

УДК 330.341.1:658.155.3 К 31

Кашпур А.П., студентка III курсу

Науковий керівник — **ВОВК Л.А.**, викладач

ВСП “Технологічно-економічний фаховий коледж

Білоцерківського національного аграрного

університету”

vovkla@ukr.net

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА З МЕТОЮ ПОДОЛАННЯ ЗБИТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. У статті виявлено та обґрунтовано чинники, що його сприяють або стримують інноваційний розвиток підприємств, розглянуто його проблеми та перспективи у сучасних умовах.

Ключові слова: інноваційна діяльність, інноваційний процес, інноваційний розвиток, напрями розвитку, впровадження інновацій.

Необхідність інноваційного розвитку диктується самою суттю ринкової економіки, де вижити в умовах нормальної конкурентної боротьби можуть лише ті підприємства, які систематично впроваджують інновації. Розуміючи це, багато підприємств інтенсивно використовують у себе різні новації, метою яких є підвищення конкурентоздатності та прибутковості [1].

Забезпечення успішного функціонування та стійкого розвитку підприємства потребує врахування особливостей виробництва продукції при плануванні їх діяльності, зокрема, при плануванні організаційно-технічного розвитку [2].

Так з 2011 року компанія «Маревен Фуд Європа» відома серед українців як один з найбільших виробників продуктів швидкого приготування та кулінарної продукції в Європі. Компанія реалізовує свою продукцію під брендами «Rollton» і «BIGBON» не тільки на українському ринку, але і в більше ніж 25 країнах світу, розвиває широку експортну мережу в країнах Європи та MENA (Близький Схід і Північна Африка). ТОВ «Маревен Фуд Європа» було визнано експортером року в Україні, а в країнах Балтії ТМ Rollton вже кілька років поспіль отримує нагороду «Вибір року» [3].

Аналіз фінансової звітності підприємства нажалі вказує на негативні тенденції в діяльності підприємства, а саме: підприємство, незважаючи на свої потужності виробництва та популярність серед споживачів, є неефективним та малоприбутковим. Переглянувши динаміку останніх 5-ти років маємо, що ТОВ «Маревен Фуд Європа» збитковим, що можна побачити на рисунку 1:

