

Центральноукраїнський національний технічний університет
Економічний факультет
Кафедра економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи

«ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ»

Завідувач кафедри

д.е.н., професор

_____ Володимир ЗАЙЧЕНКО

«__» _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗА ДРУГИМ (МАГІСТЕРСЬКИМ) РІВНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ

на тему:

**Управління інноваційним розвитком в умовах цифровізації (на
прикладі ТОВ «Піца 32 см», м. Кропивницький)**

**«Management of innovative development in the context of
digitalisation»**

Виконав здобувач вищої освіти
2м курсу, групи ЕП-23м-1,4
ОПП «Економіка підприємства»
спеціальності 051 «Економіка»
_____ Лейбенко А.О.

«__» _____ 2024 р.

Керівник роботи: к.т.н., доцент
_____ Чумаченко О.С.

«__» _____ 2024 р.

Рецензент: к.е.н., доцент
_____ Мельник Т.А..

м. Кропивницький
2024

Центральноукраїнський національний технічний університет

Факультет Економічний

Кафедра Економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Галузь знань Соціальні та поведінкові науки

Спеціальність 051 «Економіка»

Освітньо-професійна (освітньо-наукова) програма Економіка підприємства

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Завідувач кафедри

_____ (підпис)

д.е.н., проф. Володимир ЗАЙЧЕНКО

(наук. ступінь, вч. звання, ім'я та прізвище)

« ___ » _____ 202__ року

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
ЗА ДРУГИМ (МАГІСТЕРСЬКИМ) РІВНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ
ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Лейбенко Андрія Олександровича

(прізвище, ім'я та по-батькові)

1. Тема роботи Управління інноваційним розвитком в умовах цифровізації
(на прикладі ТОВ «Піца 32 см», м. Кропивницький)

2. Керівник роботи Чумачекно Ольга Сергіївна, к.т.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

3. Строк подання роботи до захисту _____

4. Мета та завдання кваліфікаційної роботи Мета: полягає у дослідженні процесів впровадження цифрових технологій у діяльність підприємства, а також оцінці їх впливу на підвищення конкурентоспроможності, ефективності управлінських і виробничих процесів

Завдання:-розглянути поняття інноваційного розвитку та визначити його значення для підприємств у цифрову епоху;

- дослідити особливості управління інноваціями в умовах цифровізації;

-визначити теоретичні підходи до оцінки ефективності інноваційного розвитку підприємств;

-розглянути загальну характеристику діяльності підприємства;

- проаналізувати інноваційні технології та цифрові рішення, впроваджені підприємством;
- здійснити оцінку ефективності управління інноваціями на підприємстві;
- запропонувати впровадження сучасних цифрових технологій для підвищення ефективності діяльності;
- запропонувати рекомендації щодо удосконалення системи управління інноваціями в компанії.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Пошук джерел інформації	вересень 2024	
2	Написання вступу та розділу 1 кваліфікаційної роботи	жовтень 2024	
3	Написання розділу 2 кваліфікаційної роботи	жовтень 2024	
4	Написання розділу 3 кваліфікаційної роботи	листопад 2024	
5	Написання висновків	листопад 2024	
6	Оформлення списку використаних джерел	грудень 2024	
7	Остаточне оформлення роботи та додатків	грудень 2024	
8	Перевірка на унікальність	грудень 2024	
9	Отримання відгуку наукового керівника та рецензії	грудень 2024	
10	Підготовка до захисту	грудень 2024	

Дата видачі завдання
«05» вересня 2024 р.

Керівник роботи _____ Чумаченко О.С.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Завдання прийняте до виконання
«05» вересня 2024 р.

Здобувач _____ Лейбенко А.О.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Лейбенко А.О. «Управління інноваційним розвитком в умовах цифровізації (на прикладі ТОВ «Піца 32 см», м. Кропивницький)».

Кваліфікаційна робота за другим (магістерським) рівнем вищої освіти за ОПП «Економіка підприємства» зі спеціальності 051 «Економіка» / Центральноукраїнський національний технічний університет. Кропивницький, 2024. 80 с.

У першому розділі роботи розглянуті поняття цифрових інновацій та їх вплив на конкурентоспроможність підприємств. Досліджено особливості управління інноваціями в умовах цифровізації, а також теоретичні підходи до оцінки ефективності інноваційного розвитку підприємств.

Другий розділ присвячено загальній характеристиці діяльності ТОВ «Піца 32 см», проаналізовано інноваційні технології та цифрові рішення, впроваджені на підприємстві, а також проведено оцінку ефективності управління інноваціями.

Третій розділ містить пропозиції щодо вдосконалення управління інноваційним розвитком підприємства, зокрема, щодо впровадження сучасних цифрових технологій для підвищення ефективності діяльності та рекомендації для удосконалення системи управління інноваціями.

Ключові слова: інноваційний розвиток, цифровізація, управління інноваціями, підприємство, ефективність, цифрові технології

ANOTATION

Leibenko A.O. “Management of innovative development in the conditions of digitalization (on the example of LLC “Pizza 32 cm”, Kropyvnytskyi)”.

Qualifying work for the second (master's) level of higher education at the OPP «Economics of the enterprise» in the specialty 051 «Economics» / Central Ukrainian National Technical University. Kropyvnytskyi, 2024. 80 p.

The first section of the work examines the concept of digital innovations and their impact on the competitiveness of enterprises. The features of innovation management in the context of digitalization are studied, as well as theoretical approaches to assessing the effectiveness of innovative development of enterprises.

The second section is devoted to the general characteristics of the activities of LLC "Pizza 32 cm", analyzes innovative technologies and digital solutions implemented at the enterprise, and also assesses the effectiveness of innovation management.

The third section contains proposals for improving the management of innovative development of the enterprise, in particular, the introduction of modern digital technologies to increase the efficiency of activities and recommendations for improving the innovation management system.

Keywords: innovative development, digitalization, innovation management, enterprise, efficiency, digital technologies

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ	9
1.1. Поняття інноваційного розвитку та його значення для підприємств у цифрову епоху	9
1.2. Особливості управління інноваціями в умовах цифровізації.....	19
1.3. Теоретичні підходи до оцінки ефективності інноваційного розвитку підприємств.....	27
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ТОВ "ПІЦА 32 СМ"	36
2.1. Загальна характеристика діяльності підприємства	36
2.2. Аналіз інноваційних технологій та цифрових рішень, впроваджених підприємством	43
2.3. Оцінка ефективності управління інноваціями на підприємстві.....	48
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ТОВ "ПІЦА 32 СМ"	55
3.1. Впровадження сучасних цифрових технологій для підвищення ефективності діяльності.....	55
3.2. Рекомендації щодо удосконалення системи управління інноваціями в компанії	64
ВИСНОВКИ.....	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	77
ДОДАТКИ.....	82

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи . Інноваційний розвиток у цифрову епоху вимагає від підприємств не лише інвестицій у новітні технології, але й зміни підходів до управління, організаційної культури та людських ресурсів. Впровадження цифрових технологій, таких як автоматизація виробничих ліній, використання штучного інтелекту, машинного навчання, а також цифрових платформ для комунікації з клієнтами і партнерами, вимагає значних змін в управлінських практиках і здатності адаптуватися до нових умов. Цифрові технології дозволяють ефективно збирати і аналізувати великі обсяги даних, що дозволяє приймати більш обґрунтовані рішення, оптимізувати виробництво та покращити взаємодію з клієнтами через персоналізовані пропозиції та маркетингові стратегії.

Однак, впровадження інновацій в умовах цифровізації не є безпроблемним процесом. Це ставить перед компаніями нові виклики, серед яких – необхідність модернізації інфраструктури, адаптації працівників до нових технологій, управління змінами в організаційній структурі, а також вирішення питань безпеки даних і конфіденційності. Крім того, на тлі глобалізації і інтенсифікації конкуренції підприємства змушені швидше реагувати на зміни в ринковому середовищі, що вимагає високої гнучкості та здатності до швидкого впровадження інновацій.

Отже, управління інноваційним розвитком в умовах цифровізації є актуальним для сучасного бізнесу, оскільки дозволяє не лише підвищити конкурентоспроможність підприємства, але й створити стійку основу для його довгострокового розвитку. Інтеграція нових технологій в управлінські та виробничі процеси, відповідне навчання персоналу та підтримка інноваційної культури стають важливими складовими для того, щоб компанії змогли успішно впоратися з викликами цифрової епохи.

Мета та завдання дослідження. Метою дослідження полягає у дослідженні процесів впровадження цифрових технологій у діяльність підприємства, а також оцінці їх впливу на підвищення конкурентоспроможності, ефективності управлінських і виробничих процесів. Робота також спрямована на визначення ключових аспектів управління інноваційним розвитком, які можуть бути вдосконалені для досягнення стратегічних цілей підприємства в умовах цифровізації. Для вирішення поставленої мети необхідно розв'язати наступні завдання:

- розглянути поняття інноваційного розвитку та визначити його значення для підприємств у цифрову епоху;
 - дослідити особливості управління інноваціями в умовах цифровізації;
 - визначити теоретичні підходи до оцінки ефективності інноваційного розвитку підприємств
 - розглянути загальну характеристику діяльності підприємства; проаналізувати інноваційні технології та цифрові рішення, впроваджені підприємством;
- здійснити оцінку ефективності управління інноваціями на підприємстві;
- запропонувати впровадження сучасних цифрових технологій для підвищення ефективності діяльності;
 - запропонувати рекомендації щодо удосконалення системи управління інноваціями в компанії.

Об'єкт дослідження є управління інноваційним розвитком на підприємстві ТОВ «Піца 32 см» (м. Кропивницький).

Предметом дослідження є процеси цифровізації управлінських та виробничих процесів на підприємстві, інтеграція інноваційних технологій, а також методи та стратегії управління інноваціями для підвищення ефективності діяльності підприємства.

