн. В Україні досі юридично не визначено поняття «крафтове пиво» та «малі виробники пива». А передбачено граничний обсяг виробництва пива в 3000 гектолітрів на рік для малих пивоварень у 66 разів менше від загальноприйнятої європейської норми. Крім цього, такі броварні значно постраждали через карантинні обмеження [34].

Ефективність розвитку пивоварної галузі залежить від реалізації державної політики та законодавчих змін, спрямованих на спрощення ведення підприємництва у сфері.

У Зеленій книзі «Аналіз ринку ферментованих алкогольних напоїв» експерти сформуvalи регуляторні рішення, які стануть потужним двигуном для стимулювання розвитку пивоваріння в Україні [34].

2021 року довгий період стабільності в пивоварній галузі, здавалося, перервався. Скорочення на 4.4% за 8 місяців, за даними Держкомстату, було дуже несподіваним, оскільки динаміка залишалася нейтральною навіть у неспокійному 2020 році. Суміжні категорії продуктів – квас, безалкогольне пиво, газовані напої – навпаки, показали зростання обсягів випуску різною мірою. Також незвичайно, що дані дистриб'юторів говорять не про спад продажів пива у загальнопродуктовому роздробі, а навпаки, про зростання на 3.8% у першій половині 2021 року, коли відбувався основний спад виробництва [34].

Український ринок пива є одним із розвинених галузевих ринків з високим експортним потенціалом.

Пивоварна промисловість забезпечує значну кількість робочих місць у сфері роздрібної торгівлі, ресторанного та готельного бізнесів. Логістика та реалізація пива забезпечують наявність тисяч робочих місць. Одне робоче місце в індустрії створює до 5 місць у суміжних галузях. Перш за все це стосується виробників галузі агропромислового комплексу, які виробляють обладнання для пивоварних заводів, вирощують пивоварний ячмінь та солод, а також сфер логістики, сфери послуг та роздрібної торгівлі. Ці робочі місця створюють високу додану вартість, відповідно розширюють податкову базу населених пунктів, у яких вони працюють. Пивоварна галузь має важливе значення ще й тому, що є бюджетоутворюючою [34].

Разом з тим, на сьогодні пивний ринок України перебуває у скрутному становищі, передусім через скорочення обсягів виробництва та споживання продукції на ринку. Насамперед, це пов'язано з погіршенням соціально-економічної ситуації в країні, зниженням купівельної спроможності громадян та всесвітньою боротьбою з коронавірусною хворобою (COVID — 19).

Окрім того, на розвиток пивної галузі вплинули законодавчі нововведення, у частині прирівняння пива до алкогольного напою, підвищення акцизної ставки, зміни умов ліцензування та реклами тощо. У результаті це призвело до збільшення регуляторного та податкового навантаження на виробників пивоварної продукції та зробило збитковою пивоварну діяльність [37].

Відповідно до КВЕД, діяльність у сфері виробництва пива здійснюється згідно з класом 11.05 Виробництво пива.

За даними ДПС, станом на 01.06.2020 загальна кількість СГ, які отримали ліцензії на виробництво алкогольних напоїв (пива), склала 241, тобто 56% від загальної кількості ліцензіатів, які провадять господарську діяльність з виробництва алкогольних напоїв (414 — за даними ДПС станом на 01.09.2021).

Надходження від акцизного податку за вироблену продукцію до Державного бюджету в 2021 році склали більше 4,6 млрд грн., при цьому в галузі зайнято 10533 працівників [37].

Пиво — насичений діоксидом вуглецю пінистий алкогольний напій із вмістом спирту етилового від 0,5 відсотка об’ємних одиниць, отриманий під час бродіння охмеленого суслу пивними дріжджами.

Виробництво пива в Україні (крім безалкогольного із вмістом спирту до 0,5% об.) у січні-листопаді 2022 року знизилося на 28,1% порівняно з аналогічним періодом 2021 року – до 113,2 млн дал [37].

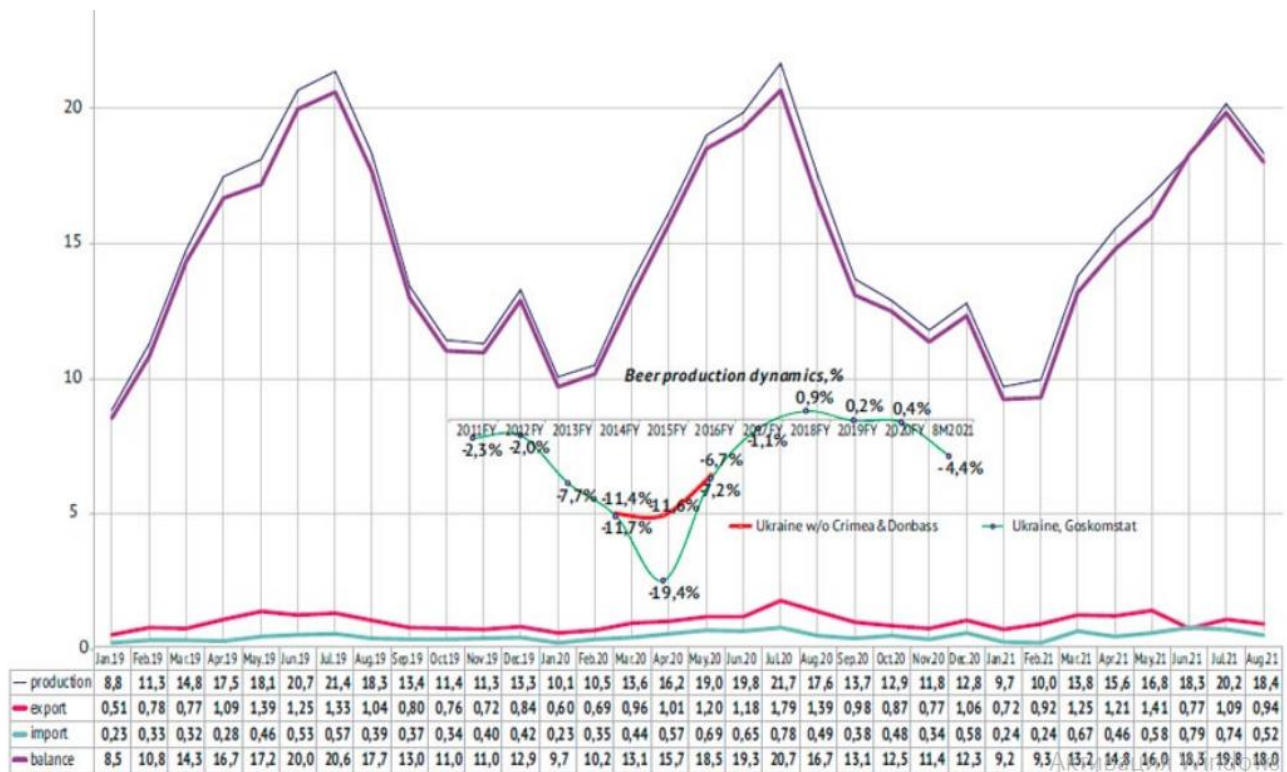


Рис. 2.1. Виробництво, експорт, імпорту пива та торговий баланс 2020-2021 рр., млн. дал.

Джерело: [37]

При цьому зазначено, що галузь поступово відновлюється після падіння виробництва цього напою у першому кварталі на 50% через російське вторгнення та зупинення частини пивоварних заводів країни.

Так, за підсумками перших чотирьох місяців цього року падіння склало 42,8% до аналогічного періоду минулого року, січня-травня - 36,4%, січня-червня – 32%, січня-липня та січня-серпня – по 31,6%, січня-вересня – 30,5%, а січня-жовтня – 28,6% [34].

За даними «Укрпива», також зазначається відновлення виробництва солоду. Зокрема, після падіння за підсумками першого кварталу 2022 року на 40,8% та різкого скорочення у червні на 50,6%, за підсумками січня-листопада темпи скорочення виробництва знизилися до 19,9% порівняно з порівнянним періодом 2021 року – було вироблено 156,4 тис. тонн солоду [37].

Раніше повідомлялося, що виробництво пива в Україні (крім безалкогольного із вмістом спирту до 0,5% об.) у січні-жовтні 2022 року знизилося на 28,6% порівняно з аналогічним періодом 2021 року – до 103,8 млн дал.

Україна у 2021 році виробила на 5% менше пива порівняно з 2020 роком – 170,5 млн дал, а у 2020 році його виробництво скоротилося на 0,4% до 2019 року – до 179,7 млн дал [34].

У першій половині 2021 року стався перерозподіл продажу на користь банки за рахунок інших упаковок. З одного боку, це було пов'язано з маркетинговим фокусом пивоварних компаній на преміальних брендах, з іншого боку, відбувалося зростання обсягів продажу доступного пива в банку, передусім від компанії «Оболонь».

У 2021 році частка виробництва пива в КЕГ повернулася до свого звичайного рівня для останніх років (вище 15%), хоча після спаду абсолютні обсяги залишаються нижчими за середні.

Серед усіх алкогольних продуктів пиво посідає перше місце за продажами і становить 46,1 % у сегменті алкогольних напоїв [37].

Близько 61% населення України споживають пивні напої. З них на чоловічу частину населення припадає 76 % та, відповідно, 24 % – на жіночу. Необхідно зазначити, що ця тенденція зберігається також відповідно до віку, хоча загалом цільова аудиторія споживачів напою молода. Приблизно 71 % пива споживають люди у віці від 21 до 29 років. Водночас до найбільш стриманішого сегмента споживачів можна віднести населення у віці 51-59 років – таких усього 3 % [34].

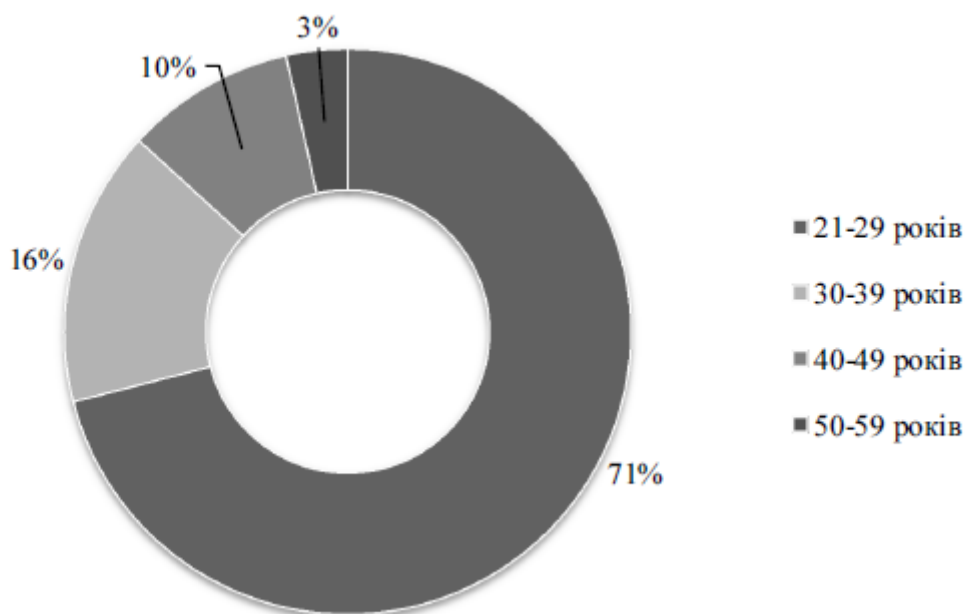


Рис. 2.2. Вікова структура споживання пивних напоїв в Україні

Джерело: [30,34].

Останній раз український ринок пива зростав у 2008 році, коли було вироблено 330 млн дал. пива, після цього він почав знижуватися. У сучасному вимірі пивний ринок скоротився майже в 1,5 раза, падіння прискорилося наприкінці 2013 – початку 2014 року.

Обсяг виробництва пива в Україні в 2021 році становив 175 млн дал., що майже в 1,9 раза менше обсягів виробництва у 2011 році.

За обсягами виробництва Україна може бути віднесена до останньої групи країн – з обсягами виробництва до 500 млн дал. на рік. Серед країн цієї групи Норвегія, Литва, Словаччина, Хорватія найбільш наближені до пивного ринку України. Разом з цим Словаччина є країною-сусідом України, має схожу систему фінансових інструментів та чисельність населення [37].

Галузь українського пивоваріння включає 125 пивоварень загальною потужністю близько 2,5 млрд. дол на рік.

У 2021 р. серед усіх алкогольних напоїв пиво посідало перше місце за продажам і становило 35 % ринку алкогольних напоїв. Більшість продукції на українському ринку представлена іноземними компаніями, виробництво яких знаходиться в Україні [37].

України є олігополістичним: 83 % в грошовому еквіваленті і 84% – в натуральному. Імпортне пиво займає 1-2% ринку і позиціонується як категорія «преміум».

Протягом багатьох років його ділять 4 найбільші компанії [30]:

– AB InBev Efes (ТМ «Чернігівське», «Bud», «Янтар», «Рогань», «StellaArtois», «Staropramen», «Beck's» та ін.);

– Carlsberg Ukraine (ТМ «Львівське», «Славутич», «Арсенал», «Tuborg», «Holsten», «Carlsberg» та ін.); – Оболонь (ТМ «Оболонь», «Zibert», «Hike», «Zlata Praha», «Carling», «Десант», «Охтирське», «Жигулівське»);

– Альянс ППБ і Oasis CIS (ТМ «Перша приватна броварня», «Галицька корона», «Жигулі Барне», «Stare Misto»).

Близько 20 % товарів реалізується безпосередньо завдяки знижкам, що пов'язано із сезонністю його споживання. Середня знижка складає 22 % від ціни товару, при чому найбільші знижки пропонуються для найбільшого сегменту всього ринку пива (43,4 %) – середньо цінового.

Залежно від сегменту споживачів, виробники повинні обирати пакування пива: пляшки об'ємом 0,5 л та жерстяні банки обирають споживачі середнього класу, пластикові пляшки об'ємом більше за 1 л – споживачів з низьким рівнем доходів. Внаслідок пандемії споживачі намагались уникати великого скупчення людей та частих контактів, що спричинило купівлю пива великими партіями у легкій тарі та користування супермаркетами, що великі за площею [37].

Щодо смакових вподобань, то існує тенденція виробників привернути увагу до продукції через випуск «нішевих» видів напою з оригінальними смаковими добавками, позиціонуванням через прив'язку до різних країн. Але найпопулярнішим видом пива залишається світле, що займає 86 % ринку, спеціальне пиво – 7 %, темне та біле – 4 % і 3 % відповідно. Існують також тенденції до щорічного зростання споживання безалкогольного пива – це пов'язано із трендом суспільства на здоровий спосіб життя [34].