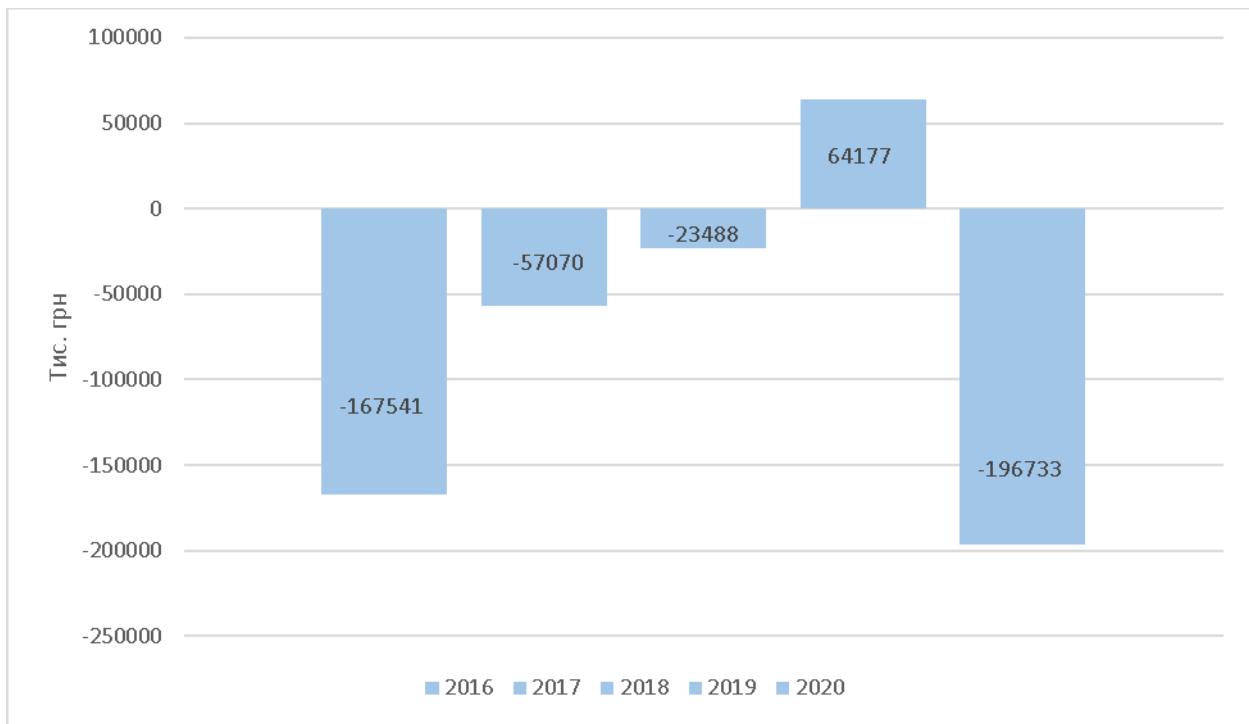


Рис.1 Динаміка фінансових результатів ТОВ «Маревен Фуд Європа»

Такий стан речей пояснюється рядом причин. Діюче виробництво розраховане на потужність 30 млн штук в місяць, фактична ж потужність вже складає більше 40 млн штук в місяць і відповідно підприємству не вистачає складських приміщень. З цією метою орендуються склади під Києвом, що тягне за собою значні додаткові витрати та збільшує собівартість продукції. Крім того, щорічно зростають ціни на сировину, енергоносії, витрати на достойну оплату праці, що знову ж таки відображається на собівартості. Деякі асортиментні позиції вже є збитковими, однак виробляються, оскільки мають підвищений попит. Звісно підприємством роблять поступові кроки до зниження збитковості, як от випуск нових видів продукції (Макаронні вироби швидкого приготування: «Паста з грибами», «Паста карбонара», «Паста з куркою»; Макаронні вироби традиційного приготування: «Локшина яечна домашньому», «Локшина яечна класична», «Макарони спагеті», «Макарони пера», «Макарони вермішель», «Макарони спіралі», «Макарони метелики»), однак попит на них ще невисокий і відповідно окупність ще досягнута. Також задля зниження витрат на додаткові складські приміщення та розширення виробництва, розпочато будівництво нового заводу (інвестовано 50 млн.грн), що в майбутньому має принести додаткові вигоди [3].

Задля уникнення стихійного зростання цін на закупівлі, підприємство використовує інструменти автоматизації закупівель. Імовірність отримати кращу ціну товару пропорційна обсягам бази постачальників, тому однією з основних цілей є її збільшення.

На пошук постачальників йде багато ресурсів – як часових, так і людських. Оптимальним рішенням було б бачити всіх постачальників в одному вікні. Наразі використовується електронний майданчик торгів — SmartTender.

На даний момент на ньому розміщуються всі закупівлі з бюджетом від 5000 грн.

Якщо говорити про ефективність, то нижче представлені проміжні результати:

а) за перші три місяці база надійних постачальників «Маревен» розширилася на 30 контрагентів (раніше за аналогічний період цей показник становив 10 контрагентів);

б) економія часових ресурсів – до 50%;

в) зниження вартості товарів і собівартості продукту в 1,5 рази.

Спочатку основними категоріями закупівлі через майданчик були інструменти, послуги та обладнання. Потім було проведено широкий тендер із сировини на більше ніж 40 позицій. Так формується цінова градація, і перевіряється відповідність фактичних зразків вимогам «Маревен».

Таким чином, в процесі подолання збитковості, а найпершим кроком є зниження собівартості, «Маревен Фуд Європа» рекомендується аналізувати, потім діяти. А грамотне використання наявних можливостей разом із залученням нових інструментів дозволить побачити результати вже у короткостроковій перспективі.

Список літератури

1. Левківський О. В. Інвестиційно-інноваційна діяльність. Інтелект XXI. 2017. № 4. С.78-82
2. Турун Л. Інноваційний розвиток підприємств. Мат. V Всеукраїн. наук.-практ. конф. (27–30 листоп. 2019 р., м. Львів) / упоряд. А. М. Штангрет; редкол.: О. І. Копилюк, Є. М. Палига, Я. Я. Пушак та ін. Львів: Укр. акад. друкарства, 2019. 413 с. (с.308-312)
3. Офіційний сайт ТОВ «МаревенФуд Європа» [Електронний ресурс]. – URL: <https://mareven.ua/>