Теоретичною основою дослідження послужив аналіз та узагальнення

наукових праць вітчизняних та зарубіжних науковців, що ґрунтується на концепціях та моделях, які пояснюють процеси управління інноваційним розвитком, цифровізацію бізнесу та адаптацію підприємств до нових технологічних змін. Важливими для цього є теоретичні положення з інноваційного менеджменту, стратегії розвитку підприємств, а також цифрових технологій, які стали основними факторами впливу на бізнес-процеси в умовах цифровізації. Окремо можна виділити теоретичні засади моделей інноваційного розвитку, зокрема відкритої інновації, технологічного оновлення та трансформації управлінських систем за допомогою цифрових рішень. Теоретичні підходи до управління змінами та побудови стратегій інноваційного розвитку також є важливими аспектами для розуміння методів і шляхів досягнення конкурентних переваг.

Методологічною основою дослідження становлять загальнонаукові підходи, зокрема системний, функціональний і аналітичний. Враховуючи складність і багатогранність процесу управління інноваціями в умовах цифровізації, дослідження буде базуватися на використанні методів системного аналізу для комплексного вивчення процесів, методів та інструментів, що забезпечують інноваційний розвиток підприємства. Також будуть застосовані методи стратегічного управління, які дозволяють вивчити вплив цифрових інновацій на конкурентоспроможність підприємства. Для дослідження фінансових та організаційних аспектів застосовуватимуться кількісні методи аналізу (наприклад, статистичний аналіз показників інноваційної діяльності підприємства). Збір і аналіз емпіричних даних базуватиметься на досвіді підприємства ТОВ «Піца 32 см» та вивченні специфіки його діяльності в умовах цифровізації.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у наступному:
набуло подальшого розгляду:

- дослідження поняття цифрових інновацій розвитку підприємства;

– визначення специфічних інструментів і стратегій управління інноваційним розвитком, що дозволяють підприємству адаптуватися до вимог цифровізації в умовах ресторанного бізнесу, зокрема з урахуванням змін у споживчих вподобаннях, впливу новітніх цифрових технологій та потреби у постійній модернізації обслуговування клієнтів;

удосконалено:

– методологію оцінки ефективності інноваційного розвитку підприємства в умовах цифровізації, яка включає розширену оцінку впливу цифрових технологій на фінансові результати, процеси обслуговування та взаємодію з клієнтами;

– підхід до формування стратегії інноваційного розвитку підприємства, орієнтуючи його на технологічну адаптацію, автоматизацію процесів та інтеграцію сучасних цифрових інструментів для досягнення стабільного зростання та збереження конкурентних переваг у галузі ресторанного бізнесу.

Практичне значення. Практичне значення роботи полягає у розробці рекомендацій для удосконалення управління інноваційним розвитком на підприємстві ТОВ «Піца 32 см». Результати дослідження можуть бути корисними для підприємств, які прагнуть інтегрувати цифрові технології в управлінські та виробничі процеси. Зокрема, запропоновані методи та стратегії можуть допомогти покращити ефективність управлінських рішень, підвищити рівень інноваційної активності та адаптувати компанію до сучасних вимог цифрового середовища. Крім того, дослідження може сприяти оптимізації внутрішніх процесів на підприємстві, покращенню маркетингових стратегій, що в результаті може привести до зростання доходів та підвищення конкурентоспроможності компанії.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Основні положення кваліфікаційної роботи доповідалися на II Всеукраїнській науково-практичній конференції за темою «Проблеми і перспективи економічного розвитку в

умовах модернізації процесів в Україні і світі» та були опубліковані в вигляді тез на тему: «Особливості управління інноваціями в умовах цифровізації».

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота виконана згідно з методичних рекомендацій до виконання та захисту випускних кваліфікаційних робіт. Випускна кваліфікаційна робота викладена на 80 сторінках комп'ютерного тексту, складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Робота включає 1 таблицю, 5 рисунків, список використаних джерел налічує 42 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

1.1. Поняття інноваційного розвитку та його значення для підприємств у цифрову епоху

Інноваційний розвиток являє собою комплексний процес впровадження новітніх ідей, технологій, методів управління та рішень, спрямованих на досягнення якісних змін у діяльності підприємств. Він передбачає вдосконалення виробничих, організаційних і соціально-економічних аспектів функціонування, що дозволяє підприємствам ефективно адаптуватися до динамічних змін зовнішнього середовища, підвищувати конкурентоспроможність, оптимізувати використання ресурсів і забезпечувати стійкий розвиток у довгостроковій перспективі.

Дослідження інноваційного розвитку займає центральне місце у працях багатьох науковців, які аналізують його теоретичні та практичні аспекти. Увага приділяється визначенню сутності інноваційного розвитку, його ролі у забезпеченні стійкого економічного зростання, конкурентоспроможності підприємств і країн. Зокрема, вивчаються механізми впровадження інновацій, їх вплив на продуктивність і соціально-економічний розвиток, а також методи оцінки ефективності інноваційних проектів. Так, О. Адаменко вважає, що «інноваційний розвиток — це діяльність підприємства, що спирається на постійній пошук нових методів та засобів задоволення споживацьких потреб та підвищення ефективності господарювання; розвиток, що передбачає розширення меж інноваційної діяльності та впровадження інновацій в усі сфери діяльності підприємства» [1].

В дослідженнях С. Ілляшенко, «інноваційний розвиток, являє собою, процес господарювання, що спирається на безупинному пошуку і

використанні нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємств у мінливих умовах зовнішнього середовища у рамках обраної місії та прийнятої мотивації діяльності і пов'язаний з модифікацією існуючих і формуванням нових ринків збуту» [2].

І. Борисова під інноваційним розвитком розуміє «створення на фондовому ринку привабливості з точки зору дохідності інвестиційного ризику, тобто підвищення вартості бізнесу шляхом управління інноваціями»[3].

На думку, Х. Гумба «інноваційний розвиток не тільки основний інноваційний процес, але і розвиток системи факторів та умов, необхідних для його здійснення, тобто інноваційного потенціалу» [4].

О. Мороз розглядає «інноваційний розвиток, як процес пошуку та створення нової продукції та процесів на основі використання сукупності всіх наявних засобів та можливостей підприємства, що веде до якісних змін (підвищення конкурентоспроможності, збільшення стійкості в мінливих зовнішніх умовах, формування нових ринків збуту)» [5].

В своїх дослідженнях І. Підкамінний та В. Ципуринда під «інноваційним розвитком розуміють шлях, який базується на поглибленні поєднання цілей підприємства, його підсистем, цілей кожної особистості, яка працює в колективі, вдосконаленні її діяльності, вдосконаленні бізнес-процесів для досягнення загальних стратегічних цілей» [6].

Т. Пілявоз визначає «інноваційний розвиток як процес системного та послідовного просування підприємства до збалансованого стану, що забезпечується синергетичною взаємодією внутрішніх і зовнішніх факторів. Ці фактори впливають на стійкість організаційно-функціональної системи підприємства в умовах ринкової економіки. Основною характеристикою такого процесу є досягнення якісного результату, який залежить від інтенсивності та динаміки впровадження інноваційних змін у діяльність підприємства» [7].

В працях С. Полякової, І. Степнової, І. Федулової «розвиток підприємства, де джерелом розвитку є інновації» [8].

Узагальнюючи дослідження інноваційний розвиток проф. П. Микитюк з колективом авторів визначили «як процес спрямованої закономірної зміни стану підприємства, що залежить від інноваційного потенціалу цього підприємства та джерелом якого є інновації, що створюють якісно нові можливості для подальшої діяльності підприємства на ринку шляхом реалізації вміння знаходити нові рішення, ідеї та у результаті винаходів» [8].

Інноваційний розвиток підприємств ресторанного бізнесу є ключовим напрямом їхньої стратегії адаптації до сучасних ринкових умов, що характеризуються високим рівнем конкуренції, змінами споживчих переваг і стрімким розвитком цифрових технологій. Цей процес спрямований на впровадження нових ідей, технологій, продуктів та методів управління, які забезпечують зростання ефективності діяльності, покращення якості обслуговування і підвищення конкурентоспроможності закладів.

Інновації поділяються на декілька видів залежно від їхньої природи, цілей та сфери впровадження (рис. 1.1) [9]. Серед найважливіших видів інновацій виділяють технологічні, продуктові та процесні.

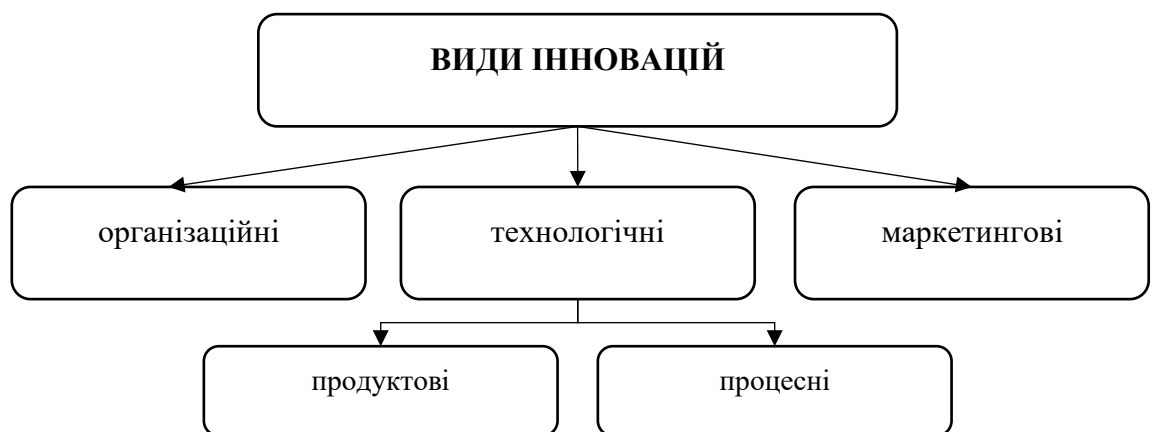


Рис. 1.1. Види інновацій

Джерело: складено автором [9]

Організаційні інновації є важливою складовою стратегії розвитку підприємств, оскільки вони зосереджені на вдосконаленні внутрішніх процесів управління, зміні структури та функціонування організації. Ці інновації охоплюють різні аспекти підприємницької діяльності, зокрема організаційну структуру, способи взаємодії між різними підрозділами підприємства, а також впровадження нових методів управління персоналом. Зміни в організаційній структурі можуть бути орієнтовані на покращення ієрархії, делегування повноважень, а також на створення більш гнучких і ефективних команд для підвищення оперативності й гнучкості компанії. Це може включати, наприклад, перехід на більш горизонтальні структури або інтеграцію між функціональними відділами, що дозволяє підвищити ефективність комунікацій та скоротити час на прийняття рішень. Водночас впровадження нових методів управління персоналом, таких як застосування сучасних підходів до мотивації працівників, розвитку їхніх професійних навичок або створення більш комфортного робочого середовища, сприяє підвищенню продуктивності праці та зменшенню плинності кадрів. Таким чином, організаційні інновації сприяють покращенню ефективності внутрішніх процесів і зміцненню організаційної культури, що є ключовим фактором для підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах сучасного ринку [10].