Останніми роками темпи росту продажів безалкогольного пива перевищують темпи росту традиційного пива: у 2016-2018 рр. обсяги споживання безалкогольного

пива зросли на 21,5 %, а у 2019 р. приріст обсягів реалізації становив 11,3 % порівняно з 2018 р.

Основними виробниками-лідерами на ринку пива України є компанії АВ InBev Efes Україна, ПрАТ «Карлсберг Україна», ТОВ ТВК «Перша Приватна Броварня» і ПрАТ «Оболонь». За підсумками 2020 р. значно покращилися конкурентні позиції компанії АВ InBev Efes Україна, що обумовило погіршення конкурентної позиції групи компаній Carlsberg Group на ринку України. Більш стійкою до конкурентної брендингової активності компанії АВ InBev Efes Україна виявилася ТОВ ТВК «Перша Приватна Броварня», а компанія ПрАТ «Оболонь» зуміла утримати у 2021 р. свою частку ринку та є лідером за обсягами реалізації в економічному сегменті ринку [37].

Свою нішу на ринку пива займає і ПрАТ «Оболонь», обсяги випуску товарів якого протягом останніх років є доволі стабільними. Воно позиціонує себе як виробника доступного пива у нижчому та середньому ціновому рівнях, значна частка якого випускається у ПЕТ-упакуванні. Цей виробник пива налагодив випуск private labels для торговельних мереж України, насамперед загальнонаціональної мережі «АТБ», що дозволило компанії «Оболонь» отримати свої конкурентні переваги та активно протистояти у боротьбі з транснаціональними компаніями [30].

Проблеми, які впливають на діяльність емітента [33]:

втрата контролю над частиною території на Сході країни та Криму, значне скорочення, а під час і втрата традиційних ринків збуту продукції;

девальвація національної валюти, великі курсові різниці, зростання курсів іноземних валют (придбання обладнання, сировини, матеріалів за кордоном, розрахунки за кредитами);

наявність нестабільної ситуації на ринку сировини;

значне зростання вартості на основну сировину, допоміжні матеріали та енергоносії; недостатня купівельна спроможність населення;

відсутність льотного кредитування, велика кількість банків, що мають проблемний стан;

нестабільність нормативно - правового поля;

постійне посилення фіскального тиску, збільшення податкового навантаження, зростання адміністративного тиску, віднесення пива до алкогольних напоїв;

значне збільшення ставок акцизного збору на пиво та слабоалкогольні напої, підвищення нормативів справляння плати за надра та використання підземних та поверхневих вод для підприємств, підвищення орендної плати за землю та земельного податка;

висока конкуренція в галузі, ситуація з поширенням коронавірусної хвороби COVID-19.

2.2. Аналіз фінансово-економічної діяльності пивзаводу

Нині «Оболонь» є єдиною українською корпорацією, що входить до сорока найбільших пивоварних концернів світу (за рейтингом німецького журналу Focus). Станом на 2021 рік, «Оболонь» є другою на ринку виробництва пива в Україні з часткою ринку 32,2%.



Рис. 2.3. Портфель продукції корпорації «Оболонь»

Джерело: [33]

«Оболонь» позиціонує себе як національна компанія, яка гідно представляє Україну в світі. Цим обумовлене відповідальне ставлення до свого продукту, споживачів, персоналу і партнерів. Корпоративна відповідальність компанії полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством.

Структура корпорації «ОБОЛОНЬ» формувалася довгі роки під впливом стратегії розвитку, що направлена на диверсифікацію виробництва, перехід на сировину власного виробництва, інноваційний підхід, абсолютну екологічну безпеку та повну соціальну відповідальність.

Корпорація «ОБОЛОНЬ» об'єднує 10 підприємств по всій Україні. Загалом у корпорації працює майже 4 тисячі людей. Структура корпорації представлена на рис. 2.4.

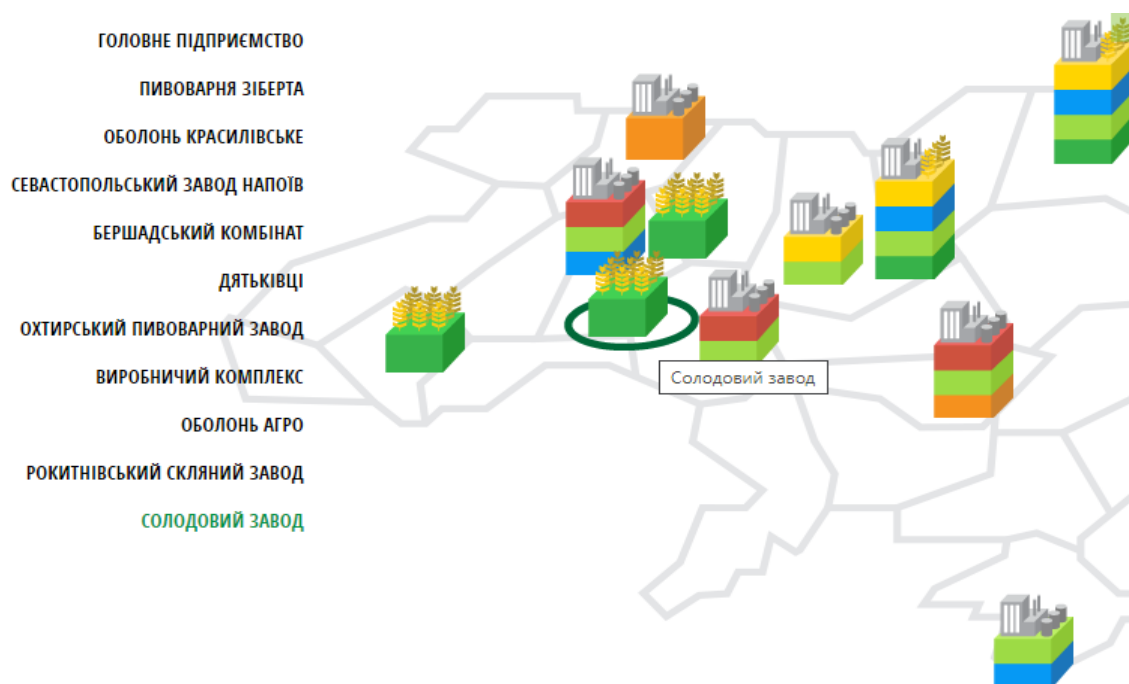


Рис. 2.4. Структура корпорації ПрАТ «Оболонь»

Джерело: [33]

Дане підприємство є приватним акціонерним товариством, тому в організації структурі головним органом управління є збори акціонерів. Сааме на цих зборах вирішується основні питання з приводу перспектив, діяльності підприємства тощо.

У 2017 році компанія змінила форму власності - раніше вона була відкритим акціонерним товариством, а тепер позиціонується як ПрАТ. У таблиці 2.1 подана основна інформація про підприємство.

Таблиця 2.1

Інформація про підприємство ПрАТ «Оболонь»

Скорочена назва:	ПрАТ «Оболонь»
ЄДРПОУ:	05391057
Юридична адреса:	04212, м. Київ, Оболонський район, вул. Богатирська, буд. 3
Види діяльності	11.05 Виробництво пива 10.32 Виробництво фруктових і овочевих соків 11.01 Дистиляція, ректифікація та змішування спиртних напоїв 11.06 Виробництво солоду 11.07 Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод, розлитих у пляшки 22.22 Виробництво тари з пластмас 22.29 Виробництво інших виробів із пластмас 43.13 Розвідувальне буріння 46.34 Оптова торгівля напоями 82.92 Пакування 47.25 Роздрібна торгівля напоями в спеціалізованих магазинах 56.10 Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування
Керівник:	Булах Ігор Васильович, Генеральний директор, тел.: (044) 412-84-10

Джерело: складено автором на основі [33]

Корпорація дбає про розвиток екологічних характеристик виробництва, мінімізацію шкідливих викидів та раціональне використання природних ресурсів за рахунок щорічного впровадження інноваційних та енергозберігаючих технологій. На заводах групи діє сертифікована система управління безпекою та гігієною праці OHSAS 18001:2007.

На рис. 2.5-2.6, представлено структуру реалізації продукції за асортиментним групами.

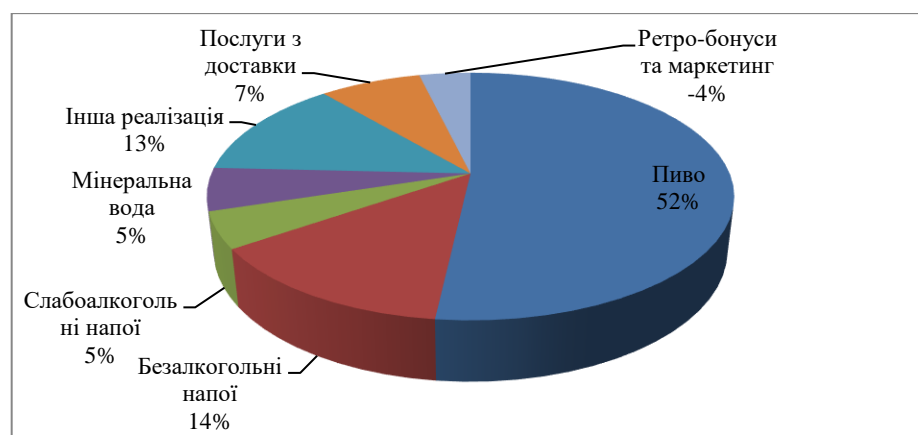


Рис. 2.5. Реалізація продукції та послуг по асортименту ПрАТ «Оболонь» за 2020р.

Джерело: складено автором

З даного рисунку очевидним є те, що найбільшу частку в структурі реалізованої продукції у 2020 р. займає пиво на другому місці слабоалкогольні напої.

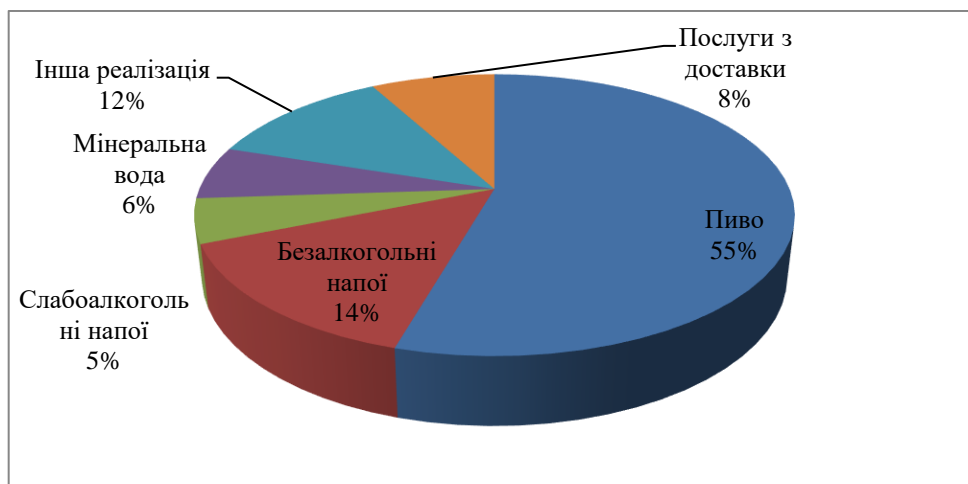


Рис. 2.6. Реалізація продукції та послуг по асортименту ПрАТ «Оболонь» за 2021р.

Джерело: складено автором

З даного рисунка видно, що зросла частка пива в загальній структурі на 1% за рахунок іншої реалізації, що свідчить про зміну структури асортименту реалізованої продукції.

Незначне зменшення обсягів іншої реалізації, яка включає виробництво та продаж солоду й іншої сільгосппродукції в діяльності «Оболонь», проте це не має великого значення для формування прибутку корпорації. Враховуючи дані про реалізацію продукції підприємства, можна відмітити, що упродовж досліджуваних років, реалізація пива займає більшу частку серед інших видів продукції (більше 50 %). Потім безалкогольні напої (14,9 %), мінеральна вода (6,3%), слабоалкогольні напої (5,3%).

Отримання прибутку є основною метою будь-якого комерційного підприємства, що зрештою визначає економічний розвиток та перспективи функціонування на ринку, поєднує інтереси як держави, підприємств, працівника, власника, суб'єкта господарювання.

Так, в табл. 2.2 відображені основні показники, що характеризують господарську діяльність корпорації «Оболонь».

Для розуміння стану прибутковості було проаналізовано такі основні категорії

як прибуток від реалізації продукції, робіт та послуг; фінансові результати від операційної діяльності, оподаткований та чистий прибутки за останні 3 роки упродовж 2019-2021 рр.

Незважаючи на те, що виробництво пива – найбільш пріоритетний напрямок розвитку, корпорація ставить за мету упродовж 2019-2021 років здобути лідерство на всіх згаданих ринках (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Споживчі ринки на яких працює ПрАТ «Оболонь»

Ринок пива	Ринок мінеральної води	Ринок безалкогольних напоїв	Ринок слабоалкогольних напоїв	Ринок сидру
Найбільш складний ринок на сьогоднішній день. Показує мінімальне зростання виробництва пива на 2% при одночасному зменшенні споживання пива на душу населення.	Ринок зростає на 11%.	Ринок демонструє позитивну динаміку зростання на 15%.	Ринок показує позитивну динаміку у 13%.	Ринок стабілізувався.
Особливість: 4 виробники контролюють 93% ринку.	Особливість ринку: одна компанія з великим відривом контролює 36% ринку.	Особливість: 7 виробників займають майже 90% ринку.	Особливість: тільки 2 компанії займають 95% ринку.	Особливість: 94% ринку ділять між собою 4 компанії-виробники

Джерело: складено автором

Компанія Оболонь виробляє дуже велику кількість різної продукції, яка має високі смакові якості при невисокій вартості, що зробило її добре впізнаваною і широко поширеною в самих різних точках продажу. «Оболонь» є національним виробником пива в Україні зі стовідсотковим українським капіталом. Окрім позицій на пивному ринку, корпорація «Оболонь» має різноманітний портфель безалкогольної продукції.

Цей портфель включає в себе ТМ «Живчик» - один із найулюбленіших сімейних напоїв українців, лінійку традиційних лимонадів - так звану «Ностальгічну

серію» (паритетний лідер відповідного сегменту ринку), квас «Старокиївський», який у 2015 р увійшов до трійки лідерів ринку квасу України, широкий асортимент мінеральних та питних вод (Оболонська, Збручанська, Аквабаланс, Прозора, та інші регіональні води).