Маркетингові інновації відіграють важливу роль у забезпеченні успіху підприємства на ринку, оскільки вони стосуються розробки нових і ефективних методів просування продуктів чи послуг, що дозволяють підвищити їхню привабливість для споживачів і збільшити частку на ринку. Ці інновації охоплюють різноманітні стратегії та інструменти, серед яких особливу увагу заслуговують нові підходи до реклами, продажу, брендуння, а також розвитку каналів збуту. Наприклад, в умовах цифровізації маркетингові інновації можуть включати використання соціальних медіа та інтернет-платформ для просування товарів, а також залучення нових

технологій, таких як аналітика великих даних або штучний інтелект, для персоналізації маркетингових кампаній. Інноваційні стратегії в сфері брендування також можуть включати створення нових, унікальних брендів, а також формування емоційного зв'язку з клієнтами, що допомагає підвищити лояльність та задоволення споживачів. Важливим аспектом маркетингових інновацій є також адаптація цінової політики та використання нових способів комунікації з клієнтами, що дозволяє збільшити ефективність взаємодії з потенційними покупцями. Впровадження таких інновацій дозволяє підприємствам не тільки підвищити привабливість їхніх товарів чи послуг на ринку, але й створити конкурентні переваги, що сприяють їхній стабільності та росту в умовах жорсткої ринкової конкуренції [10].

Технологічні інновації пов'язані із створенням або впровадженням нових технологій, які змінюють або вдосконалюють процес виробництва, управління чи надання послуг. Вони спрямовані на підвищення продуктивності, ефективності використання ресурсів, зниження витрат і впровадження екологічно безпечних методів діяльності. Наприклад, автоматизація виробничих ліній, використання штучного інтелекту або технологій Інтернету речей (IoT). Продуктові та процесні інновації є важливими складовими технологічних інновацій, оскільки вони безпосередньо стосуються розробки нових продуктів та удосконалення виробничих процесів [10].

Продуктові інновації орієнтовані на застосування нових матеріалів і технологій, створення принципово нових продуктів, які здатні задовольнити зростаючі потреби споживачів. Натомість процесні інновації спрямовані на вдосконалення організації виробництва, зокрема через запровадження сучасних технологій і нових методів управління. У ресторанному господарстві України поширені інновації виробничого процесу, продуктові інновації та організаційні зміни, які дозволяють адаптувати підприємства до сучасних умов ринку. У ресторанному бізнесі це може бути розробка нових рецептів,

використання унікальних інгредієнтів, упровадження трендових продуктів (наприклад, страви на основі рослинного білка) або створення лімітованих лінійок страв чи напоїв [10].

Процесні інновації спрямовані на вдосконалення способів виконання операцій чи організації діяльності підприємства. Вони включають нові методи управління, логістики, оптимізації ланцюга поставок чи обслуговування клієнтів. Для ресторанного бізнесу це може означати впровадження систем автоматизації замовлень, вдосконалення кухонних процесів чи використання CRM-систем для персоналізації обслуговування клієнтів.

Кожен із цих видів інновацій може бути використаний окремо або в поєднанні, залежно від стратегічних цілей підприємства. Їх ефективне впровадження сприяє досягненню конкурентних переваг, покращенню економічних показників та забезпеченню довгострокового розвитку бізнесу.

Класифікація інновацій є важливим інструментом для систематизації та аналізу процесів впровадження нововведень. У науковій літературі інновації розглядаються через призму різноманітних критеріїв, що дозволяє краще зрозуміти їхню природу, особливості та можливий вплив на економіку (рис. 1.2)[11].

За рівнем новизни інновації поділяються на радикальні, ординарні, модифікуючі та псевдоінновації. Радикальні інновації (революційні, базові) спричиняють суттєві зміни в технологічному чи економічному середовищі, створюючи нові ринки або галузі. Ординарні інновації є поступовим розвитком існуючих технологій, тоді як модифікуючі інновації спрямовані на поліпшення вже наявних продуктів чи процесів. Псевдоінновації, хоч і здаються нововведеннями, насправді лише імітують зміни, не створюючи суттєвого доданого ефекту.

За новизною місця впровадження інновації можуть бути спрямовані на створення нової галузі або інтегровані в існуючу галузь.

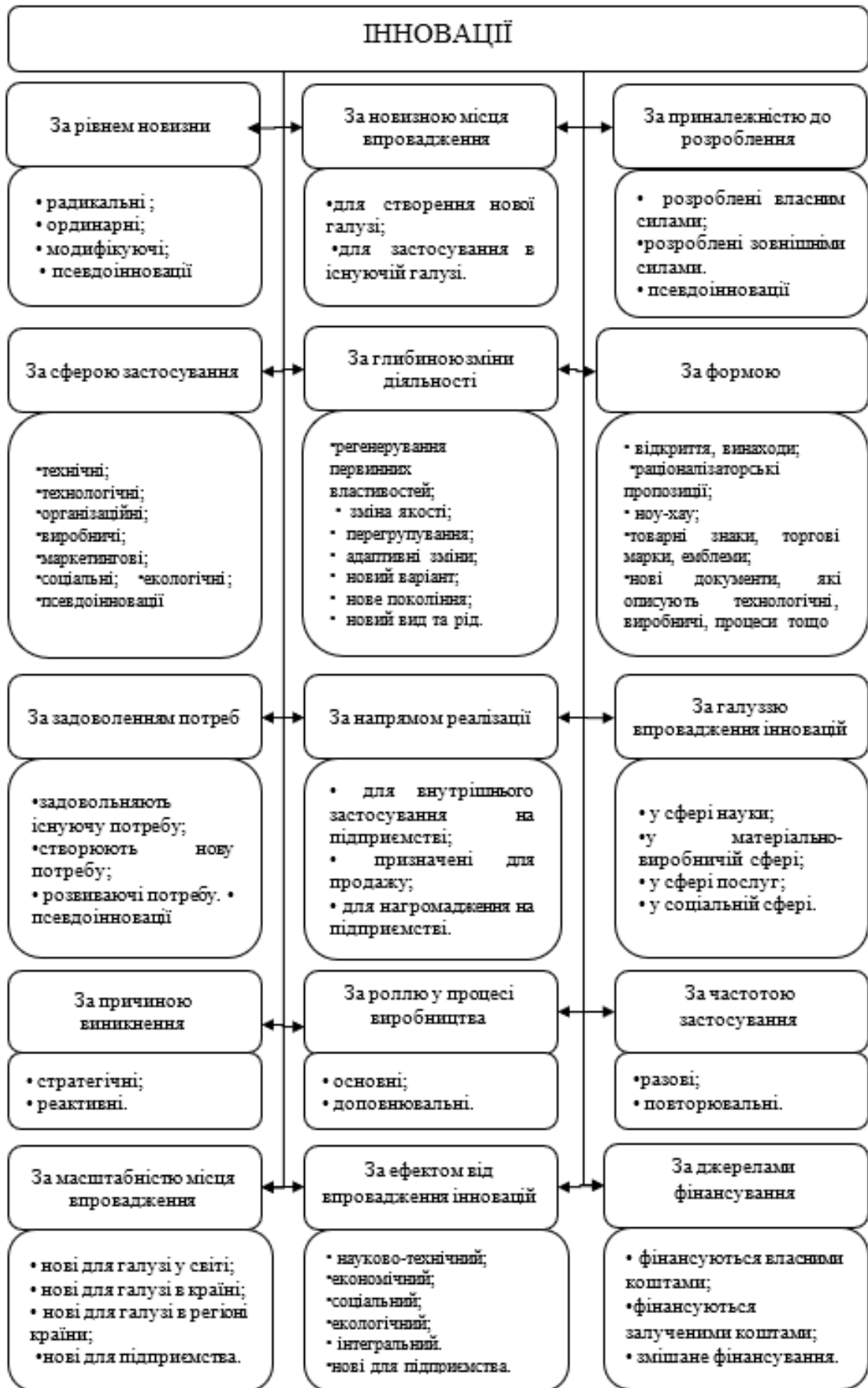


Рис. 1.2 – Класифікація інновацій

Це дозволяє розширити сферу їхнього застосування та оцінити вплив на різні елементи економічної системи.

За масштабністю місця впровадження інновації класифікуються як нові для галузі у світі, країні, регіоні чи підприємстві. Такий підхід забезпечує диференційований аналіз залежно від рівня адаптації інновацій до різних умов.

За сферою застосування виділяються технічні, технологічні, організаційні, виробничі, маркетингові, соціальні, екологічні інновації та інші. Кожна з цих категорій враховує специфіку галузевих процесів і впливає на окремі аспекти діяльності підприємств. За роллю у процесі виробництва розрізняють основні та доповнювальні інновації. Основні інновації визначають ключові зміни у виробництві, тоді як доповнювальні сприяють удосконаленню додаткових компонентів.

За задоволенням потреб інновації можуть задовольняти існуючі потреби, створювати нові чи сприяти розвитку вже наявних потреб, що має суттєве значення для формування попиту.

За напрямом реалізації інновації поділяються на ті, що застосовуються для внутрішніх потреб підприємства, призначені для продажу (трансферу) або спрямовані на нагромадження ресурсів.

За причиною виникнення можна виділити стратегічні інновації, які плануються заздалегідь, та реактивні, що з'являються у відповідь на зміни зовнішнього середовища.

За приналежністю до розроблення інновації можуть бути створені власними силами або розроблені зовнішніми ресурсами, що визначає рівень автономності підприємства у впровадженні нововведень.

За галуззю впровадження інновації знаходять застосування у науці, матеріально-виробничій сфері, сфері послуг, соціальній сфері тощо.

За формою інновації включають відкриття, винаходи, патенти, раціоналізаторські пропозиції, ноу-хау, торгові марки, документи, що описують нові технологічні чи управлінські процеси.

За частотою застосування інновації можуть бути разовими чи повторювальними, залежно від частоти їхнього використання у процесі виробництва.

За глибиною зміни виділяють інновації, спрямовані на регенерацію первинних властивостей, зміну якості, перегруповання, адаптацію, створення нового варіанта, покоління, виду чи роду.

За джерелами фінансування інновації фінансуються власними або залученими коштами, а також можуть мати змішане фінансування.

За ефектом від впровадження інновації забезпечують науково-технічний, економічний, соціальний, екологічний чи інтегральний результат.

Такий багатовимірний підхід до класифікації інновацій дозволяє не лише систематизувати процеси нововведень, але й визначити їхній вплив на розвиток економіки, ефективність управління та підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Інноваційний розвиток підприємств у цифрову епоху має суттєве значення для забезпечення їх конкурентоспроможності та стійкості в умовах постійно змінюваного ринкового середовища. Цифровізація дозволяє значно підвищити ефективність підприємницької діяльності, зокрема через автоматизацію виробничих процесів, оптимізацію управлінських структур і ресурсів, що веде до значного зниження витрат та покращення якості продукції. Крім того, цифрові інновації дають можливість створювати нові продукти і послуги, відповідно до актуальних вимог споживачів, що сприяє диференціації та створенню додаткових конкурентних переваг [12].

Особливе значення інноваційний розвиток набуває у контексті забезпечення гнучкості підприємств, дозволяючи їм швидко адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі та у технологічних трендах. В умовах цифрової трансформації підприємства здатні реалізувати нові бізнес-моделі, підвищуючи свої позиції на ринку та забезпечуючи стійкість до економічних і технологічних змін. Цифрові інновації також сприяють покращенню взаємодії

з клієнтами через нові канали комунікації, що дозволяє ефективніше задовольняти їх потреби та збільшувати рівень лояльності. Таким чином, інноваційний розвиток у цифрову епоху не лише забезпечує зростання підприємства, але й дозволяє йому успішно конкурувати в умовах швидко змінюваного бізнес-середовища.

Отже, інноваційний розвиток підприємств у цифрову епоху передбачає впровадження новітніх технологій та методів управління, що базуються на цифрових інструментах і платформах. Цей процес є ключовим для підвищення конкурентоспроможності, ефективності та адаптивності підприємств до швидкозмінних ринкових умов.

Цифровізація економіки та суспільства стала глобальним трендом, який суттєво впливає на всі аспекти діяльності підприємств. Вона змінює споживчу поведінку, формує нові моделі взаємодії та сприяє розвитку шерінгової економіки. У цьому контексті інноваційний розвиток стає невід'ємною складовою стратегії підприємств, оскільки дозволяє інтегрувати цифрові технології в бізнес-процеси, оптимізувати операційну діяльність та створювати нові продукти і послуги, що відповідають сучасним вимогам ринку.

Впровадження цифрових інновацій сприяє підвищенню продуктивності та ефективності підприємств. Зокрема, використання автоматизованих систем управління, аналітики великих даних та штучного інтелекту дозволяє оптимізувати виробничі процеси, знижувати витрати та покращувати якість продукції. Крім того, цифрові технології відкривають нові можливості для взаємодії з клієнтами, персоналізації пропозицій та підвищення рівня задоволеності споживачів.

Однак, для успішного інноваційного розвитку в умовах цифровізації підприємствам необхідно долати низку викликів. Серед них – необхідність постійного оновлення технологічної бази, розвиток цифрових компетенцій персоналу, забезпечення кібербезпеки та адаптація до швидких технологічних

змін. Відтак, стратегічне планування інноваційного розвитку має враховувати ці аспекти та передбачати гнучкість у впровадженні нових технологій.

Таким чином, інноваційний розвиток у цифрову епоху є критично важливим для підприємств, оскільки забезпечує їхню конкурентоспроможність та стійкість на ринку. Інтеграція цифрових технологій у бізнес-процеси дозволяє не лише підвищити ефективність діяльності, але й створити нові можливості для зростання та розвитку в умовах глобальної цифрової трансформації.

1.2. Особливості управління інноваціями в умовах цифровізації

Управління інноваціями в умовах цифровізації характеризується низкою специфічних особливостей, що зумовлюються стрімким розвитком технологій та трансформацією бізнес-процесів. Цифровізація створює нові можливості для підвищення ефективності інноваційного менеджменту, а також викликає потребу в адаптації традиційних підходів до управління змінами в організації.

Основною рисою управління інноваціями в цифрову епоху є інтеграція цифрових технологій у всі аспекти діяльності підприємства. Це передбачає використання великих даних, аналітики, штучного інтелекту, блокчейн-технологій та інших інструментів для оптимізації процесів і підвищення швидкості ухвалення рішень. Такі технології дозволяють не лише прогнозувати ринкові тенденції, але й швидко адаптувати бізнес-моделі до змін у зовнішньому середовищі.

Цифрові інновації забезпечують створення необхідних умов розробки та реалізацію інших, спрямованих на комерціалізацію, продуктових інновацій.

«Інноваційна цифровізація розглядається з позицій забезпечення необхідної інфраструктури для взаємодії учасників інноваційного процесу, оскільки самі цифрові технології є для підприємств інноваціями» [13].

«Цифрова інновація підприємства - засіб, що використовує цифрові процеси, ресурси та послуги, засновані на технологіях цифрової трансформації» [14]. Цілі цифрової трансформації компаній варіюються від впровадження окремих цифрових рішень до культурної трансформації та створення екосистем (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 - Цілі цифровізації підприємства

Типові цілі цифрових трансформацій	Короткий опис
Підвищення операційної ефективності	Зниження собівартості, підвищення надійності, вирішення операційних завдань за рахунок впровадження цифрових рішень
Підвищення конкурентоспроможності продуктів та послуг компанії	Виведення нових продуктів з використанням цифрових технологій; перехід на нові бізнес-моделі з використанням цифрових технологій для збереження конкурентних позицій компанії підвищення рівня сервісу споживачів
Підвищення якості бізнес-рішень та прозорості бізнесу	Збір нових даних та переведення існуючих даних у цифровий формат та впровадження інструментів аналітики даних: контроль за діяльністю компанії; підвищення якості прийнятих бізнес-рішень та виключення людських помилок»
Реалізація інноваційних проектів на основі цифрових технологій	Розробка та впровадження інноваційних рішень на основі цифрових технологій; реалізація рішень зовнішнім споживачам
Підвищення рівня «життєздатності» компанії	Цифрова, культурна, організаційна та часто операційна трансформації для якісної зміни компанії («цифрова компанія»): швидкість та гнучкість бізнес-процесів та використання ресурсів; швидка реакція зміну зовнішніх умов; клієнтоорієнтованість
Upgrade бізнесу компанії до екосистеми (платформи)	Монетизація існуючої клієнтської бази компанії чи технологічної платформи через створення цифрової екосистеми; вихід компанії за рамки традиційної галузі

Джерело: [15]

Основними відмітними елементами цифровізації для підприємства є:

– цифровізація має всеохоплюючий характер, що передбачає створення «цифрової екосистеми» та «цифрової платформи» для обміну інформацією між структурними підрозділами підприємства. Це дозволяє

ухвалювати оперативні рішення, здійснювати ефективне управління процесами та обробляти великі масиви даних.

- цифровізація забезпечує безперервний доступ до інформації про стан усіх процесів, систем і структур підприємства, що включає збір, обробку та аналіз даних.

- використання цифрових технологій сприяє прискоренню ухвалення рішень, що є критично важливим для забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Інтеграція цифрових технологій у діяльність підприємства забезпечує низку переваг, зокрема покращення інформаційної взаємодії між етапами життєвого циклу продуктів чи послуг. Цифрова трансформація дозволяє суттєво підвищити ефективність бізнес-процесів завдяки впровадженню інновацій та адаптації бізнес-моделей до вимог сучасної цифрової економіки.

Відповідно до досліджень, швидкість упровадження цифрових технологій у підприємства залежить від двох основних чинників. Перший — це внутрішні можливості та готовність організації до змін, другий — зовнішні стимули, які сприяють цифровій трансформації [16].

Управління інноваціями є ключовим чинником забезпечення конкурентоспроможності та стійкого розвитку підприємства в умовах сучасної економіки, що характеризується швидкими змінами та високим рівнем невизначеності. Ефективне управління інноваційними процесами сприяє створенню нових продуктів, технологій, послуг або бізнес-моделей, які задовольняють змінювані потреби ринку та споживачів.

Особливості управління інноваціями визначаються складністю і багатогранністю інноваційної діяльності, яка охоплює всі етапи — від ідеї до комерціалізації. Основними характеристиками цього процесу є високий рівень ризиків, пов'язаних із невизначеністю результатів, необхідність значних фінансових і людських ресурсів, а також інтеграція різних функціональних напрямків підприємства. Управління інноваціями передбачає створення

сприятливого середовища для генерації нових ідей, їхньої оцінки, розробки та впровадження.

Управління інноваційним розвитком підприємства є безперервним, складним процесом, який спрямований на впровадження якісних змін на основі інновацій і реалізації функцій управління. Основними функціями управління є планування, організація, мотивація та контроль, що забезпечують досягнення стратегічних цілей підприємства.