Основними ринками збуту продукції корпорації є Україна, Молдова, Білорусь та країни Балтики. Галузь характеризується жорсткою конкуренцією та великим ступенем впливу цінового фактору на прийняття рішення про покупку. Основні види сировини: ячмінь, цукор, хміль, рисова січка, кукурудзяна крупа, солод. Сировина придбається як у виробників на ринку України так і за кордоном

. Основною сферою діяльності компанії є виробництво різних напоїв, але окрім них компанія вирішила вийти на ринок снєків, представивши в 2013 році різні сухарики і снєки під торговою маркою «Оболонські». Дані продукти стали популярними тому виробляються і сьогодні. Також компанія планує запуснути 6-й ринок – ринок енергетичних напоїв. Досягнення таких амбїтних цілей підприємство планує завдяки розвитку та впровадженню інновацій – як продуктових, так і технічних. У таких спосіб ПрАТ «Оболонь» поверне імідж інноваційної компанії, що започатковує тренди в Україні

Проведемо аналіз основних фінансових показників ПрАТ «Оболонь» за даними фінансової звітності в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

**Основні показники фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Оболонь»
за 2019-2021 рр.**

Показник	Од. виміру	Роки			Відхилення			
		2019	2020	2021	2020/2019		2021/2020	
					(+/-)	%	(+/-)	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Чистий дохід від реалізованої продукції	тис. грн.	5466148	5549706	5986592	83558	1,53	436886	7,30
Собівартість реалізованої продукції	тис. грн.	4277833	4070109	4877463	-207724	-4,86	807354	16,55

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Валовий прибуток	тис. грн.	1188315	1479597	1109129	291282	24,51	-370468	-33,40
Витрати на збут	тис. грн.	661989	719636	790218	57647	8,71	70582	8,93
Адміністративні витрати	тис. грн.	337100	361150	423695	24050	7,13	62545	14,76
Прибуток чистий	тис. грн.	257633	338614	-130821	80981	31,43	-469435	358,84
Витрати на 1 грн. виручки від реаліз.	грн.	0,78	0,73	1,01	-0,05	-6,29	0,28	27,72
Необоротні активи	тис. грн.	4693164	4386805	4154636	-306359	-6,53	-232169	-5,59
Оборотні активи	тис. грн.	1163932	1502253	1638807	338321	29,07	136554	8,33
Власний капітал	тис. грн.	2336100	2673996	2542672	337896	14,46	-131324	-5,16
Довгострокові зобов'язання та забезпечення	тис. грн.	867166	1020282	1066323	153116	17,66	46041	4,32
Поточні зобов'язання та забезпечення	тис. грн.	2653830	2194780	2184448	-459050	-17,30	-10332	-0,47
Валюта балансу	тис. грн.	5857096	5889058	5793443	31962	0,55	-95615	-1,65

Джерело: складено автором на основі звітності підприємства

Упродовж 2019-2021 рр. можна спостерігати здебільшого не зовсім позитивну динаміку зростання показників господарської діяльності, зокрема чистого доходу від реалізації продукції, який в 2020 році збільшився на 7,6 % порівняно з 2019 р., на 7,3 % в 2019 р. порівняно з 2021 р.

Також, у 2020 р. дещо знижується собівартість продукції менше ніж на 1%, що свідчить про скорочення поточних витрат на виробництво та збут і є позитивним фактором, а в 2021 р. зростає на 16,55% в порівнянні з 2020 р. Таким чином, бачимо коливання собівартості реалізованої продукції та валового прибутку (який в 2020 р. зріс на 24,5% відповідно до 2019 р., проте зменшився більш, ніж на 33% в 2021 р.).

Здійснюючи аналіз результатів діяльності суб'єкта господарювання за 2018-2020 роки порівняно з попередніми роками, бачимо збільшення чистого доходу (виручки) від реалізації продукції ПрАТ «Оболонь».

Суттєве збільшення показника в 2019 році у порівнянні із 2018 роком (на

387384 тис. грн. чи 7,73%), змінилось 27 деяким вповільненням росту в 2020 році у порівнянні з 2019 роком (на 83558 тис. грн. чи 1,53%).

Показник валового прибутку ПрАТ «Оболонь» за аналізований період стабільно збільшувався. В 2019 році помічене суттєве збільшення даного показника (401922 тис. грн. чи 51,11%) у порівнянні із 2018 роком (внаслідок зменшення обсягу собівартості, збільшення чистого доходу і витрат на збут).

В той же час в 2020 році валовий прибуток збільшився на 291282 тис. грн. чи 24,51% відносно 2019 року, що можна обґрунтувати зниженням розміру собівартості в 2020 році у порівнянні з 2019 роком на 207724 тис. грн. (4,86%).

В 2018 році господарюючий суб'єкт одержав чистий збиток в розмірі 365420 тис. грн., що на 542000 тис. грн. (306,94%) менше ніж 2017 року.

2019 рік господарюючий суб'єкт закінчив з позитивним фінансовим результатом, істотно збільшивши обсяг чистого прибутку відносно 2018 року (на 623053 тис. грн. чи 170,50%). В 2020 році зафіксоване подальше збільшення показника чистого прибутку (на 80981 тис. грн. чи 31,43%).

Можна сказати, що цей факт можна пояснити комплексом заходів керівництва, в тому числі поєднанням зростання чистого доходу від реалізованої продукції і зменшенням собівартості реалізованої продукції.

Витрати на 1 грн. чистої виручки від реалізації в 2019 році знизились на 7,40% (6 грн), в 2020 році – ще на 6,29% (5 грн). Для наочності відобразимо зміну показників діяльності підприємства на рис. 2.7.

Таким чином, за період 2018-2021 рр. сума доходу ПрАТ «Оболонь» хоча й нерівномірно, проте збільшувалась, що вказує на зростання масштабів його діяльності і зміцнення позицій на ринку, з огляду на той факт, що дане зростання відбулося у зв'язку із зростанням обсягів виробництва.

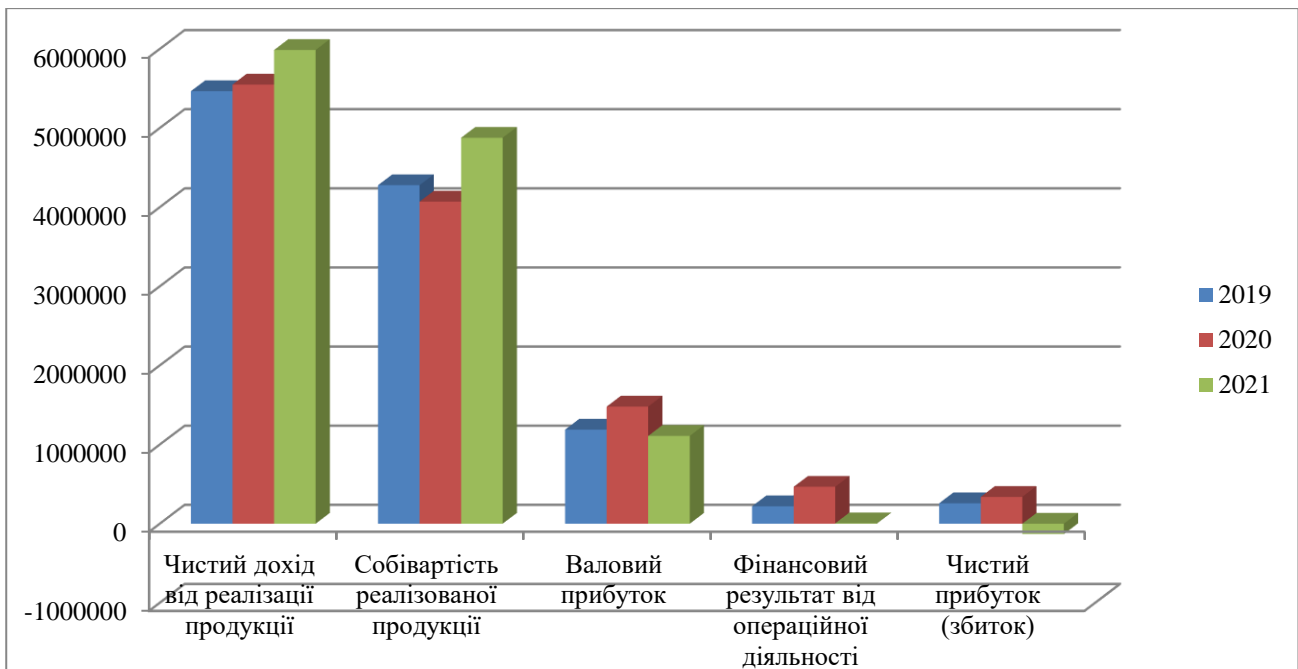


Рис. 2.7. Динаміка основних техніко-економічних показників діяльності
Джерело: складено автором на основі даних підприємства

Аналіз показників балансу ПрАТ «Оболонь» свідчить, що в 2021 році відносно 2020 року необоротні активи суб'єкта господарювання знизились на 306359 тис. грн. (6,53%) продовживши тенденцію попереднього звітного періоду, поточні зобов'язання та забезпечення на 459050 тис. грн. (17,30%), проте в той же час зросли оборотні активи – на 338321 тис. грн. (29,02%), власний капітал – на 337896 тис. грн. (14,46%), довгострокові зобов'язання та забезпечення – на 153116 тис. грн. (17,66%), що в результаті спричинило збільшення показника валюти балансу на 31962 тис. грн. (0,55%). Можемо підсумувати, що діяльність ПрАТ «Оболонь» характеризується стабільністю показників, проте з огляду на від'ємний показник чистого прибутку в 2021 році, керівництву потрібно вживати заходи для підтримання стабільності показників.

Діагностику фінансової стійкості ПрАТ «Оболонь» за даними фінансової звітності підприємства представлено на рис. 2.8.

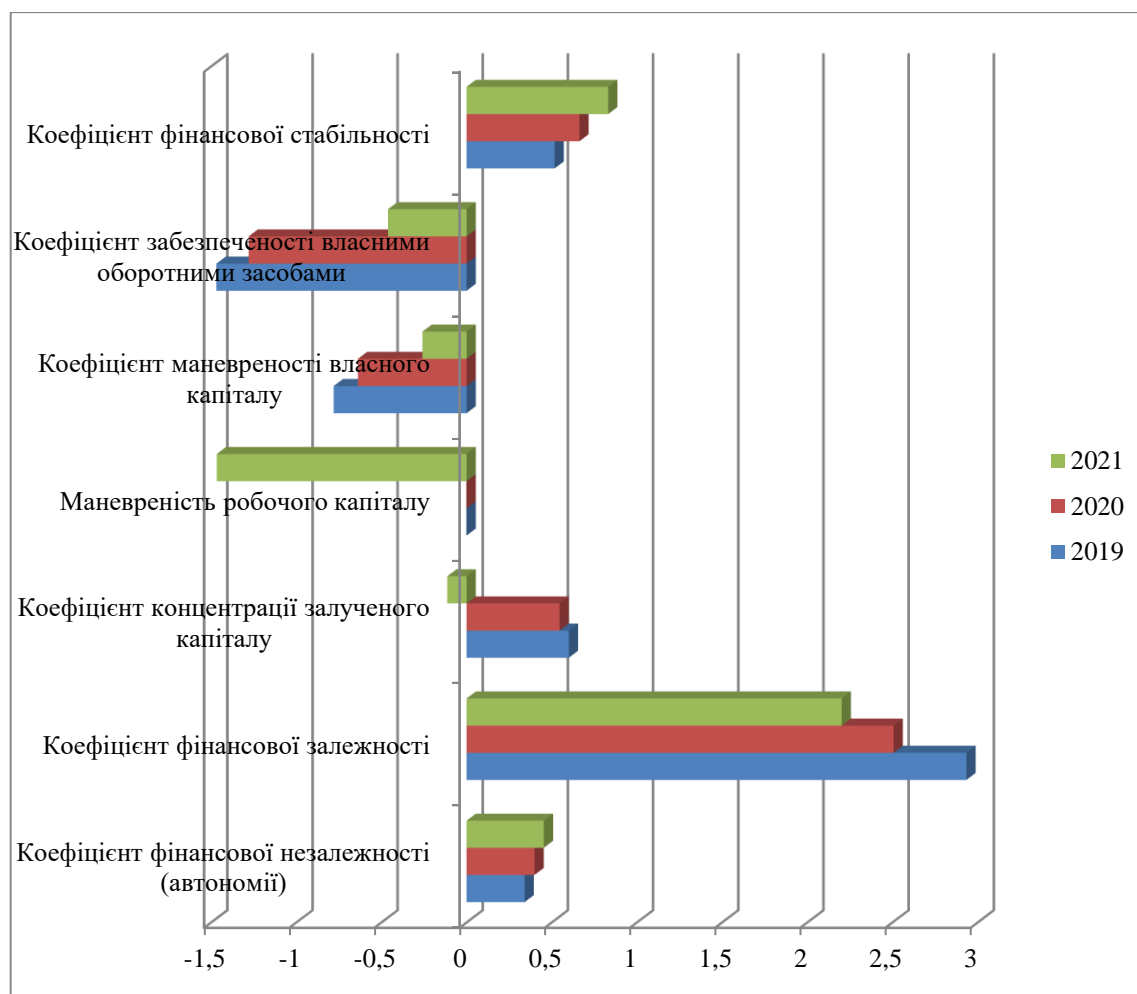


Рис. 2.8. Динаміка фінансової стійкості ПрАТ «Оболонь» 2019-2021 рр

Джерело: складено автором на основі даних підприємства

Так, коефіцієнт фінансової незалежності (автономії) ПрАТ «Оболонь» за аналізований період має значення нижче нормативного (0,5-0,8), що свідчить про неможливість господарюючого суб'єкта здійснити зовнішні зобов'язання шляхом власних активів; його залежність від позикових джерел. Позитивним явищем являється збільшення показника на 11,3% протягом 2019-2021 років. Високе значення показника фінансової залежності в 2019 році (2,93) свідчить про те, що рівень фінансових ризиків суб'єкта господарювання суттєвий. Зниження значення коефіцієнту фінансової залежності ПрАТ «Оболонь» протягом 2019-2021 років являється позитивною тенденцією.

З метою зниження залежності на подальшу перспективу слід працювати на зростання обсягу власного капіталу. Задля цього доцільно здійснити додаткову емісію

акцій, вкласти одержаний прибуток в роботу компанії, застосовувати інші доступні заходи.

Коефіцієнт концентрації залученого капіталу ПрАТ «Оболонь» вказує на рівень левериджу компанії, інакше кажучи використання позикового капіталу або фінансових інструментів з метою збільшення потенційної рентабельності інвестицій. В 2019-2021 рр. рівень показника був вище нормативного, проте зафіксоване його деяке зниження з 0,659 в 2019 році до 0,546 (майже на рівні нормативного 0,5) – в 2021 році.

З огляду на від'ємне значення показника власних обігових коштів ПрАТ «Оболонь», коефіцієнт маневреності робочого капіталу суб'єкта господарювання також має негативне значення: мінус 0,001 в 2019-2020 роках і мінус 1,467 в 2021 році, що позитивно характеризує діяльність господарюючого суб'єкта та дозволяє зробити висновок щодо зростання частки запасів у власних обігових коштах. Коефіцієнт маневреності власного капіталу ПрАТ «Оболонь» за аналізований період мав значення менше нормативного, в той же час змінювався від 0,780 в 2019 році до мінус 0,259 в 2021 році (збільшення на 0,521).