На етапі **планування** підприємства формують візію та стратегію розвитку, які часто орієнтовані на інноваційний шлях. Прогресивні керівники дедалі більше віддають перевагу цьому підходу, розглядаючи його як пріоритетний порівняно з інтенсивними чи екстенсивними методами. Інноваційний шлях передбачає розробку і впровадження нових бізнес-моделей, які спрямовані на розширення ринку, підвищення доходів і адаптацію до змінних умов зовнішнього середовища. Замість традиційного адміністративного підходу такі керівники застосовують ситуаційний підхід, який враховує специфіку внутрішніх і зовнішніх факторів. Це забезпечує високий рівень залученості працівників розумової праці, що сприяє генерації нових ідей і адаптації підприємства до змінних потреб ринку [16].

Інноваційний розвиток характеризується високим рівнем динамічності та постійними змінами, які вимагають адаптації до різноманітних запитів споживачів. Такий підхід базується на змішаній ринковій моделі, яка об'єднує елементи ринку покупця та продавця. Незважаючи на те, що інноваційні товари і послуги спрямовані на розв'язання нагальних проблем споживачів, вони також можуть активно пропонуватися підприємством. Інноваційний шлях розвитку часто характеризується виробництвом невеликих серій, високими витратами на збут і охопленням нішевих сегментів ринку.

Організація інноваційного розвитку передбачає створення інституційних структур, таких як інноваційні центри, відділи маркетингу, логістики чи R&D, а також інтеграцію інноваційної діяльності у всі процеси

управління. Деякі підприємства впроваджують так звані «технологічні пісочниці» — платформи для тестування нових ідей і розробки пілотних проєктів, а також центри стратегічної аналітики для підтримки рішень у сфері бізнесу та ІТ. Основною метою таких структур є стандартизація інноваційних процесів та поширення інновацій серед усіх підрозділів підприємства [16].

Значна увага приділяється практиці відкритих інновацій, яка передбачає активну взаємодію підприємства з зовнішніми стейкхолдерами, такими як стартапи, спільноти розробників чи окремі інноватори. Наприклад, підприємства можуть проводити хакатони, залучати ідеї через мережу Інтернет чи створювати корпоративні бізнес-інкубатори для інтеграції інноваційних рішень.

Незважаючи на значний потенціал інноваційного розвитку, його впровадження вимагає значних ресурсів і підтримки на найвищому рівні управління. За даними досліджень, лише невелика частина підприємств створює окремі посади чи підрозділи, що займаються інноваціями, такими як директори з інновацій, цифрових продуктів або нових технологій.

Таким чином, управління інноваційним розвитком є багатограним процесом, що охоплює стратегічне планування, операційну діяльність, створення інноваційних структур і розвиток організаційної культури. Його реалізація сприяє підвищенню конкурентоспроможності, забезпеченню стійкого розвитку та адаптації підприємства до сучасних викликів.

Крос-функціональна взаємодія працівників і гнучкі методології роботи є ключовими елементами успішного функціонування сучасних підприємств. Однак управління інноваціями стикається з численними проблемами, зокрема з відсутністю культури інновацій, недостатньою підтримкою з боку топ-менеджменту та персоналу, відсутністю єдиної мети, нестачею ресурсів для інноваційної діяльності, а також слабкою координацією процесів та обміном інформацією між підрозділами.

Інші виклики включають критичне ставлення з боку партнерів, брак загального розуміння сутності інновацій, дефіцит творчих знань, конкурентної розвідки і технологічного аналізу, а також недосконалість систем мотивації й винагороди. Дані досліджень (KPMG) свідчать, що ці фактори значно ускладнюють ефективне впровадження інновацій.

У **мотиваційній** площині сучасні підприємства поступово переходять від традиційних підходів, що базуються переважно на матеріальному стимулюванні, до інноваційних моделей, які враховують як матеріальні, так і нематеріальні чинники. Інноваційний підхід до мотивації включає інтеграцію індивідуальних показників результативності в систему оплати праці, активізацію командної роботи, впровадження принципів безперервного навчання, а також розвиток горизонтальної кар'єри. Особливу увагу приділяють створенню спільної цінності (Creating Shared Value, CSV), яка передбачає інтеграцію соціальної та економічної цінності у бізнес-моделі [16].

На практиці ж більшість підприємств ще не має чітко визначених систем фінансової та нефінансової мотивації, орієнтованих на підтримку інноваційної діяльності. За даними досліджень, лише близько 10% компаній пов'язують винагороду з реальним ефектом від впровадження інновацій, і лише в небагатьох організаціях мотиваційна система охоплює всіх учасників інноваційного процесу.

Контроль за інноваційною діяльністю є ще однією важливою складовою управління. Сучасні підприємства, як правило, використовують традиційні методи контролю, які часто виявляються недостатніми для забезпечення ефективності інноваційних процесів. Більшість компаній сприймають інновації як засіб підтримки поточного становища на ринку, виконання регуляторних вимог або досягнення короткострокових цілей, таких як операційна ефективність чи підвищення репутації [16].

Управління інноваційними процесами має здійснюватися через чітку координацію на рівні спеціалізованих менеджерів або підрозділів, які здатні

аналізувати, планувати, організовувати, надихати і контролювати процеси створення інновацій, їхнього впровадження та масштабування. Ефективне управління передбачає також інтеграцію цифрових стратегій, розвиток цифрової грамотності персоналу, формування внутрішніх стартапів та альтернативних бізнес-моделей.

Державна підтримка інноваційного розвитку підприємств зосереджується на створенні освітніх, консультаційних і фінансових механізмів. Зокрема, вона включає проведення навчальних програм, тренінгів, форумів та семінарів, спрямованих на формування підприємницьких компетенцій, а також фінансування перспективних бізнес-проектів.

Таким чином, для подолання сучасних викликів і забезпечення стійкого інноваційного розвитку підприємства мають формувати цілісну стратегію управління, яка інтегрує всі рівні організаційної діяльності, починаючи від мотивації персоналу і закінчуючи взаємодією з зовнішніми стейкхолдерами.

Однією з важливих особливостей управління інноваціями є необхідність стратегічного підходу, який передбачає узгодження інноваційних цілей із загальною стратегією підприємства. Це дозволяє забезпечити інтеграцію інноваційної діяльності в усі бізнес-процеси, що сприяє підвищенню її ефективності. Для реалізації інноваційного потенціалу підприємства необхідно впроваджувати механізми прогнозування, аналізу ринку та адаптації до змін зовнішнього середовища.

Ключовою складовою управління інноваціями є ефективна організація комунікацій, як внутрішніх, так і зовнішніх. Взаємодія між різними підрозділами підприємства, а також із партнерами, науковими установами, клієнтами та іншими зацікавленими сторонами забезпечує синергетичний ефект та прискорює процес упровадження інновацій. Особливе значення має формування культури інновацій, яка стимулює креативність, відкритість до змін та готовність до експериментів.

Управління інноваціями також вимагає гнучкості та адаптивності, оскільки інноваційні проєкти часто мають унікальні характеристики, що унеможлиблює використання стандартних підходів. Застосування сучасних методів управління проєктами, таких як Agile або Scrum, дозволяє враховувати динамічний характер інноваційної діяльності та мінімізувати ризики [17].

Таким чином, управління інноваціями є багатовимірним процесом, що охоплює стратегічне планування, операційну діяльність, управління ресурсами та розвиток організаційної культури. Його успішність залежить від здатності підприємства до інтеграції нових знань, оперативного реагування на виклики ринку та забезпечення довгострокової перспективи розвитку.

Управління інноваціями в умовах цифровізації передбачає перехід до гнучких методів планування та реалізації проєктів, зокрема через застосування agile-підходів і динамічних структур управління. Водночас цифровізація змінює характер комунікацій у команді, сприяючи децентралізації управлінських функцій, що дозволяє залучати персонал до процесу ухвалення рішень і сприяє більшій прозорості організаційних процесів.

Інноваційний менеджмент у цифрову епоху вимагає від керівників нових компетенцій, серед яких виділяється здатність працювати із цифровими платформами, розуміння принципів кібербезпеки, управління змінами та цифрова грамотність. Крім того, значну роль відіграє формування корпоративної культури, що стимулює відкритість до інновацій і сприйняття цифрових змін як необхідного етапу розвитку.

Таким чином, цифровізація не лише змінює інструментарій управління інноваціями, але й трансформує принципи організації діяльності підприємств. Вона сприяє більшій ефективності, гнучкості й адаптивності бізнесу, але водночас створює виклики, пов'язані із забезпеченням безпеки даних, навчанням персоналу і впровадженням нових технологій у традиційні бізнес-процеси.

1.3. Теоретичні підходи до оцінки ефективності інноваційного розвитку підприємств

Оцінка ефективності інноваційного розвитку підприємств є ключовим етапом управління інноваційними процесами, що спрямований на виявлення сильних і слабких сторін діяльності, оцінку впливу інновацій на конкурентоспроможність і формування рекомендацій для покращення функціонування підприємства. Теоретичні підходи до оцінки ефективності базуються на врахуванні економічних, технологічних, організаційних та соціальних чинників.

Економічний підхід акцентує увагу на фінансових результатах інноваційної діяльності, зокрема прибутковості, рентабельності, окупності інвестицій та економічному ефекті від впровадження нових продуктів чи технологій. Такий підхід дозволяє визначити внесок інновацій у збільшення доходів і зниження витрат, а також їх вплив на вартість підприємства.

Економічний підхід до оцінки ефективності інноваційного розвитку підприємств полягає в аналізі різноманітних показників, які дозволяють зрозуміти ступінь досягнення стратегічних та тактичних цілей організації через впровадження інновацій.

Зокрема, для оцінки інноваційної ефективності важливими є такі показники, як [18]:

1. Рентабельність інвестицій (ROI) — показник, що визначає ефективність використання інвестицій в інновації:

$$ROI = \frac{\text{Прибуток від інвестицій} - \text{Вартість інвестицій}}{\text{Вартість інвестицій}} \times 100 \quad (1.1)$$

2. Продуктивність праці — показник, який вимірює продуктивність праці після впровадження інновацій:

$$\text{Продуктивність праці} = \frac{\text{Випуск продукції}}{\text{Чисельність працівників}} \quad (1.2)$$

3. Рівень інвестицій в НДДКР (науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи) — відображає частку витрат на НДДКР від загальних витрат підприємства:

$$\text{Рівень інвестицій в НДДКР} = \frac{\text{Витрати на НДДКР}}{\text{Загальні витрати}} \times 100 \quad (1.3)$$

4. Показник рентабельності інноваційної діяльності — відношення прибутку, отриманого від інновацій, до витрат на їх впровадження:

$$\text{Рентабельність інновацій} = \frac{\text{Прибуток від інновацій}}{\text{Витрати на інновації}} \quad (1.4)$$

5. Коефіцієнт інноваційної активності (ІА) — показник, що відображає частку інноваційних продуктів у загальному обсязі виробленої продукції:

$$\text{ІА} = \frac{\text{Обсяг інноваційної продукції}}{\text{Загальний обсяг продукції}} \times 100 \quad (1.5)$$

6. Швидкість впровадження інновацій (SI) — визначає час, необхідний для впровадження нововведень, що може бути важливим для оцінки ефективності інноваційних процесів:

$$\text{SI} = \frac{\text{Час впровадження інновацій}}{\text{Кількість інновацій}} \quad (1.6)$$

7. Фінансова стійкість — може бути виражена через коефіцієнт ліквідності:

$$\text{Коефіцієнт ліквідності} = \frac{\text{Оборотні активи}}{\text{Короткострокові зобов'язання}} \quad (1.7)$$

Ці показники допомагають оцінити загальний економічний ефект від інновацій, враховуючи як фінансові, так і виробничі аспекти діяльності підприємства.

Технологічний аспект оцінювання зосереджений на модернізації виробничих процесів та впровадженні новітніх технологій, які забезпечують підвищення продуктивності, скорочення виробничого циклу та покращення

якості продукції. Це дає змогу оцінити, наскільки технологічні інновації сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємства [18].

Технологічний підхід до оцінки ефективності інноваційного розвитку підприємств включає використання різноманітних показників, які допомагають виміряти вплив технологічних інновацій на виробничі процеси, продуктивність праці, витрати та загальну ефективність. Зокрема, важливими є наступні показники:

1. Рівень технологічної готовності (TRL - Technology Readiness Level) — визначається через рівень впровадження нових технологій у виробничий процес. Це можна виразити за шкалою від 1 до 9, де 1 — це початковий етап досліджень, а 9 — це комерціалізація технології.

$$TRL = \frac{\text{Рівень технології}}{\text{Максимальний рівень технологічної готовності}} \times 100 \quad (1.8)$$

2. Продуктивність праці після впровадження технологій — показник, що відображає зміну продуктивності після застосування нових технологій у виробництві:

$$\text{Продуктивність праці} = \frac{\text{Обсяг продукції}}{\text{Час на виробництво}} \quad (1.9)$$

3. Інтенсивність технологічних інвестицій — співвідношення витрат на нові технології до загальних витрат підприємства:

$$\text{Технологічна інтенсивність} = \frac{\text{Витрати на нові технології}}{\text{Загальні витрати}} \times 100 \quad (1.10)$$

4. Швидкість впровадження технологій — час, необхідний для адаптації нової технології в процесі виробництва:

$$\text{Швидкість впровадження} = \frac{\text{Час впровадження технології}}{\text{Кількість технологій}} \quad (1.11)$$

5. Коефіцієнт технологічної ефективності — визначається через зниження витрат або підвищення якості продукції завдяки впровадженню інноваційних технологій:

$$\text{Коефіцієнт технологічної ефективності} = \frac{\text{Зниження витрат або підвищення якості}}{\text{Витрати на інновації}} \quad (1.12)$$

6. Інноваційна інтенсивність виробництва — визначає частку інноваційних продуктів у загальному обсязі продукції підприємства:

$$\text{Інноваційна інтенсивність} = \frac{\text{Обсяг інноваційної продукції}}{\text{Загальний обсяг продукції}} \times 100 \quad (1.13)$$

Ці показники дають можливість оцінити технологічну складову інноваційного розвитку підприємства, а також відстежувати, як технологічні зміни впливають на загальну ефективність виробництва, скорочення витрат, підвищення продуктивності праці та конкурентоспроможність.

Організаційна складова оцінки передбачає аналіз структурних змін, покращення системи управління та підвищення адаптивності підприємства до змін у зовнішньому середовищі. Особливу увагу приділяють ефективності інтеграції інновацій у бізнес-процеси та взаємодії між підрозділами [18]. Організаційний підхід до оцінки ефективності інноваційного розвитку підприємств можна оцінити через різні показники, що враховують вплив організаційних структур, процесів управління та комунікацій на впровадження інновацій. Ключовими показниками є:

1. Організаційна ефективність, яка оцінюється через співвідношення витрат на управління інноваціями до загальних витрат на інноваційну діяльність підприємства:

$$\text{Організаційна ефективність} = \frac{\text{Витрати на управління інноваціями}}{\text{Загальні витрати на інновації}} \times 100 \quad (1.14)$$

2. Коефіцієнт адаптації організаційної структури, що вимірює здатність підприємства адаптувати свою структуру для ефективного впровадження

нових технологій та інновацій. Він розраховується як відношення часу, витраченого на зміну структури, до часу, необхідного для реалізації інновацій:

$$\text{Коефіцієнт адаптації} = \frac{\text{Час на зміну структури}}{\text{Час на реалізацію інновацій}} \quad (1.15)$$

3. Інтеграція інновацій в організаційні процеси вимірюється через відношення кількості впроваджених інновацій, які стали частиною організаційних процесів, до загальної кількості впроваджених інновацій:

$$\text{Коефіцієнт інтеграції} = \frac{\text{Кількість інновацій в організаційних процесах}}{\text{Загальна кількість інновацій}} \times 100 \quad (1.16)$$

4. Ефективність комунікацій в організації, яка є критично важливою для успішного впровадження інновацій. Вона вимірюється через час, необхідний для передачі критичної інформації, а також через покращення комунікаційних процесів, що можна оцінити через зміну в часі обробки інформації до та після впровадження інновацій:

$$\text{Індекс комунікаційної ефективності} = \frac{\text{Час на передачу інформації після впровадження інновацій}}{\text{Час на передачу інформації до впровадження інновацій}} \quad (1.17)$$

Ці показники дозволяють детально оцінити, наскільки організація здатна адаптувати свою структуру, управлінські процеси та комунікації для забезпечення ефективного впровадження інновацій та підвищення загальної продуктивності.

Соціальний аспект включає аналіз впливу інновацій на розвиток людського капіталу, зокрема підвищення кваліфікації персоналу, рівень задоволеності працівників, створення нових робочих місць і впровадження принципів соціальної відповідальності. Такий підхід дозволяє оцінити соціально-економічні результати інноваційної діяльності.

Соціальний підхід до оцінки ефективності інноваційного розвитку підприємств передбачає використання різних показників, які дозволяють оцінити вплив інновацій на соціальні аспекти діяльності підприємства, такі як умови праці, задоволеність працівників, соціальна відповідальність і рівень

інклюзивності [18]. Ключові показники цього підходу з формулами можуть бути представлені наступним чином:

1. Покращення умов праці, яке вимірюється через зниження рівня травматизму та нещасних випадків на виробництві після впровадження інновацій:

$$\text{Покращення умов праці} = \frac{\text{Число травм після впровадження інновацій}}{\text{Число травм до впровадження інновацій}} \times 100 \quad (1.18)$$

2. Рівень задоволеності працівників визначається через проведення опитувань або аналіз рівня плинності кадрів, що можна виразити як співвідношення кількості працівників, задоволених змінами в організації, до загальної кількості працівників:

$$\text{Рівень задоволеності} = \frac{\text{Кількість задоволених працівників}}{\text{Загальна кількість працівників}} \times 100 \quad (1.19)$$

3. Рівень інклюзивності в організації, який вимірюється через частку працівників різних груп (за статтю, віком, расою тощо), які отримують рівні можливості для розвитку та участі в інноваційних процесах. Це можна виразити через відношення кількості працівників, залучених до інноваційних проектів, до загальної кількості працівників, з урахуванням соціальних груп:

$$\text{Рівень інклюзивності} = \frac{\text{Кількість працівників з різних груп в інноваційних проектах}}{\text{Загальна кількість працівників}} \times 100 \quad (1.20)$$

4. Покращення соціальної відповідальності підприємства, яке можна виміряти через обсяг фінансування соціальних ініціатив та благодійних проектів після впровадження інновацій, виражене через співвідношення витрат на соціальні програми до загальних витрат підприємства:

$$\text{Соціальна відповідальність} = \frac{\text{Витрати на соціальні програми}}{\text{Загальні витрати підприємства}} \times 100 \quad (1.21)$$

Ці показники дозволяють здійснювати комплексну оцінку впливу інновацій на соціальні аспекти діяльності підприємства, зокрема на умови праці, соціальну відповідальність і інклюзивність, що є важливими для

забезпечення стійкості та соціальної орієнтації підприємства в умовах швидких змін на ринку.

Системний підхід до оцінки ефективності поєднує різні аспекти інноваційної діяльності та їх взаємозв'язки, що дає змогу комплексно оцінити інтегральний вплив інновацій на діяльність підприємства [18]. Порівняння з іншими суб'єктами галузі, яке є основою порівняльного підходу, забезпечує визначення найкращих практик і конкурентних переваг.