Від'ємне значення показника в 2019-2021 роках свідчить щодо того, що кошти та власний капітал, котрі були залучені на довгострокову перспективу, були направлені на проведення фінансування необоротних засобів, якраз тому з метою фінансування оборотних активів необхідно повертатись до позикових джерел фінансування. Останнє здійснює вплив на зменшення фінансової стійкості.

Напрямом розв'язання проблеми низького рівня показника являється робота менеджерів ПрАТ «Оболонь» стосовно зростання частки власних ресурсів, що дозволить підвищити суму власних оборотних коштів, що допоможе у підвищенні значення показника. Відповідно до отриманих значень коефіцієнту забезпеченості власними оборотними засобами ПрАТ «Оболонь» не має змоги перетворити активи в ліквідні кошти.

Коефіцієнт має від'ємне значення як в 2019 році (мінус 1,469), так й в 2021 році (мінус 0,461), до того ж, що його нормативне значення 0,1 й вище. Зафіксоване значення коефіцієнту перебуває на рівні нижче нормативного, що свідчить про

істотну фінансову залежність ПрАТ «Оболонь» від зовнішніх кредиторів.

Інакше кажучи, за умов погіршення ситуації на ринку, ПрАТ «Оболонь» не матиме можливості продовжувати власну діяльність. Від'ємне значення показника вказує на те, що власний капітал та джерела на довгострокову перспективу направлені на проведення фінансування необоротних активів та у ПрАТ «Оболонь» немає довгострокових коштів, котрі були б направлені на утворення власного оборотного капіталу.

Низьке, у порівнянні із нормативним, значення показника коефіцієнта фінансової стабільності ПрАТ «Оболонь» в 2019-2021 рр. свідчить про наявність фінансових ризиків у довгостроковій перспективі. Збільшення значення показника на 0,315 пункти в 2021 році у порівнянні із 2019 роком вказує на зростання фінансової стійкості господарюючого суб'єкта, проте для досягнення нормативного значення (>1), як і у випадку із показником фінансової автономії,

Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу (осіб), середня чисельність позаштатних працівників та осіб, які працюють за сумісництвом (осіб), чисельність працівників, які працюють на умовах неповного робочого часу (дня, тижня) (осіб), фонду оплати праці. Крім того, зазначаються факти зміни розміру фонду оплати праці, його збільшення або зменшення відносно попереднього року. Зазначається кадрова програма емітента, спрямована на забезпечення рівня кваліфікації її працівників операційним потребам емітента

Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу (осіб) ПрАТ «Оболонь»: 2191.

Середня чисельність позаштатних працівників та осіб, які працюють за сумісництвом (осіб): - 2.75.

Чисельність працівників, які працюють на умовах неповного робочого часу (дня, тижня) (осіб): - 550.

Фонд оплати праці: - 598 810,6 тис. грн. у 2021 році, (504 711,4 тис. грн. у 2020 році)

Кваліфікація працівників відповідає операційним потребам Товариства та постійно вдосконалюється.

2.3. Оцінка інноваційної діяльності та якості продукції ПрАТ «Оболонь»

Основними видами продукції емітента є пиво, безалкогольні напої, мінеральна вода, слабоалкогольні напої, солод. Основними ринками збуту продукції корпорації є Україна, Молдова, Білорусь та країни Прибалтики. Галузь характеризується жорсткою конкуренцією та великим ступенем впливу цінового фактору на прийняття рішення про покупку.

Сировина - основні види сировини: ячмінь, цукор, хміль, рисова січка, кукурудзяна крупа, солод. Сировина придбається як у виробників на ринку України так і за кордоном.

Загальні обсяги виробництва і продажів у 2021 році, внутрішній ринок - 60 660,4 тис. дал., експорт продукції - 7 214 тис. дал.

Продукція та технології компанії були відзначені відповідними сертифікатами якості. Так, у 1998 році, першою в галузі, компанія «Оболонь» отримала Міжнародний сертифікат на систему управління якістю ISO-9001:1994, виданий німецькою фірмою DEKRA. 1999 року компанії було видано сертифікат СовАсК за стандартом ISO-9001:94, що розповсюджувався на територію СНД.

Прагнучи випускати високоякісну продукцію, яка була б конкурентноздатною не тільки на українському, а й на зарубіжних ринках, у 1998 році компанія «Оболонь» першою серед вітчизняних підприємств харчової галузі отримала міжнародний сертифікат на систему управління якістю ISO-9001 версії 1994 року.

У 2001 році вперше в Україні ЗАТ «Оболонь» отримала Міжнародний сертифікат відповідно до стандарту ISO-9001:2000. У 2003 році видано сертифікат УкрСЕПРО за стандартом ДСТУ ISO 9001-2001. У 2005–2008 рр. сертифікати оновлено відповідно до ISO-14001:2004, ISO 22000:2005 (НАССР) та OHSAS-18001. У 2008 р. органом сертифікації ДП «Укрметртестстандарт» на ЗАТ «Оболонь» вперше проведено скомбінований аудит 4-х систем управління одночасно, та видано 4 сертифіката відповідності ДСТУ ISO 9001-2001, ДСТУ ISO 14001:2006, ДСТУ ISO 22000:2007 та ДСТУ-П OHSAS 18001:2006. На ринок випущено чимало брендів.

У 2008 році ЗАТ «Оболонь» першим серед підприємств харчової промисловості

сертифікувало чотири системи управління одразу. Під час аудиту, який здійснювали представники німецької фірми «DEKRA-ITS», компанія «Оболонь» підтвердила відповідність вимогам ДСТУ ISO 9001:2001 (Системи управління якістю), ДСТУ ISO 22 000:2007 (Системи управління безпечністю харчових продуктів), ДСТУ ISO 14 001:2006 (Системи екологічного керування), ДСТУ-П OHSAS 18 001:2006 (Системи управління безпекою та гігієною праці). Міжнародна сертифікація компанії «Оболонь» за чотирма системами управління є перепусткою на ринки збуту країн-членів СОТ. Більшість країн-членів СОТ вважають обов'язковим виконання вимог стандарту ISO 22000, інакше продукція просто забороняється для продажу. На підприємствах компанії діє інтегрована система управління, яка забезпечує відповідальність компанії перед персоналом, споживачами, суспільством та державою в цілому.

Вище керівництво та керівники підрозділів ПрАТ «Оболонь» орієнтуються на такі принципи в сфері якості:

Орієнтація на замовника ПрАТ «Оболонь» залежить від замовників, а отже розуміє їхні поточні і майбутні потреби, задовольняє їхні вимоги і намагається перевершувати їхні очікування.

Керівництво та особи, які очолюють організацію, встановлюють єдність її мети і напряму, створюють і підтримують такий внутрішній клімат, за якого можливе повне залучення працівників до виконання завдань організації.

Працівники будь-якого рівня становлять сутність ПрАТ «Оболонь» як організації, а повне їх залучення дозволяє використовувати їхні уміння на благо організації.

Бажаний результат досягається більш ефективно, коли керування діяльністю і відповідними ресурсами здійснюється у вигляді процесу.

ПрАТ «Оболонь» реалізує системний підхід до менеджменту Встановлення, розуміння і керування взаємопов'язаними процесами як системою сприяє підвищенню ефективності і результативності роботи організації при виконанні її завдань.

Незмінним завданням організації є постійне поліпшення загальних показників

її роботи. Підхід до прийняття рішень на підставі фактів Ефективні рішення ґрунтуються на аналізі даних та інформації.

Організація та її постачальники взаємозалежні, а взаємовигідні стосунки між ними розширюють можливості додавання цінності кожною із сторін.

На даний час в Товаристві сертифіковані і діють:

Система управління якістю (ISO 9001:2015) - система взаємопов'язаних, орієнтованих на задоволення споживачів процесів, які постійно поліпшуються завдяки лідерству керівництва і залучення персоналу, діючих на підставі фактів, а також взаємовигідних стосунків з постачальниками.

Система управління безпечністю харчових продуктів (ISO 22-000:2018) - попереджувальна система для забезпечення безпечності харчових продуктів (постійний аналіз небезпечних чинників та перевірка критичних контрольних точок на всіх етапах виробництва).

Система екологічного керування (ISO 14-001:2015) - розробка та запровадження екологічної політики компанії, керування її екологічними аспектами.

Система управління безпекою та гігієною праці (ISO 45-001:2018) - дає можливість організації управляти ризиками в області безпеки і гігієни праці і покращувати свої показники в цій області.

Для забезпечення впевненості у відповідності системи управління вимогам стандартів ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000, ISO 45001; її ефективності та придатності для досягнення встановлених цілей, а також для визначення ризиків та можливих областей для удосконалення, - проводяться внутрішні скомбіновані аудити.

Щорічно відділ по роботі інтегрованої системи управління розробляє річну програму проведення внутрішніх скомбінованих аудитів інтегрованої системи управління.

ПрАТ «Оболонь» впроваджує інноваційні та енергозберігаючі технології, що покращує екологічні характеристики виробництва, мінімізує шкідливі викиди у довкілля та забезпечує ощадливе використання ресурсів. На підприємствах групи впроваджена і сертифікована система управління безпекою та гігієною праці OHSAS 18001:2007. В ПрАТ «Оболонь» постійно діє програма контролю виробництва та

покращення якості продукції.

Для вдосконалення якості продукції та усіх виробничих процесів компанія оновлює обладнання. Це дозволяє бути серед лідерів за рівнем технічного оснащення не тільки в Україні, але й в Європі.

Проектна заводу у Києві потужність становить 11 млн. гектолітрів пива на рік, що робить підприємство найбільшою пивоварнею Європи. На заводі встановлено варильну систему німецької фірми Ziemann, яка здійснює до 12 варок на день по 750 гектолітрів холодного сусла. Для забезпечення якості продукції задіяно чотири потужні фільтраційні установки, виконані німецькою фірмою KHS. Потужність найбільшого фільтра — 950 гектолітрів на годину. На заводі діє одна з найбільших у Європі ліній розливу у скляні пляшки потужністю 110 тис. пляшок на годину виробництва німецької компанії KHS. Крім цього, на заводі працюють потужні лінії розливу у банки, ПЕТ пляшки та кеги.

Солодовий заводу потужністю 120 тис. тонн солоду на рік дозволив «Оболоні» забезпечити себе сировиною вищої якості і постачати її за кордон. Інвестиції у цей проект склали близько \$100 млн. Продовжується модернізація «Пивоварні Зіберта». В установку нових варильних порядків, бродильних танків і ліній розливу інвестовано більше 40 млн. євро.

З метою зменшення навантаження на довкілля «Оболонь» інвестувала в унікальну установку для сушки пивної дробини — маси, яка у величезних кількостях (до 700 тонн в день) утворюється в процесі приготування пивного сусла. Після висушування і грануляції пивна дробина є дуже корисним кормом для худоби, що не може не зацікавити великі сільськогосподарські підприємства.

У корпорації «Оболонь» забезпечується виконання встановлених вимог щодо якості та безпечності сировини, матеріалів, обладнання та технічних засобів, а також послуг, які закупаються, з метою запобігання використанню невідповідної та небезпечної продукції. Це забезпечується через визначення та встановлення вимог до постачальників, систему їх оцінки та моніторингу, що дозволяє чітко визначити і документувати процеси відбору і залучення постачальників до співпраці.

У корпорації «Оболонь» забезпечується відповідність продукту, що

закуповується, заданим при закупівлі вимогам, зокрема в області екології. Вид і обсяг контролю постачальника і закупленого продукту/послуги залежить від впливу останніх на подальший випуск продукції чи готовий продукт. Для перевірки закупленої продукції ПрАТ «Оболонь» встановлено і запроваджено вхідний контроль та інші заходи. Співробітництво встановлюється з тими постачальниками, які знаходяться найближче до споживача (підприємства з виробництва, переробки чи заготівлі) за умов однакової конкурентної ціни та якості. Це дозволяє зменшити транспортні витрати та плату посередникам та демонструє відповідальне ставлення корпорації «Оболонь» до регіонів своєї діяльності.

Проведемо розрахунки системи економіко-соціального оцінювання інноваційного розвитку ПрАТ «Оболонь» за 2019-2021рр.

Тому для початку розрахуємо показник рівня інноваційного потенціалу розвитку ПрАТ «Оболонь» (табл.2.4).

Таблиця 2.4

Показник рівня інноваційного потенціалу розвитку ПрАТ «Оболонь» за 2019-2021 рр.

Вид показника	Відповідні коефіцієнти	Z (вагомість)	2019	2020	2021
1	2	3	4	5	6
Виробничо-технологічні показники	коефіцієнт оновлення продукції (П1.1)	0,5	0,13	0,16	0,17
	коефіцієнт основних виробничих фондів (П1.2)	0,55	0,12	0,11	0,13
	коефіцієнт фондівдачу (П1.3)	0,75	2,11	1,92	1,52
	коефіцієнт матеріаломісткості (П1.4)	0,64	0,43	0,4	0,45
	коефіцієнти механізації та автоматизації виробництва (П1.5)	0,81	0,39	0,46	0,52
	коефіцієнт прогресивності технологій (П1.6)	0,82	0,24	0,28	0,35
Науково-технічний показник	коефіцієнт наукомісткості (П1.7)	0,76	0,13	0,18	0,22
Фінансово-економічні показники	коефіцієнт самофінансування (П1.8)	0,54	0,15	0,19	0,16
	коефіцієнт використання позиченого капіталу (П1.9)	0,51	0,41	0,46	0,51
	коефіцієнт витрат на придбання результатів НДДКР (П1.10)	0,89	0,26	0,28	0,27
	коефіцієнт рентабельності інвестиційної діяльності (П1.11)	0,9	0,51	0,54	0,52
	коефіцієнт рентабельності реалізованої інноваційної продукції (П1.12)	0,87	0,31	0,35	0,32
Трудові	коефіцієнт плинності кадрів (П1.13)	0,25	0,12	0,14	0,18

показники	коефіцієнт частки спеціалістів, які виконують наукові та науково-технічні роботи (П1.14)	0,38	0,33	0,35	0,39
Показник рівня інноваційного потенціалу розвитку (ПРІПР)			4,01	4,12	3,99
Середнє значення ПРІПР			4,04		

Джерело: розраховано автором на основі додатків та даних річних звітностей.

Показник рівня маркетингового забезпечення інноваційного розвитку ПрАТ «Оболонь» за 2019-2021рр. представлений в табл.2.5.