Системний підхід до оцінки ефективності інноваційного розвитку підприємств орієнтується на комплексне взаємодію всіх елементів організації, що забезпечують інноваційну діяльність. Ключові показники цього підходу можна вимірювати за допомогою таких формул:

1. Загальна ефективність інноваційної системи, яка визначається через співвідношення результатів інноваційної діяльності (зростання доходів, продуктивності, конкурентоспроможності) до витрат на інновації (інвестицій в дослідження, розробки, нові технології). Цей показник дозволяє оцінити ефективність використання ресурсів підприємства для реалізації інновацій:

$$\text{Загальна ефективність інноваційної системи} = \frac{\text{Результати інноваційної діяльності}}{\text{Витрати на інновації}} \times 100 \quad (1.22)$$

2. Коефіцієнт координації та інтеграції інноваційних процесів, який вимірюється через рівень взаємодії між різними підрозділами підприємства, що працюють над інноваціями. Це можна виразити через індекс взаємодії між відділами, який відображає швидкість і ефективність комунікацій у процесі реалізації інновацій:

$$\text{Коефіцієнт координації та інтеграції} = \frac{\text{Час на завершення інноваційних проектів після інтеграції процесів}}{\text{Час на завершення інноваційних проектів до інтеграції}} \quad (1.23)$$

3. Динамічність інноваційної системи, що оцінюється через здатність підприємства адаптувати свої стратегії та процеси до змін на ринку. Показник динамічності можна виміряти через час, необхідний для впровадження нових інноваційних ідей, а також частоту оновлення інноваційних стратегій:

$$\text{Динамічність} = \frac{\text{Час на реалізацію нових інновацій}}{\text{Частота оновлення інноваційних стратегій}} \quad (1.24)$$

4. Індекс взаємодії між підрозділами, який вимірює ефективність комунікацій та співпраці між різними підрозділами підприємства при впровадженні інновацій. Це можна виразити через коефіцієнт взаємодії, що показує, наскільки швидко і ефективно інформація передається між підрозділами:

$$\text{Індекс взаємодії} = \frac{\text{Час на обробку інформації між підрозділами після впровадження інновацій}}{\text{Час на обробку інформації між підрозділами до впровадження інновацій}} \quad (1.25)$$

Ці показники дозволяють оцінити ефективність системи управління інноваціями, здатність підприємства адаптуватися до змін та інтегрувати інноваційні процеси в усі свої операційні та стратегічні напрямки.

Комплексна реалізація цих підходів сприяє формуванню стратегічних пріоритетів, обґрунтуванню доцільності інвестицій в інновації та підвищенню адаптивності підприємства до умов цифрової економіки. Застосування різнобічних методів оцінки дозволяє не лише оцінити ефективність інноваційного розвитку, а й створити науково обґрунтовані рекомендації для його вдосконалення.

Висновки до розділу 1

Інноваційний розвиток є комплексним процесом впровадження новітніх ідей, технологій і управлінських рішень, які сприяють адаптації підприємств до динамічного зовнішнього середовища, підвищенню їхньої конкурентоспроможності та забезпеченню сталого зростання. У цифрову епоху цей процес особливо важливий, оскільки використання цифрових інструментів і технологій дозволяє підприємствам автоматизувати процеси, створювати нові продукти, вдосконалювати взаємодію з клієнтами та впроваджувати сучасні бізнес-моделі. Завдяки інноваціям підприємства здатні не лише покращувати якість продукції й оптимізувати витрати, але й забезпечувати стійкість і гнучкість у швидкозмінному ринковому середовищі.

Управління інноваціями в умовах цифровізації є багатовимірним і динамічним процесом, що інтегрує сучасні цифрові технології, гнучкі методи управління та інноваційні підходи для підвищення ефективності бізнесу. Основними особливостями такого управління є використання великих даних, аналітики, штучного інтелекту та інших інструментів для оптимізації процесів і ухвалення рішень, а також створення цифрових екосистем і платформ для взаємодії. Цифровізація забезпечує швидкість адаптації до ринкових змін, сприяє розвитку корпоративної культури інновацій і вимагає нових компетенцій від керівників. Водночас вона створює виклики, зокрема необхідність захисту даних, навчання персоналу й інтеграції нових технологій у традиційні бізнес-процеси.

Оцінка ефективності інноваційного розвитку підприємств є багатовимірним процесом, що включає економічні, технологічні, організаційні, соціальні та системні підходи. Кожен із них спрямований на аналіз різних аспектів інноваційної діяльності, таких як фінансові результати, модернізація технологій, структурні зміни, соціальний вплив і загальна інтеграція інновацій у діяльність підприємства. Застосування комплексних методів оцінки дозволяє ідентифікувати сильні й слабкі сторони, підвищити конкурентоспроможність, адаптивність до ринкових змін і створити науково обґрунтовані рекомендації для оптимізації інноваційних процесів у контексті цифрової економіки.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ТОВ «ПІЦА 32 СМ»

2.1. Загальна характеристика діяльності підприємства

ТОВ «Піца 32 см» є сучасним підприємством, яке функціонує у форматі товариства з обмеженою відповідальністю.

ТОВ «Піца 32 см» знаходиться за адресою вулиця Пацаєва, 6, у місті Кропивницький, є підприємством, яке займається приготуванням і продажем піци та інших страв. Компанія орієнтована на швидке обслуговування, зокрема у форматі доставки на будинок або в офіс, що є важливим для її клієнтської бази. Основний асортимент складають різноманітні види піци, а також додаткові страви, такі як салати, закуски, десерти та напої [19].

Досліджуване підприємство здійснює господарську діяльність на засадах самоврядування та самоокупності, веде бухгалтерський облік та статистичну звітність. Згідно з його Статутом, товариство має право здійснювати різноманітні види діяльності, зокрема виробництво та реалізацію продуктів харчування, організацію роздрібною торгівлі, включаючи торгівлю підакцизними товарами, а також організацію та комерційну експлуатацію ресторанів, кафе, барів та інших об'єктів. Крім того, товариство може здійснювати посередницьку, комерційну та маркетингову діяльність.

Основним предметом діяльності підприємства є виробництво та реалізація кулінарної та кондитерської продукції, а також продукції, що відповідає затвердженим технологічним вимогам ресторанного бізнесу. Крім того, підприємство займається постачальницько-збутовою діяльністю та іншими видами товарознавчої діяльності, що не суперечать законодавству України.

Основна діяльність підприємства спрямована на задоволення попиту на якісні кулінарні вироби серед широкого кола споживачів, зокрема серед молоді, офісних працівників та сімей, котрі шукають швидке і зручне харчування. ТОВ «Піца 32 см» здійснює кілька видів діяльності, що охоплюють різні аспекти ресторанного бізнесу та обслуговування. До основних видів діяльності підприємства належать:

1. Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами (код 47.11).
2. Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування (код 56.10).
3. Постачання готових страв для подій (код 56.21).
4. Обслуговування напоями (код 56.30).
5. Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна (код 68.20).
6. Діяльність телефонних центрів (код 82.20).

Завдяки різноманітності видів діяльності ТОВ «Піца 32 см» здатне не лише надавати послуги безпосередньо в закладі, але й задовольняти потреби клієнтів через доставку, організацію подій, оренду приміщень та інші форми обслуговування, що підвищує його конкурентоспроможність на ринку.

Основною пропозицією компанії є піца з різноманітними начинками, яка подається у стандартному розмірі 32 см. ТОВ «Піца 32 см» орієнтується на швидкість обслуговування, високий рівень якості продукції та інноваційний підхід до створення меню, що відповідає сучасним тенденціям у сфері громадського харчування.

Унікальність ТОВ «Піца 32 см» полягає в поєднанні високої якості продукції та використанні традиційної технології приготування піци на дровах. Технологія приготування на дровах дозволяє досягти особливої текстури та хрусткої скоринки, що є важливим фактором для гурманів і тих, хто цінує автентичний підхід до приготування страв.

Крім того, використання дров'яної печі підкреслює зосередженість на високих стандартах якості та традиціях ресторанного бізнесу, що додає продукту особливого шарму і підвищує його цінність у свідомості споживачів. Така унікальність дозволяє ТОВ «Піца 32 см» не лише створювати конкурентні переваги на ринку Кропивницького, а й сформувати лояльну клієнтську базу серед тих, хто шукає справжню піцу з характерним смаком, що важко досягти за допомогою сучасних методів приготування [20].

Для забезпечення високої якості продукції та ефективного обслуговування клієнтів підприємство активно інвестує в сучасне обладнання, автоматизує технологічні процеси та впроваджує інноваційні рішення в організації бізнес-процесів. Окрім виробництва, важливими напрямками діяльності є логістика та маркетинг, що допомагають зміцнювати конкурентні позиції на ринку. Важливу роль у підтриманні ефективності підприємства відіграє кваліфікований персонал, чия професійність забезпечує стабільність і безперервність процесів виготовлення та доставки продукції.

ТОВ «Піца 32 см» має лінійну структуру управління (рис. 2.1).



Рис. 2.1- Структура управління ТОВ «Піца 32 см»

Джерело: складено автором

На чолі кожного підрозділу компанії стоїть керівник, який здійснює безпосереднє керівництво над підлеглими. Кожен підрозділ має чітко визначену роль у функціонуванні підприємства, що дозволяє забезпечити ефективність операцій і швидке прийняття рішень.

Структура управління сприяє чіткому розподілу обов'язків та оптимізації процесів, що особливо важливо для ресторанного бізнесу, де важливими є швидкість обслуговування та висока якість на всіх етапах діяльності.

ТОВ «Піца 32 см» має на меті забезпечити високий рівень клієнтського сервісу, що включає швидке виконання замовлень та різноманітні варіанти доставки. За рахунок використання інноваційних підходів та зручних сервісів.

ТОВ «Піца 32 см» активно використовує цифрові технології для покращення взаємодії з клієнтами, зокрема через онлайн-платформи для замовлень та співпрацю з доставкою їжі. Ці стратегії дозволяють значно розширити клієнтську базу та збільшити канали збуту. Підприємство активно працює над вдосконаленням маркетингових підходів, впроваджуючи програми лояльності, акції та інші інструменти, що забезпечують залучення нових клієнтів і підвищення задоволення поточних.