Таблиця 2.5

**Показник рівня маркетингового забезпечення інноваційного розвитку
ПрАТ «Оболонь» за 2019-2021рр.**

Вид показника	Відповідні коефіцієнти	Z (вагомість)	2019	2021	2020
1	2	3	4	5	6
Система маркетингових показників	коефіцієнт ринкової частки (П2.1)	0,4	0,25	0,32	0,28
	коефіцієнт передпродажної підготовки (П2.2)	0,8	0,17	0,18	0,164
	коефіцієнт зміни обсягів продажу (П2.3)	0,6	0,37	0,44	0,35
	коефіцієнт доведення продукту до споживача (П2.4)	0,7	0,42	0,49	0,43
	коефіцієнт рекламної діяльності (П2.5)	0,88	0,15	0,18	0,14
	коефіцієнт частки спеціалістів, які виконують наукові та науково-технічні роботи (П1.14)	0,38	0,33	0,35	0,39
Показник рівня маркетингового забезпечення інноваційного розвитку (ПРМЗІР)			1,02	1,19	1,02
Середнє значення ПРМЗІР			1,07		

Джерело: розраховано автором на основі додатків та даних річних звітностей.

Показник соціального рівня інноваційного розвитку ПрАТ «Оболонь» за 2019-2021рр. представлений в табл.2.6.

Таблиця 2.6

**Показник соціального рівня інноваційного розвитку ПрАТ «Оболонь» за
2019- 2021рр.**

Вид показника	Відповідні коефіцієнти	Z (вагомість)	2019	2021	2020
1	2	3	4	5	6
Показники розвитку системи гуманізації праці	коефіцієнт кваліфікаційного рівня (П3.1)	0,9	0,67	0,78	0,74
	коефіцієнт можливості для розвитку працівників та їхнього професійного зростання (П3.2)	0,8	0,54	0,61	0,6
	коефіцієнт витрат на підготовку та навчання працівників (П3.3)	0,86	0,42	0,49	0,45

Продовження табл. 2.6.

1	2	3	4	5	6
	коефіцієнт рівня соціальної напруженості в трудовому колективі (ПЗ.4)	0,1	0,12	0,1	0,15
	коефіцієнт участь працівників в управлінні підприємством (ПЗ.5)	0,7	0,57	0,64	0,62
	коефіцієнт рівня соціальної напруженості в трудовому колективі (ПЗ.4)	0,1	0,12	0,1	0,15
Показники розвитку системи соціальних гарантій персоналу	коефіцієнт формування доходів працівників та рівень оплати праці (ПЗ.6)	0,7	0,71	0,75	0,73
	коефіцієнт участі підприємств у соціальній підтримці працівників (ПЗ.7)	0,65	0,64	0,81	0,75
Показники розвитку системи безпеки та охорони праці	коефіцієнт відповідності робочих місць санітарно-гігієнічним вимогам (ПЗ.8)	0,96	0,85	0,84	0,82
	коефіцієнт рівня безпеки та охорони праці на підприємстві (ПЗ.9)	0,95	0,9	0,94	0,92
Показники розвитку системи корпоративної відповідальності	коефіцієнт виконання обов'язків перед бюджетом (ПЗ.10)	0,9	0,38	0,44	0,4
	коефіцієнт створення робочих місць (ПЗ.11)	0,95	0,53	0,58	0,56
	коефіцієнт витрат на екологізацію виробництва (ПЗ.12)	0,97	0,72	0,73	0,69
Показник соціального рівня інноваційного розвитку (ПСРІР)			5,94	6,48	6,2
Середнє значення ПСРІР			6,21		

Джерело: складено автором на основі табл.2.5 та 2.6.

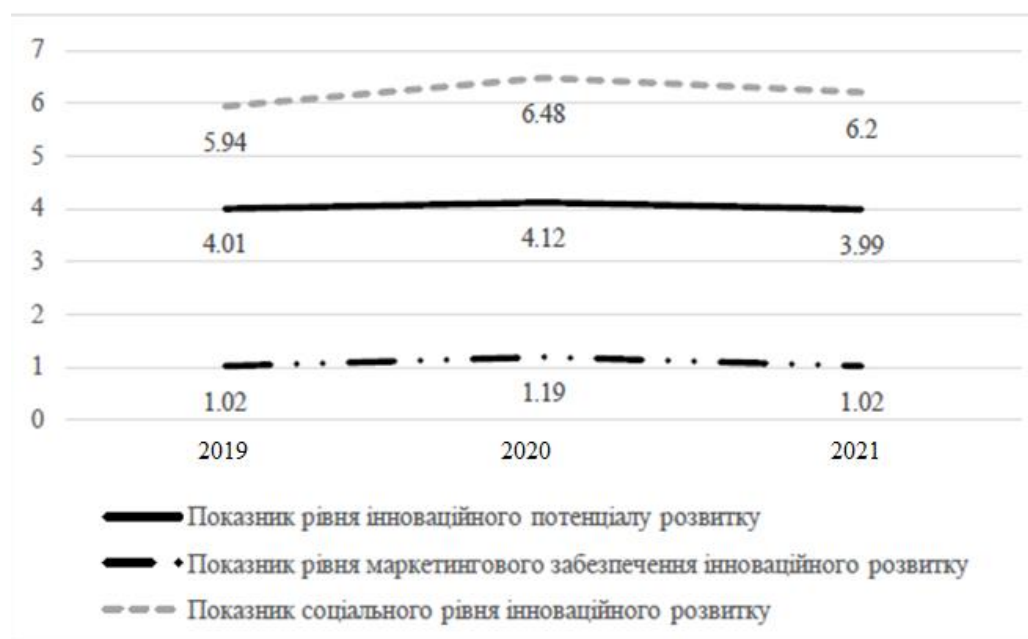
Провівши розрахунки показників системи економіко-соціального оцінювання інноваційного розвитку ПрАТ «Оболонь» за 2019-2021рр. згрупуємо їх в табл.2.7 та визначимо їх динаміку (рис.2.9).

Таблиця 2.7

Загальні показники системи економіко-соціального оцінювання інноваційного розвитку ПрАТ «Оболонь» за 2019-2021рр.

Показники	Значення			Відхилення, %	
	2019	2020	2021	2020 від 2019р	2021 від 2020р
1	2	3	4	5	6
Показник рівня інноваційного потенціалу розвитку	4,01	4,12	3,99	2,74	-3,16
Показник рівня маркетингового забезпечення інноваційного розвитку	1,02	1,19	1,02	16,67	-14,29
Показник соціального рівня інноваційного розвитку	5,94	6,48	6,2	9,09	-4,32

Джерело: складено автором на основі табл.2.6



Динаміка загальних показників системи економіко-соціального оцінювання інноваційного розвитку ПрАТ «Оболонь» за 2019-2021рр.

Джерело: складено автором на основі табл.2.7

Таким чином, з табл.2.7 та рис.2.7, можна зробити такі висновки:

– Показник рівня інноваційного потенціалу розвитку ПрАТ «Оболонь» у 2021р. скорочується на 3,2%, це свідчить про те що рівень можливостей інноваційного розвитку ПрАТ «Оболонь» скорочується;

– Показник рівня маркетингового забезпечення інноваційного розвитку ПрАТ «Оболонь» у 2020р. становить 1,19, а у 2021р. 1,02, тобто даний показник скоротився на 14,3%, це свідчить про те що зменшився ступінь рекламної діяльності ПрАТ «Оболонь», що в свою чергу може призвести до неминучих втрат чистого доходу підприємства;

– Показник соціального рівня інноваційного розвитку ПрАТ «Оболонь» в порівнянні з 2019р. зростає, але у порівнянні з 2020р. у 2021р. скоротився на 4,3%, це свідчить про те що зменшився розвиток системи гуманізації праці, розвиток системи соціальних гарантій персоналу, розвиток системи безпеки та охорони праці та розвиток системи корпоративної відповідальності.

Для оцінки якості продукції та її позиції на ринку проведемо оцінку з

допомогою методики БКГ.

Отже, маємо 4 групи продуктів А, Б, В, Г, де:

Продукт А – Пиво

Продукт Б – Слабоалкогольні напої

Продукт В – Мінеральна вода

Продукт Г – Безалкогольні напої

На основі даних про обсяги продажів, частку ринку та темпи зростання ринку, побудуємо БКГ-матрицю для визначення стадій життєвого циклу продукції компанії для визначення подальших варіантів розвитку (див. рис. 2.8 та 2.9).

Таблиця 2.8

Дані підприємства ПрАТ «Оболонь» за обсягами продажів та відносною часткою ринку

Продукт	Обсяги продажу, тис. дал	Обсяг ринку, натуральна форма одиниць	Частка ринку, %	Темпи зростання ринку, %	Частка товару в обсягах продажу підприємства, %
А	58824,5	183826,562	32	2	56,8
Б	2176,1	2290,632	95	13	2,1
В	6867,4	19076,11	36	11	6,5
Г	34350,1	280127,693	27	24,9	33,2

Джерело: створено автором на основі [34]

Висока доля ринку дає конкурентну перевагу компанії через масштабність та низькі витрати виробництва. Це має позитивний вплив на рентабельність продукції. Зростаючі ринки вимагають інвестицій та вкладення ресурсів для постійного оновлення та розширення виробництва, а також дослідження змін мінливого ринку. Варто зауважити, що згідно з результатами аналізу реалізації продукції та позиції груп товарів в секторах БКГ-Матриці, пиво, що складає 56,8% всієї реалізованої продукції, належить через дуже повільний темп росту ринку пива до «Мертвого грузу», або ж «Собак» компанії.

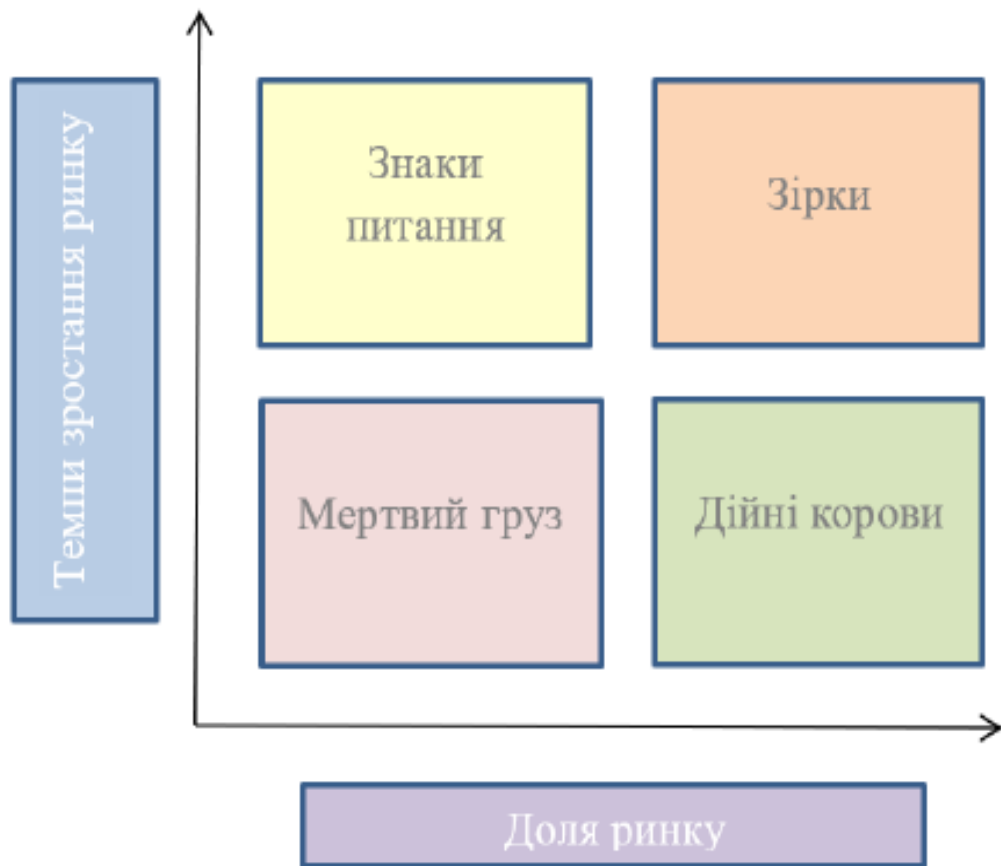


Рис. 2.10 Сектори матриці БКГ ПрАТ «Оболонь»

Джерело: складено автором на основі даних підприємства

Слабоалкогольні напої займають місце на межі «Дійних корів» та «Зірок», через поступовий ріст ринку та майже монополію компанії «Оболонь» на ринку слабоалкогольних напоїв. Цей продукт є на початку свого життєвого циклу, а ринок є молодим та зростаючим. Для такого продукту варто вкладати багато ресурсів саме в маркетинг та розробку продукту. Вважається важливим намагатися отримати якомога більшу частку ринку з товаром «Зірка», але група слабоалкогольних напоїв має більше 90% і є на межі з сектором «Дійних корів», що свідчить про необхідність покращувати товар та утримувати позиції на ринку, щоб отримати максимальний прибуток з товару.

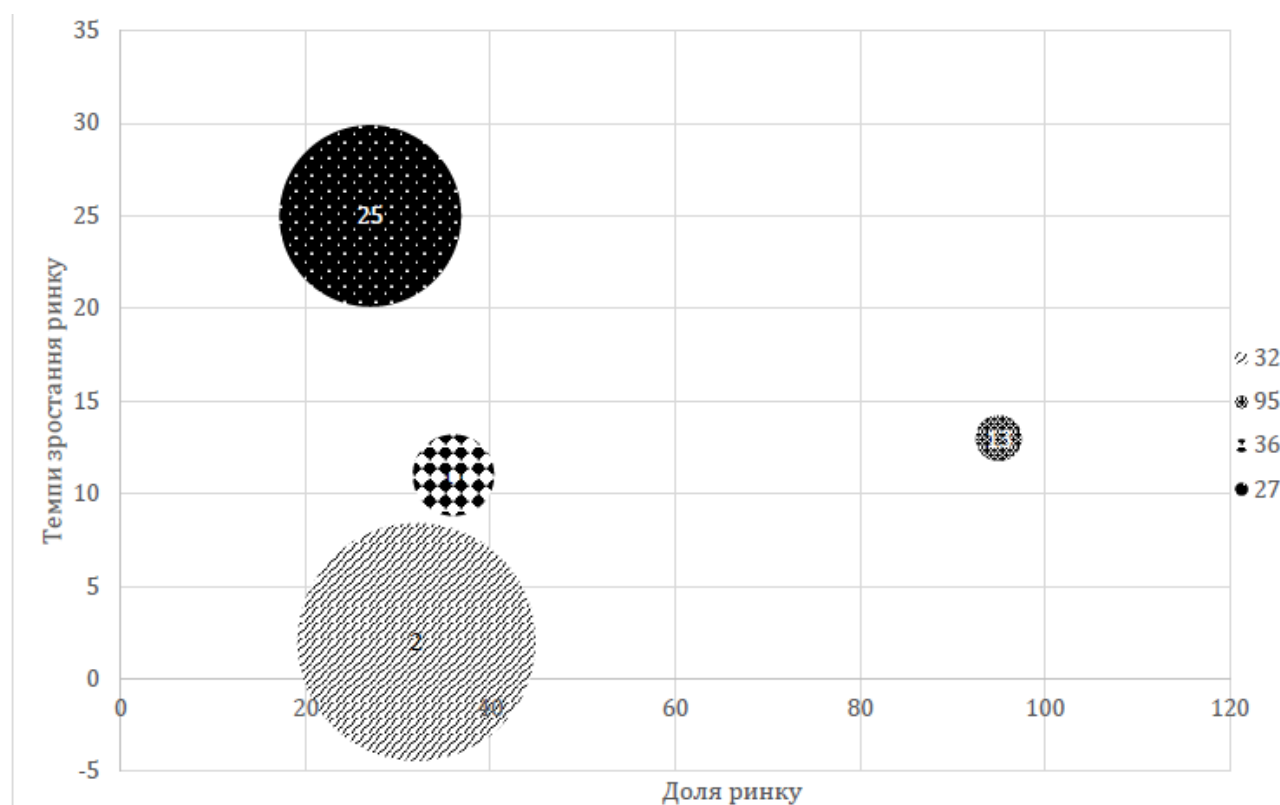


Рисунок 2.11 БКГ-Матриця ПрАТ «Оболонь»

(25 – Безалкогольні напої, 2 – Пиво, 13 - Слабоалкогольні напої, 11 – Мінеральна вода)

Група продуктів «безалкогольні напої» має великий показник росту ринку, але малу частку, що відносить її до «Знаків питання», або ж «Проблемна дитина». ПрАТ «Оболонь» повинна зробити вибір: інвестувати в маркетинг і спробувати зробити продукт «Зіркою», або дозволити продукту стати «Собакою», тобто обрати або ж стратегію зростання, або ж економію витрат.

Мінеральна вода займає позицію на межі «Собак» та «Знаків питання», адже ПрАТ «Оболонь» не займає великої частки ринку за цим видом продукції, а ще й ринок не має тенденцій до швидкого зростання. Для цього продукту варто обрати стратегію економії витрат зважаючи на масштаб виробництва іншої продукції.

Для утримання позиції на ринку напоїв України, задля підтримки конкурентоспроможності та освоєння нової частки ринку, компанії варто розробити та випустити принципово новий продукт, або підвищити якість за рахунок оновлення технології.

Висновки до розділу 2

На сьогодні «Оболонь» являється єдиною українською корпорацією, яка входить до топ-сорока найбільших пивоварних концернів світу.

«Оболонь» позиціонує себе в якості національної компанія, яка гідно представляє Україну у світі. Цим обумовлене відповідальне ставлення до свого продукту, споживачів, персоналу й партнерів. Корпоративна відповідальність компанії полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії й постійному діалозі з суспільством.

Структура корпорації «ОБОЛОНЬ» формувалася довгі роки під впливом стратегії розвитку, яка направлена на диверсифікацію виробництва, та перехід на сировину власного виробництва, а також інноваційний підхід, абсолютну екологічну безпеку й повну соціальну відповідальність.

Корпорація дбає про розвиток саме екологічних та якісних характеристик виробництва, мінімізацію шкідливих викидів й раціональне використання природних ресурсів в основному за рахунок щорічного впровадження інноваційних й енергозберігаючих технологій.

Проаналізувавши дані про реалізацію продукції підприємства, можна відмітити, що упродовж досліджуваних років, реалізація пива займає більшу частку порівняно з іншими видами продукції (більше 50 %), далі безалкогольні напої (14,9 %), наступна мінеральна вода (6,3%), й слабоалкогольні напої (5,3%).

У корпорації «Оболонь» забезпечується виконання усіх встановлених вимог щодо якості й безпечності сировини, матеріалів, обладнання й технічних засобів, а також послуг, що закуповуються, з метою запобігання використанню невідповідної сировини та виробництва небезпечної продукції.

РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРАТ «ОБОЛОНЬ»

3.1. Прийняття управлінського рішення з організації інноваційного процесу з вдосконалення якості продукції ПрАТ «Оболонь»

Підприємства пивної галузі успішно глобалізуються, освоюють нові ринки збуту, залучають капітал, удосконалюють виробничі процеси, впроваджують новітні системи управління, розширюють асортимент продукції, вдаються до використання нових сировинних ресурсів тощо. ПрАТ «Оболонь», займаючи в українській економіці традиційно сильні позиції, вже давно вийшла на зовнішні ринки, якість її продукції визнана у світі, сьогодні підприємство переходить з близьких і на далекі ринки. За свідченнями фахівців, вітчизняна пивна продукція не поступається за якістю західним аналогам і продуктивність праці відповідає показникам транснаціональних компаній.

Водночас у структурі собівартості продукції витрати на оплату праці і впровадження нових технологій на українських підприємствах набагато нижчі, а затрати на енергоносії, сировину й податки значно вищі. Щоб достойно конкурувати зі світовими виробниками, ПрАТ «Оболонь» доводиться приділяти суттєву увагу інноваційному розвитку, здійснюючи значні інвестиції в нові технології та модернізацію виробничих потужностей.

Залежно від типу та виду інновацій, а також кінцевого результату моделі циклів з організації інноваційного процесу з вдосконалення якості продукції ПрАТ «Оболонь» можуть відрізнятися за кількістю та складом етапів, стадій та тривалості інноваційного процесу.

Отже, для планування, аналізу та управління інноваційними процесами будуть потрібні різні моделі інноваційних циклів, які характеризують всю інноваційну діяльність ПрАТ «Оболонь», що необхідно для ухвалення обґрунтованого управлінського рішення.

Інноваційні цикли з вдосконалення якості продукції пивзаводуможуть бути і мати різний набір фаз інноваційного процесу, бути різною протяжністю. Це залежить від конкретного виду інновації та стадій наукового пошуку, які потрібні для вдосконалення якості продукції.

Відповідно, пропонуємо ПрАТ «Оболонь» модель інноваційного циклу з вдосконалення якості продукції, що враховує поділ інновацій за основними типами (продуктові, процесні) і представляє основні види процесних інновацій – технологічні та організаційно-управлінські.

Пропонована модель організації інноваційного процесу з вдосконалення якості продукції ПрАТ «Оболонь» включає п'ять основних етапів (від дослідження до дифузії) та десять стадій інноваційного циклу – від фундаментальних наукових досліджень до старіння інновації, в якості якої пропонується використання нової технології фільтрації пива.

Ця модель відображає трансформацію результатів інноваційного процесу з вдосконалення продукції від отримання нових знань до відмови від інновації та демонструє спільність циклічного процесу для різних видів технологічних інновацій.



на ПрАТ «Оболонь»

Джерело: складено автором

Спільним для всіх видів інновацій є послідовність виконання етапів циклу, а відмінності обумовлені кількістю та функціональним змістом кожного з етапів.

Так, початковий етап інноваційного процесу з вдосконалення якості продукції – «Дослідження» – поділяється на дві стадії: «Фундаментальні наукові дослідження» та «Пошукові, прикладні дослідження».

Хід інноваційного процесу організації вдосконалення якості продукції може починатися з першої чи другої стадії, якщо наявний обсяг знань дозволяє формувати ідеї створення інноваційної продукції або нової технології процесу виробництва.

На другому етапі – «Розробка» – відбувається трансформація ідей у нововведення шляхом розробки якісно нових властивостей продукції або підвищення ефективності процесів виробництва та управління. Причому, в щодо продуктової інновації проводяться маркетингові дослідження для визначення її затребуваності та можливої частки ринку, що розробляється продукції.

На третьому етапі – «Апробація» – у процесі реалізації четвертої стадії, де проект перетворюється на нововведення, очевидно виявляються різницю між видами інновацій. При створенні технологічних інновацій проводяться випробування змін процесу виробництва продукції, а у рамках організаційно-управлінської інновації створюються нові форми управління. П'ята стадія є спільною всім видів інновацій. Тут відбувається доопрацювання продукції або коригування нового процесу на підставі результатів четвертої стадії. Якщо під час аналізу отриманих результатів приймається рішення про кардинальній зміні створюваної інновації, то буде потрібно повернення на третю стадію інноваційного циклу.

Четвертий етап – «Виробництво, впровадження» - виконується, коли інноваційний продукт (технологія) повністю відповідає вимогам системи управління якістю. Для продуктових інновацій шоста стадія передбачає масове виробництво нової продукції, а процесних інновацій – впровадження. При цьому технологічні інновації починають застосовуватися у виробництві продукції, а організаційно-управлінські – у процесах управління виробничою діяльністю. Сьома стадія передбачає для продуктових інновацій оформлення товарного продукту чи марки, а

для процесних інновацій – оформлення інтелектуальної власності на отриману технологію з наступною реалізацією ліцензії на інновацію.

П'ятий етап – «Дифузія» – завершує весь інноваційний цикл та поділяється на три стадії, загальні всім видів інновацій. Вихід та поширення інновації на ринку здійснюється на восьмій стадії, що пов'язано з проведенням ряду рекламних та маркетингових заходів для можливо більшого охоплення ринку. На дев'ятій стадії, під час практичного використання покупцями інновації, шляхом опитування визначається потреба у покращенні продукції або технології. «За результатами аналізу отриманої під час опитування інформації може бути прийнято рішення про створення покращуючої інновації, яка в надалі буде затребувана на ринку. У разі рішення про створення покращує інновації відбувається повернення на другу стадію інноваційного циклу, з якого і починається новий інноваційний проект»[4].

Остання, десята стадія виявляє тимчасовий характер інновації. У процесі використання інновація поступово трансформується в продукт масового споживання або повсюдно використовувану технологію, а далі, коли попит продукції падає, а технологія заміщається ефективнішою, відбувається остаточна відмова від інновації. Запропонована модель дозволяє структурувати виконання інноваційних проектів під час їх планування.

Перед початком інноваційного процесу необхідно:

- скласти календарні плани робіт з розподілом по стадіях необхідні ресурси (людські, матеріальні, фінансові);
- розрахувати ризики виконання проекту (з оптимістичним та песимістичний прогноз);
- скласти мережевий графік робіт для оптимізації використання обладнання та персоналу при виконанні проекту [17].

У ході інноваційного процесу, коли запущено декілька інноваційних проектів, необхідно збирати інформацію про терміни виконання робіт, використання ресурсів, відповідно до запланованих показниками про характеристику одержуваних результатів у порівнянні з очікуваними, а у разі потреби – перераховувати показники ризикованості проекту. Така інформація сприятиме прийняттю обґрунтованого

управлінського рішення щодо модифікації схеми інноваційного циклу з урахуванням запропонованої моделі.

Отже, підприємства пивоварної промисловості найбільшу увагу слід приділяти технологічним та управлінським інноваціям.

3.2. Обґрунтування запровадження інноваційної технології виробництва пива

На сьогоднішньому етапі розвитку економіки України інноваційна діяльність лише починає набувати популярності. Лише прогресивні підприємства розробляють стратегії впровадження інновацій у різні сфери діяльності. Особливо актуальним дане питання є для ПрАТ «Оболонь», які випускають не один вид продукції, тобто є диверсифікованими.

Одним з важливих способів підвищення якості пива є його стійкість. Стійкість – один із основних показників готового пива. З часом при зберіганні в пиві відбуваються окисні процеси. Кисень вступає в хімічні реакції з жирними кислотами й амінокислотами, після чого утворюються сполуки, які впливають на колір, смак і показники якості готового пива.

Одночасно з процесами, які відбуваються під час зберігання пива, можуть протікати мікробіологічні процеси, які призводять до мікробіологічного забруднення готового пива. Прозорість і блиск – показники, які характеризують готове пиво.

Стійкість пива – це його здатність протистояти помутнінню; це час, упродовж якого пиво залишається прозорим за нормальних умов. Розрізняють колоїдну та біологічну стійкості пива.

У готовому пиві може залишатися багато незбродженого екстракту. Чим менша різниця між ступенем збродження готового пива і кінцевим ступенем збродження, тим вища його біологічна стійкість. Якщо ж є велика різниця, то мікрофлора пива буде метаболізувати на речовинах готового пива й утворювати помутніння, знижуючи тим самим біологічну стійкість.

У непастеризованому пиві, яке розлили в тару, залишається певна кількість бактерій, диких і культурних дріжджів, які в подальшому починають розвиватися. Це знижує його біологічну стійкість і після цього пиво мутніє.

Склад каламуті пива такий: білкові речовини – 14-77%, поліфенольні речовини – 1-55%, вуглеводи – 2-80%, мінеральні речовини – 1-14%.

Білкові клейстерні й оксалатні відносяться до колоїдних помутнень. Білкові помутнення спричиняють денатуровані білкові речовини, які залишилися в освітленому пиві. Їх причина полягає в високомолекулярних денатурованих білкових речовинах, вони не стійкі та випадають в осад при зміні температурного режиму або рН.

Клейстерні помутнення з'являються через неповний гідроліз крохмалю при затиранні зернопродуктів. Під час бродіння та при підвищенні концентрації спирту продукти гідролізу крохмалю утворюють осад. Якщо клейстерне помутнення виявляють на стадії доброджування, тоді додають солодову витяжку або фермент амілаза. Способи підвищення колоїдної стійкості пива:

- використання зерна з низьким вмістом сполук, які призводять до колоїдних помутнень;
- використання технологічних режимів у процесі отримання суслу і пива, які дозволяють знизити у продукті вміст білків, полісахаридів, поліфенолів тощо;
- застосування протеолітичних та амілолітичних ферментів, що здійснюють гідроліз білків і полісахаридів до з'єднань з меншою молекулярною масою;
- інтенсифікувати процес бродіння і своєчасно відділяти дріжджі;
- доброджування пива при низьких температурах;
- фільтрування пива з використанням марок кізельгуру з різною проникністю;
- застосування адсорбентів, що видаляють з пива нестійкі високомолекулярні з'єднання білкової та фенольної природи, а також їх комплекси;
- знизити вміст кисню в пиві.

Тому проектом передбачено запровадження технології, що підвищить стійкість світлих сортів пива, що виробляються ПрАТ «Оболонь» вдосконалити варильне відділення, з впровадженням технології підвищення стійкості пива з використанням

кізельгуру з подальшим підвищенням якості продукції.

По статті «Сировина й основні матеріали» плануються по прямому призначенню витрати на сировину, основні матеріали і вартість покупних напівфабрикатів, витрачених на вироблення продукції — солод ячмінний, пшеничний, карамельний, ячмінне і кукурудзяне борошно, ферменти, рисова січка чи рис, цукор, цукровий колер, молочна кислота, пивні дріжджі, хміль, екстракт хмелю, вода.

Кількість сировини наведено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1.

Стаття калькуляції сировина та основні матеріали

№ п/п	Сировина по продуктам	Одиниці виміру	Норма витрат на 1 дал.	Вартість одиниці, грн.	Витрати на 1 дал., грн.
1	Солод світлий	кг	0,011	2142	23,56
2	Ячмінь	кг	0,0036	4614	16,61
3	Рисова січка	кг	0,363	24,8	9,02
4	Вода	м.куб.	0,125	24,8	3,1
5	СО ² -екстракт хмелю	кг	0,0012	1500	1,8
6	Хміль	кг	0,034	258	8,77
Всього		-	-	-	62,86

Джерело: складено автором

По статті «Зворотні відходи» (віднімаються) плануються відходи виробництва пива — пивна дробина, пивні дріжджі, вуглекислота.

Вартість відходів, що можуть бути використані на підприємстві чи реалізовані на сторону без їхньої додаткової обробки (пивна дробина), виключається з вартості сировини за ціною реалізації (розрахунок наведено в таблиці 3.2).

Таблиця 3.2.

Стаття калькуляції «Зворотні відходи»

№ п/п	Сировина	Одиниці виміру	Норма витрат	Ціна за од	Вартість, грн
1	Пивна шротина	кг	0,0475	20	0,95
2	Пивні дріжджі	кг	0,0001	70	0,007
Всього		-	-	-	0,957

Джерело: складено автором

Вуглекислота і пивні дріжджі, що вимагають додаткової обробки, виключаються з витрат по сировині в такий спосіб: вуглекислота — виходячи з

витрат по обслуговуванню установки, по її вловлюванню в процесі виробництва; пивні дріжджі — у розмірі 50 % вартості дріжджів, відпущених у виробництво.

По статті «Допоміжні матеріали» плануються витрати на фільтрацію, оздоблювальні, пакувальні й інші матеріали, а також вартість бою пляшок у виробництві. До допоміжних матеріалів відносяться кронен-корка, етикетки, клей, пакувальні матеріали, вода для миття пляшок і бочок, каустична сода, фільтр-маса, декстрин, марля, бельтинг, бій пляшок, а також витрати по підготовці бочок до використання (мийка, пропарювання, нанесення трафаретів і ін.). Витрати на допоміжні матеріали, використовувані на технологічні цілі, відносяться на сорти пива прямим шляхом (розрахунок наведено в таблиці 3.3).

Таблиця 3.3.

Розрахунок статті калькуляції «Допоміжні матеріали»

№ п/п	Сировина по продуктам	Одиниці виміру	Норма витрат на 1 дал.	Вартість одиниці, грн.	Витрати на 1 дал. грн.
1	Вода	м3	0,4	24,12	9,64
2	Декстрин	кг	0,05	60,72	3,03
3	Кізельгур	кг	0,025	290	7,25
4	Кроненкорка	шт	25	0,09	2,25
5	Етикетки	шт	25	0,12	3
6	Пляшка	шт	0,93	4,2	3,91
7	Фільтр-картон	кг	0,14	20,12	2,81
8	Сода каустична	кг	0,021	60,72	1,27
Всього		-	-	-	33,16

Джерело: складено автором

По статті «Паливо на технологічні цілі» плануються витрати на підставі кількості умовного палива, розрахованого по нормах витрати на 1 дал пива. Загальна кількість умовного палива перераховується в пару (1 т. умовного палива прирівнюється до 7 т. пари). Далі розраховуються витрати на умовне паливо виходячи із собівартості пари. Вартість 1 т. умовного палива визначають розподілом собівартості пари на кількість умовного палива.

Витрати по статті «Електроенергія, паливо та холод на технологічні цілі» визначаються в загальному порядку планується вартість холоду, що витрачається на охолодження сусла і для дотримання належного температурного режиму

процесу виробництва (витримка, розлив). Планова кількість холоду на всі сорти пива визначається з норми витрати на 1 дал і виробничої програми. Вартість 1 млн. кДж холоду розраховується виходячи з кошторису витрат по утриманню компресорної і кількості отриманого холоду. Вартість холоду по сортах пива розподіляється пропорційно питомій вазі дал-днів витримки кожного сорту в загальній кількості дал-днів усього пива.

Таблиця 3.4

Розрахунок статті калькуляції «Паливо та енергія на технологічні цілі»

№ п/п	Показник	Одиниці виміру	Норма витрат енергоресурсів на 1 дал.	Ціна за одиницю, грн.	Вартість енергоресурсів на 1 дал., грн.
1	Пара	кг	6,64	4	26,56
2	Електроенергія	кВт	0,25	1,8	0,45
3	Стиснене повітря	м3	1,06	8	8,48
4	Холод	Гкал	0,045	360	16,2
	Всього		-	-	51,69

Джерело: складено автором на основі даних пивзаводу

Витрати по статті «Основна заробітна плата виробничих робітників» плануються в загальному порядку. Розподіл заробітної плати на окремі сорти пива здійснюється в такий спосіб:

а) заробітна плата робітників варильного відділення планується по сортах пива пропорційно питомій вазі кожного сорту пива в загальному випуску пива по декалітроцільності;

б) заробітна плата робітників бродильно-лагерного відділення розподіляється по сортах пива аналогічно розподілу витрат по холоду;

в) заробітна плата робітників розливу визначається пропорційно частки кожного сорту пива цеху розливу в загальному його випуску.

Згідно даних підприємства рівень заробітної плати на 1дал продукції згідно базового року 22,45 грн/дал

Загальновиробничі витрати згідно даних підприємства складають 12,7 грн/дал.

Витрати на утримання та експлуатацію обладнання згідно даних підприємства

12,5 грн/дал

Всі інші витрати розрахуємо в таблиці 3.5., враховуючи, що адміністративні витрати складають 8% виробничої собівартості, а витрати на збут 6% виробничої собівартості.

Таблиця 3.5

Розрахунок витрат на 1 дал продукції, грн

№ п/п	Статті	Витрати на 1 дал., грн..
1	Сировина та матеріали	62,86
2	Допоміжні матеріали	33,16
3	Паливо та енергія на технологічні цілі	51,69
4	Зворотні відходи (враховуються)	0,957
5	Основна та додаткова заробітна плата	22,45
6	Відрахування на соціальне страхування	4,94
7	Витрати на утримання та експлуатацію устаткування	32,5
8	Загальновиробничі витрати	22,5
9	Виробнича собівартість	231,06
10	Адміністративні витрати (8% від виробничої собівартості)	18,5
11	Витрати на збут (6% від виробничої собівартості)	13,86
	Повна собівартість	301,32
	Рентабельність, %	10
	Прибуток	30,13
	Ціна підприємства	331,46

Джерело: складено автором

На даній ділянці де планується запровадження нового фільтрату – кізельгуру виробляється 45тис.дал в рік світлого пива, отже на ці значення і перерахуємо всі основні техніко-економічні показники.

Виробнича собівартість на запланований обсяг $45 \cdot 231,06 = 10397,7$ тис.грн.

Адміністративні витрати $45 \cdot 18,5 = 832,5$ тис.грн.

Витрати на збут $45 \cdot 13,86 = 623,7$ тис.грн.

Повна собівартість $45 \cdot 301,32 = 13559,4$ тис.грн.

Загальний прибуток $45 \cdot 30,13 = 1355,85$ тис.грн.

Чистий прибуток $1355,85 \cdot 0,82 = 1111,1$ тис.грн.

Чистий дохід від реалізації $45 \cdot 331,46 = 14915,7$ тис. грн..

Розглянемо вплив заходу на базові показники діяльності ПрАТ «Оболонь».

Таблиця 3.6

**Вплив на основні показники фінансово-господарської діяльності ПрАТ
«Оболонь»**

Показник	Од. виміру	рік		Відхилення	
				2021/2020	
		2021	план	(+/-)	%
1	2	3	4	5	6
Чистий дохід від реалізованої продукції	тис. грн.	5 986 592	6001507,7	14915,7	0,25
Собівартість реалізованої продукції	тис. грн.	4 877 463	4887860,7	10397,7	0,21
Валовий прибуток	тис. грн.	1 109 129	1110484,85	1355,85	0,12
Витрати на збут	тис. грн.	790 218	790841,7	623,7	0,08
Адміністративні витрати	тис. грн.	423 695	424527,5	832,5	0,20
Прибуток чистий	тис. грн.	-130 821	-129709,9	1111,1	-0,86
Витрати на 1 грн. виручки від реаліз.	грн.	1,01	1,01	-	-

Джерело: складено автором на основі звітності підприємства

З даної таблиці очевидним є те що даний проект буде прибутковим і дасть змогу отримати більш високі якісні показники.

Висновки до розділу 3

Якість пива залежить від якості солоду та дріжджів, мінерального складу води легкості хмелю та продуктів його переробки, способів охмеління сусла та інших чинників, особливе місце в формуванні якості пива займає фільтрування, тому нами було запропоновано використовувати кізельгур, який під час фільтрації повинен утворювати пористе середовище, яке усмоктує забруднення, що підлягають видаленню, і полегшує стікання рідкої фази. Допоміжні матеріали повинні мати високий ступінь пористості і не деформуватися також і під впливом тиску. Використання нової технології дозволяє отримати додатковий прибуток в розмірі 1111,1 тис.грн.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Пивна індустрія займає значну нішу в усій переробній промисловості України. Вона є прибутковою не лише для інвесторів та безпосередніх виробників, а й для держави. Останнє полягає в тому, що пивоварні підприємства є великими платниками податків, а, враховуючи специфіку продукту, і місцевих зборів, даний продукт є досить рентабельним та популярним, тому вкладання коштів у його виробництво передбачає досить вигідні фінансові перспективи. На сучасному етапі розвитку доволі гострою проблемою для пивоварів є недовикористання виробничих потужностей, в тому числі замовлених сезонністю попиту на дану продукцію. Для пом'якшення наслідків диспропорцій у зв'язку з сезонністю попиту деякі підприємства пропонують торговельним партнерам особливі зимові умови, гнучкі 80 системи знижок у залежності від обсягів реалізації. Змінним є асортимент пропонованої продукції. Взимку перевага надається густим сортам з відносно високим вмістом алкоголю. Влітку ж, навпаки, перевага надається світлим сортам пива з невисоким рівнем густини. Важливою передумовою інноваційного розвитку підприємств галузі є зниження матеріаломісткості виробництва, впровадження прогресивних світових технологій, техніки, якісних характеристик вихідної сировини та матеріалів, застосування прогресивних біотехнологій, комплексної механізації та автоматизації виробничого процесу. В результат впровадження інноваційних технологій підприємства пивоварної галузі здатні досягти не лише виведення на ринок нових видів продукції і покращити її якість, але й зменшити витрати на сировину та енергоносії, знизити умовно-постійні витрати, втрати при транспортуванні та зберіганні, підвищити швидкість обороту обігових коштів, знизити обсяги авансованих платежів, знизити потребу у грошових коштах у цілому. Для підвищення ефективності розвитку вітчизняного пивоваріння держава повинна передбачити застосування як економічних, так і політичних важелів, забезпечити необхідні умови для формування розвиненої інфраструктури пивоваріння. Наведені умови інноваційного розвитку підприємств є важливим фактором не лише підвищення ефективності розвитку галузі, підвищення якості і

конкурентоспроможності вітчизняної продукції пивоваріння, але й подолання кризових явищ в економічному та соціальному розвитку України в цілому, з огляду на те, що пивоварна промисловість виступає вагомим джерелом накопичення капіталу для інвестування інших галузей економічної системи країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баланська Т., Постан М. Сучасні методи управління інвестиційними ризиками. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2014. Вип. 4. С. 53–66.
2. Білінчук В., Соболева-Терещенко О. Сучасний стан та перспективи розвитку пивного ринку в Україні. Проблеми і перспективи економіки та управління № 1 (17), 2019. С. 122-131
3. Боднар О. Якість продукції як економічна категорія та об'єктивна необхідність її підвищення. *Науковий вісник Чернівецького університету. Економіка*. 2014. Вип. 681. С. 136–140.
4. Братчук Л.М. Інноваційна діяльність: теоретико-методологічні підходи до формування об'єкта обліку. *Економіка АПК*. 2016. № 10. С. 59.
5. Вісник корпорації «Оболонь» / за ред. А. Церковної ; вид-во: Студія корпоративних комунікацій. 2015. № 30 47 с.
6. Гнучих Л.А., Шаповалова О.О., Впровадження проектного підходу до розробки нових видів продукції на промисловому підприємстві. *Науково-технічний збірник №112*. 2013 р. С. 129-134
7. ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ URL: <https://ipacademy.com.ua/derzhavna-pidtrymka-innovacijnyh-procesiv-v-ukrayini/>
8. Державна служба статистики України / Електронний режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
9. Державна служба статистики України: веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
10. Дослідження ринку пива в Україні. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-piva-v-ukraine-2022-god>
11. Єпіфанова І. Ю. Інноваційний потенціал підприємства: сутність, складові та фактори впливу. *Економіка та суспільство*. 2018. №14. С. 354–360.
12. Закон України «Про безпечність та якість харчових продуктів». / Електронний режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1

/ed_2011_02_03/Z970771.html.

13. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника чи визнання його банкрутом» / Електронний режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/5653-13#Text

14. Закон України «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин». Електронний режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2042-19>.

15. Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів»: / Електронний режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80>.

16. Закон України «Про продовольчу безпеку України» / Електронний режим: <http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/pt/reports.leftcol?ptid=9609>.

17. Закон України «Про стандартизацію» / Електронний режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1315-18>.

18. Залізко В.Д., Мартиненков В.І. Сутність інноваційного розвитку економіки сільських територій. Економіка АПК. 2016. № 4 С. 66.

19. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: Навчальним посібник. – С.: ВТД «Університетська книга», 2013. – 278 с.

20. Інноваційне забезпечення розвитку сільського господарства України: проблеми та перспективи: монографія / Лупенко Ю.О., Малік М.Й., Шпикуляк О.Г. та ін. Київ: ННЦ "ІАЕ", 2014. 516 с.

21. Коломієць Т.В. Формування аграрної інноваційної системи як шлях до накопичення інтелектуального капіталу підприємств агросектору. Економіка АПК. 2016. № 11. С. 94.

22. Краус Н. М. Інноваційна економіка в глобалізованому світі: інституціональний базис формування та траєкторія розвитку: монографія. Київ: Аграр Медіа Груп, 2019. 492 с.

23. Крикуненко Д.О. Проблеми впровадження інновацій на підприємствах.

Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського: вебсайт. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mimi/2011_4_1/1_5.pdf

24. Лексін Р. І., Гук О. В. Особливості формування стратегії інноваційного розвитку вітчизняних підприємств. Актуальні проблеми економіки та управління: збірник наукових праць молодих вчених. 2016. Вип. 10. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22432/1/2_6_Lieksin.pdf (дата звернення 10.10.2022).

25. Лохматова О. Шляхи підвищення ефективності виробництва (на прикладі ТОВ «Надія») <http://dspace.idgu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/1656>

26. Мельник Л.Ю. Інтеграція освіти, науки та виробництва в економіці знань аграрної сфери. Економіка АПК. 2017. №11 С. 67.

27. Місюк М.В. Інноваційно-інвестиційний підхід до формування та підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва. Економіка АПК. 2016. № 3. С. 74.

28. Наука та інноваційна діяльність в Україні. Статистичний збірник. – К.: Держкомстат, 2021. – 340 с.

29. Обсяги виробництва за 12 місяців 2020 р. Укрпиво: веб-сайт. URL: <http://ukrpivo.com/obsyag-virobnitstva-za-12-misyatsiv-2020/>

30. Основи інформаційних систем: Навч. посібник / Ситник В.Ф., Писаревська Т.А., Єршоміна Н.В., Краєва О.С.; За ред. Ситника В.Ф. – К.:КНЕУ, 2001. – 420 с.

31. Осовська Г. В., Фещенко А. О. Формування інноваційного менеджменту підприємства на основі синергетичної взаємодії технологічних інновацій з ресурсною, організаційноуправлінською та маркетинговою складовими бізнесу АГРОСВІТ № 11, 2015. С. 44-50

32. Офіційний сайт ПрАТ«Оболонь» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://obolon.ua/ua>

33. Ринок пива в Україні. Пивное дело: веб- сайт. URL: <https://pivnoe-delo.info/2021/10/16/rynok-piva-ukrainy-2021/>

34. Розвиток інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні. URL:

<https://zet.in.ua/statistika-2/rozvitok-investicijnoi-ta-innovacijnoi-diyalnosti-vukraini/>
(дата звернення: 05.11.2022).

35. Романова З.М., Романов О.С., Косоголова Л.О. Інтенсифікація процесів пивоваріння за участі ферментів 2018 р. С. 4-22

36. Рынок пива Украины URL: 2021 <https://pivnoe-delo.info/2021/10/16/rynok-piva-ukrainy-2021/>

37. Свиноус І.В. Інноваційне забезпечення інтенсивного розвитку свинарства. Інноваційна економіка. 2014. № 3. С. 284—285.

38. Смесова В. Економічні інтереси в системі відтворення економічних відносин суспільства : дис. ... докт. екон. наук : спец. 08.00.01. Дніпро, 2020. 586 с.

39. Смесова В. Поєднання інтересів людини і суспільства в заходах економічної політики держави як чинник соціалізації економіки. *Економічний та управлінський потенціал соціалізації економіки* : монографія / за заг. ред. З. Галушки. Чернівці : Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича, 2020. 408 с.

40. Смесова В.Л. Іщенко І.О. Інновації як основа підвищення якості продукції та забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету № 12. С. 76-80

41. Смолій Л. Інвестиційні аспекти формування інтелектуального капіталу в аграрному виробництві. Галицький екон. вісн. 2014. № 1. С. 62—69.

42. Стельмашенко О. О. Методичні підходи до визначення інструментів прямого державного впливу на функціонування ринку пива в Україні. Державне управління: удосконалення та розвиток № 6, 2011 URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=457>

43. Сучасний стан інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/20_2018_ukr/21.pdf
(дата звернення: 03.11.2022).

44. Україні ростуть продажі безалкогольного пива URL:<https://www.epravda.com.ua/tags/pivo/>

45. Хахула Б. В. Інновації, як чинник прискорення науково-технічного прогресу в аграрному секторі України URL:

<http://www.agrosvit.info/?op=1&z=3607&i=9>

46. Цвіркун Я. Як покращити конкурентні позиції компанії на ринку шляхом формування інноваційної бізнес-моделі. Інвестгазета: вебсайт. URL: <https://investgazeta.ua/blogs/yak-pokraschyty-konkurentni-pozytsii-kompanii-na-rynkushliakhom-formuvannia-innovatsiinoi-biznes-modeli>

47. Циліорик Г.І. Інноваційна діяльність в умовах економічної конкуренції URL: <https://magazine.faaf.org.ua/innovaciyna-diyalnist-v-umovah-ekonomichnoi-konkurencii.html>

48. Черкасов В. Проблемы риска в управленческой деятельности : монография. Москва : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 1999. 288 с.

49. Шендерівська Л. П., Гук О. В., Мохонько Г. А. Трансформація бізнесмоделей видавництв в умовах війни та пандемії. Економічний простір, 2022. №179. С. 79-85. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/179-12> (дата звернення: 18.12.2022).

50. Шендерівська Л. П., Кваско А. В. Напрями розвитку інноваційного потенціалу підприємств. Економічний простір. 2021. № 166. С. 74-80. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/42612/1/Napriamy_rozvytku.pdf. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/166-13> (дата звернення: 05.11.2022).

51. Шендерівська Л. П., Мельник І. Л. Статистичні дослідження як основа ефективного менеджменту у видавничій галузі. Інвестиції: практика та досвід. 2017. №9. С. 59-65. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2017_9_13 (дата звернення: 21.11.2022).

52. Шпикуляк О.Г., Курило Л.І., Лузан О.Ю. Розвиток інститутів інноваційної діяльності у формуванні інтелектуального капіталу: теоретичний аспект. Економіка АПК. 2013. № 7. С. 92.

53. Якість продукції та послуг, виробляєміх компанією, визначається здатністю задовольнити споживача URL : <https://thermasteel.ua/about/novosti/kachestvo-produktov-i-uslug,-proizvodimyix-organizacziej,-opredelyaetsya-sposobnostyu-udovletvorit-potrebitelya>(accessed 05 12 2022).

54. Atkinson, R. D. Understanding the U. S. National Innovation System, 2020. Information Technology & Innovation Foundation. November 2, 2020. URL: <https://itif.org/publications/2020/11/02/understanding-us-national-innovation-system2020> (accessed 13 December 2022)
55. Bagna, E., Ramusino, E.C., Denicolai, S. Innovation through Patents and Intangible Assets: Effects on Growth and Profitability of European Companies. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 2021. 7(4), 220. <https://doi.org/10.3390/joitmc7040220> (accessed 10 12 2022).
56. Drucker P.F.:*\ Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*. PWE. – Warszawa, 1992.
57. Grudzewski W.M., Hejduk I.K. *Metody projektowania systemow zarządzania, Difin*. – Warszawa, 2014.
58. Gutkevych, S., Shenderivska, L. Publishing and Printing Complex: Directions of Economic Development. *Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej - Zarządzanie/ Research Reviews of Czestochowa University of Technology – Management*. 2021 №43. pp. 16-31 URL: <https://zim.pcz.pl/znwz/zeszyt-naukowynumer-43.html> (accessed 19 January 2023).
59. Maital, S., Seshadri, D.V.R. *Innovation Management: Strategies, Concepts and Tools for Growth and Profit*. Sage s Pvt., 2012. 584 p. (accessed 10 October 2022).
60. Painter, G. *Innovation in Investment Management*. The Investment Association. 04 April 2022. URL: <https://www.theia.org/media/savingmatters/innovation-investment-management> (accessed 05 12 2022).
61. Pałucha K. *Mapowanie Strumienia Wartości // Praca zbiorowa / Pod red.A. Karbownika „Czynniki kształtujące elementy systemu zarządzania współczesną organizacją”*. – Gliwice: Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, 2018.
62. Rutkowski I.P. *Modele rozwoju nowego produktu / Marketing i Rynek*. – 5/2013.
63. Schaeffer, Ch. *How Much Should You Invest in Innovation*. URL: <https://customerthink.com/how-much-should-you-invest-in-innovation/> (accessed 07 October 2022)

64. Shenderivska, L., Lazorenko, T., Butkevych, O., Khomenko, A., Shuprudko, N. (2022) Information Support for Economic Growth and Security under the Influence of COVID-19. IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security, VOL.22 No.1, January 2022. 206-212. URL: <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2022.22.1.28> (accessed 9 12 2022).
65. Schumpeter's View on Innovation and Entrepreneurship April 2013SSRN
66. Sobolieva-Tereshchenko O. The Bank Card Market: a Comparative Analysis of Ukraine and its Neighboring Countries. Comparative Economic Research. 2018. Vol. 21 (4). P. 25–44. URL: <https://doi.org/10.2478/cer-2018-0025>.
67. Sold production, exports and imports by PRODCOM list (NACE Rev. 2) - annual data. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database>.
68. Tidd, J., Bessant, J., Pavitt, K. Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change (3rd ed.). John Wiley & Sons, New York, 2005. 196 p. (accessed 10 October 2022).
69. Ukrainian Startups' Rating. URL: <https://www.startupranking.com/top/0/4> (accessed 05 12 2022). Venture monitor. Офіційний сайт National Venture Capital Association. URL : <https://nvca.org/research/venture-monitor/> (accessed 11 11 2022).
70. Bendell T. Mentors of quality. Collection of short essays on the most famous foreign figures in the field of quality , 2020. 48 с.
71. Cooper R. G. Winning at new products. Accelerating the process from idea to launch. Cambridge (MA): Perseus Publishing, 2001
72. Builder Magazine, July 2010 / «Innovation's Next Steps» / URL: <http://www.builderonline.com/search?q=Innovation's+Next+Steps> (дата обращения: 18.12.2022).
73. Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD / Main Science and Technology Indicators / URL:<http://www.oecd.org/sti/msti.htm> (дата обращения: 19.12.2022).
74. The Quality Management System Improvement for the Enhancement of Production Competitiveness / S. Mizanbekova, A. Umbetaliev, A. Aitzhanova [et al.] // Espacios. – 2017. – Vol. 38, № 42. – P. 56–68.

75. Priorities of Mixed Fodder Production Development in Emerging Countries: the Case of Kazakhstan / S. Mizanbekova, A. Umbetaliev, A. Aitzhanova [et al.] // *Espacios*. – 2017. – Vol. 38, № 42. – P. 29–41.

76. Mizanbekova, S. Food supply security: the case of EAEU member-states / S. Mizanbekova, M. Uspanova, D. Kunanbaeva // *Journal of Entrepreneurship Education*. – 2018. – Vol. 21

Додаток А

			КОДИ
		Дата	01.01.2022
Підприємство	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ОБОЛОНЬ"	за ЄДРПОУ	05391057
Територія	Київська обл.	за КАТОТГГ	8038000000
Організаційно- правова форма господарювання	Акціонерне товариство	за КОПФГ	230
Вид економічної діяльності	Виробництво пива	за КВЕД	11.05
Середня кількість працівників: 3157			
Адреса, телефон: 04212 Київ, Богатирська, 3, (044) 412-84-10			
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака			
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):			
за національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку			
за міжнародними стандартами фінансової звітності			v

Консолідований баланс
(Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2021 р.

Форма №1-к

Код за ДКУД

1801007

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	4 686	4 245
первісна вартість	1001	43 969	44 059
накопичена амортизація	1002	(39 283)	(39 814)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	11 272	63 759
Основні засоби	1010	4 352 291	4 067 871
первісна вартість	1011	12 080 275	12 043 666
знос	1012	(7 727 984)	(7 975 795)
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0

Продовження додатку А

знос	1017	(0)	(0)
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	(0)	(0)
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	18 542	18 747
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Гудвіл при консолідації	1055	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	14	14
Усього за розділом І	1095	4 386 805	4 154 636
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	1 015 849	1 040 911
Виробничі запаси	1101	0	0
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	272 112	417 089
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	101 840	52 838
з бюджетом	1135	69 326	72 919
у тому числі з податку на прибуток	1136	4 233	3 350
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	20 095	13 978
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	17 048	29 122

Продовження додатку А

Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	5 983	11 950
Усього за розділом II	1195	1 502 253	1 638 807
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	5 889 058	5 793 443

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	73 144	73 144
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	2 445 387	2 293 845
Додатковий капітал	1410	1 198	695
Емісійний дохід	1411	8 353	8 353
Накопичені курсові різниці	1412	-7 155	-7 658
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	167 847	188 568
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(13 580)	(13 580)
Інші резерви	1435	0	0
Неконтрольована частка	1490	0	0
Усього за розділом I	1495	2 673 996	2 542 672
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	410 551	388 485
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	609 731	677 838

Продовження додатку А

Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	1 020 282	1 066 323
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	394 848	868 793
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	661 136	116 751
товари, роботи, послуги	1615	709 905	794 275
розрахунками з бюджетом	1620	102 148	131 216
у тому числі з податку на прибуток	1621	414	258
розрахунками зі страхування	1625	4 980	5 316
розрахунками з оплати праці	1630	80 097	22 719
одержаними авансами	1635	183 041	175 676
розрахунками з учасниками	1640	1 876	1 876
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	33 497	36 950
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	23 252	30 876
Усього за розділом III	1695	2 194 780	2 184 448
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	5 889 058	5 793 443

Керівник

Булах І.В.

Головний бухгалтер

Бахов І.І.

Додаток Б

Підприємство	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ОБОЛОНЬ"	Дата за ЄДРПОУ	КОДИ
			01.01.2021
			05391057

**Консолідований звіт про фінансові результати
(Звіт про сукупний дохід)**

за 2021 рік

Форма №2-к

I. Фінансові результати

Код за ДКУД

1801008

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5 986 592	5 549 706
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	(0)	(0)
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(4 877 463)	(4 070 109)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий: прибуток	2090	1 109 129	1 479 597
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	128 230	72 812
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0

Продовження додатку Б

Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	(423 695)	(361 150)
Витрати на збут	2150	(790 218)	(728 729)
Інші операційні витрати	2180	(18 439)	(5 311)
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	5 007	457 219
збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	174	338 280
Інші доходи	2240	32 680	-238 394
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(188 451)	(246 351)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(1 618)
Інші витрати	2270	(0)	(-15 776)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	0	324 912
збиток	2295	(150 590)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	19 769	13 702
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	0	338 614
збиток	2355	(130 821)	(0)

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4

Закінчення додатку Б

Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	-503	-718
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-503	-718
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	(0)	(0)
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-503	-718
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-131 324	337 896
Чистий прибуток (збиток), що належить:			
власникам материнської компанії	2470	0	0
неконтрольованій частці	2475	0	0
Сукупний дохід, що належить:			
власникам материнської компанії	2480	0	0
неконтрольованій частці	2485	0	0

III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	3 389 517	2 993 302
Витрати на оплату праці	2505	728 365	705 528
Відрахування на соціальні заходи	2510	154 432	149 141
Амортизація	2515	402 242	399 564
Інші операційні витрати	2520	1 381 481	1 204 645
Разом	2550	6 056 037	5 452 180

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	325 127	325 127
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	325 127	325 127

Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-0,402400	1,041500
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-0,402400	1,041500
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0,00	0,00

Керівник

Булах І.В.

Головний бухгалтер

Бахов І.І.