Інноваційна стратегія розвитку включає інтеграцію новітніх технологій для автоматизації процесів замовлення та управління, що дозволяє оптимізувати внутрішні операції, підвищити якість обслуговування і, в результаті, збільшити доходи компанії. Враховуючи високий рівень конкуренції на ринку, компанія активно працює над підвищенням ефективності своїх операційних процесів, розвитком персоналу та вдосконаленням логістичних процесів.

Основними джерелами доходу підприємства є реалізація піци та супутніх товарів, а також послуги доставки, що дозволяють охоплювати широку аудиторію споживачів. При цьому, компанія акцентує увагу на сталому розвитку та екологічних ініціативах, зокрема, на раціональному

використанні ресурсів і збереженні екологічної відповідальності у своїй діяльності.

Фінансовий стан ТОВ «Піца 32 см» за 2020, 2022 та 2023 роки демонструє серйозні зміни, які можуть бути обумовлені впливом пандемії COVID-19 та повномасштабною війною в Україні (рис. 2.2).

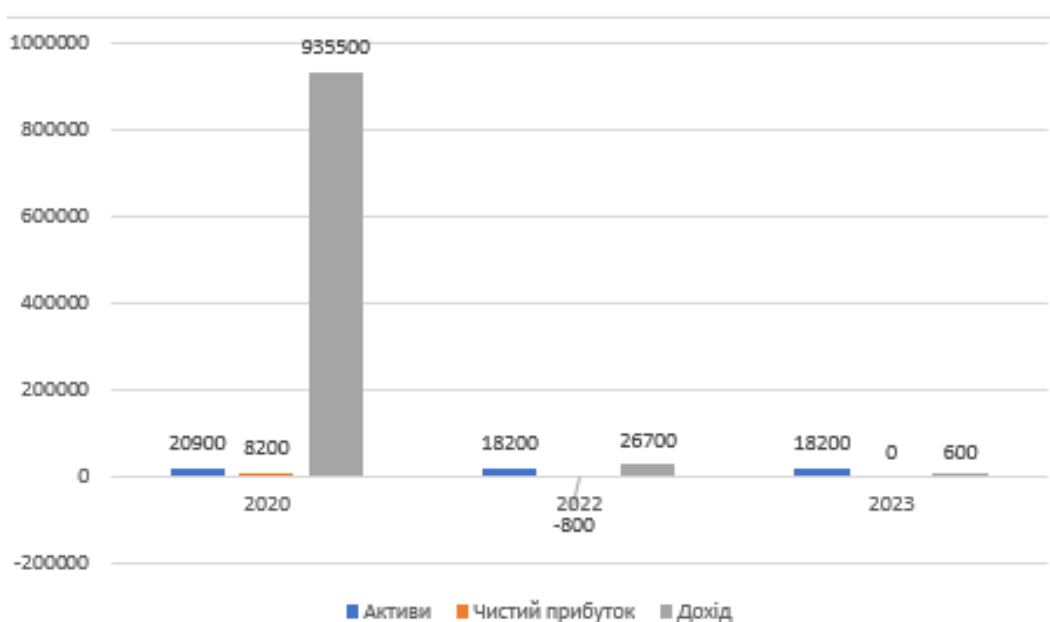


Рис. 2.2 – Основні фінансові показники 2020-2023 років ТОВ «Піца 32 см»

У 2020 році, незважаючи на економічні труднощі через пандемію, компанія змогла отримати дохід у розмірі 935 500 грн. і чистий прибуток 8 200 грн.. Це свідчить про успішну адаптацію підприємства до нових умов, зокрема через впровадження онлайн-продажів і доставки. Однак у 2022 році, коли почалася війна, дохід значно знизився до 26 700 грн., а чистий прибуток став негативним — 800 грн.. Це вказує на серйозні проблеми, які компанія переживала через військові дії, блокування логістичних ланцюгів і зниження купівельної спроможності населення. У 2023 році дохід зменшився ще більше, до 600 грн., що, пов'язано з продовженням бойових дій, обмеженням кількості клієнтів та перебоями з електрикою (додатки А,Б,В).

Активи підприємства також зазнали зниження з 20 900 грн. у 2020 році до 18 200 грн. у 2022 та 2023 роках. Це може вказувати на недостатні

інвестиції в розвиток або на необхідність скорочення витрат в умовах економічної нестабільності. Стабільність активів в 2023 році свідчить про те, що компанія намагається утримати свою матеріально-технічну базу, незважаючи на важкі умови.

Загалом, фінансовий стан ТОВ «Піца 32 см» на 2023 рік свідчить про серйозні труднощі, зокрема через вплив зовнішніх факторів, таких як пандемія та війна, що спричинили значне зниження доходу і збитки.

SWOT-аналіз дозволяє оцінити поточний стан ТОВ «Піца 32 см», визначити його ключові переваги та потенційні виклики, що дає змогу розробити стратегії для зміцнення позицій компанії на ринку (рис. 2.3).

<p>Сильні сторони (Strengths):</p> <ol style="list-style-type: none"> Якість продукції: Використання дров'яної печі забезпечує автентичний смак та високу якість піци, що привертає клієнтів. Інноваційність: Впровадження сучасних цифрових рішень, таких як POS-система Poster POS та онлайн-платформа для замовлень, покращує ефективність бізнесу. Широка клієнтська база: Поєднання доставки та обслуговування у закладі дозволяє охоплювати різні сегменти ринку. Гнучкість асортименту: Різноманітність смакових пропозицій дозволяє задовольняти потреби різних категорій споживачів. Локальна впізнаваність: Сильна позиція на місцевому ринку завдяки якісному обслуговуванню та стабільній репутації. 	<p>Слабкі сторони (Weaknesses):</p> <ol style="list-style-type: none"> Вузька спеціалізація: Фокус на піці може обмежувати залучення клієнтів, які шукають ширший асортимент страв. Залежність від постачальників: Збої в постачанні високоякісних інгредієнтів можуть впливати на стабільність роботи. Обмеженість ринку: Орієнтація на локальний ринок Кропивницького може стримувати зростання компанії. Висока вартість обладнання: Утримання та обслуговування дров'яної печі потребує значних витрат.
<p>Можливості (Opportunities):</p> <ol style="list-style-type: none"> Розширення географії діяльності: Відкриття нових точок або розвиток служби доставки в сусідніх регіонах. Розширення асортименту: Введення додаткових позицій у меню, таких як десерти або напої власного виробництва. Зростання онлайн-продажів: Подальший розвиток мобільного додатку та онлайн-платформи для замовлень. Колаборації з місцевими бізнесами: Співпраця з компаніями для організації спільних акцій або заходів. Екологічні ініціативи: Використання екологічно чистих пакувальних матеріалів для підвищення привабливості серед свідомих споживачів. 	<p>Загрози (Threats):</p> <ol style="list-style-type: none"> Конкуренція: Зростання кількості закладів громадського харчування може посилювати конкурентний тиск. Економічна нестабільність: Зміни в економічній ситуації можуть вплинути на купівельну спроможність клієнтів. Зростання витрат: Підвищення цін на інгредієнти та енергоносії може знижувати рентабельність. Зміна смакових уподобань: Змінні тенденції серед споживачів можуть знизити попит на традиційну піцу. Регуляторні ризики: Нові законодавчі обмеження, особливо щодо харчової продукції або податків, можуть вплинути на діяльність компанії.

Рис. 2.3 - SWOT-аналіз ТОВ «Піца 32 см»

Аналіз діяльності ТОВ «Піца 32 см» демонструє, що підприємство має суттєві сильні сторони, які забезпечують конкурентні переваги на локальному ринку, зокрема високу якість продукції, інноваційні рішення у сфері автоматизації бізнес-процесів та сильну репутацію серед споживачів. Орієнтація на традиційні методи приготування піци на дровах дозволяє створити унікальний продукт, що приваблює клієнтів, які цінують автентичний смак та якість. Разом із тим, на діяльність компанії впливають певні слабкі сторони, такі як вузька спеціалізація асортименту та залежність від постачальників. Ці чинники можуть обмежувати зростання компанії в умовах посилення конкуренції та змінних економічних умов.

Аналіз також свідчить про наявність значного потенціалу для розвитку. Розширення географії діяльності, запровадження нових продуктів, а також подальший розвиток онлайн-замовлень відкривають перспективи для збільшення частки ринку та підвищення прибутковості. Екологічні ініціативи та колаборації з місцевими бізнесами можуть допомогти залучити нову аудиторію, підвищуючи впізнаваність бренду та його лояльність.

Разом з тим, компанії необхідно враховувати зовнішні загрози, такі як економічна нестабільність, посилення конкурентного середовища та регуляторні ризики. Для їхнього пом'якшення важливо проводити постійний моніторинг ринку, адаптувати стратегії управління витратами та інвестувати в інновації.

Таким чином, ТОВ «Піца 32 см» має всі передумови для подальшого зростання, за умови ефективного використання своїх сильних сторін та можливостей, а також своєчасного реагування на виклики зовнішнього середовища.

2.2. Аналіз інноваційних технологій та цифрових рішень, впроваджених підприємством

Проведемо аналіз інноваційної діяльності ТОВ «Піца 32 см» за ключовими напрямками для визначення стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Одним із важливих напрямів є розширення сировинної бази. Компанія використовує якісні натуральні продукти для приготування страв, зокрема свіже м'ясо, рибу та овочі. Це гарантує не лише високу якість продукції, але й відповідає запитам споживачів, які цінують натуральність і свіжість. Окрім цього, впроваджуються екологічні стандарти у виборі постачальників сировини, що позитивно впливає на імідж компанії [21].

Кулінарні тренди також є невід'ємною частиною інноваційної діяльності. Піцерія пропонує страви, що відповідають сучасним смакам і вподобанням клієнтів, поєднуючи класичні рецепти з інноваційними підходами. Використання відкритої кухні створює унікальний досвід для відвідувачів, дозволяючи їм спостерігати за процесом приготування їжі та бути впевненими в її якості.

Напрямок здорового харчування займає важливе місце у діяльності компанії. У меню є страви з використанням натуральних інгредієнтів без додавання консервантів чи штучних добавок. Такий підхід відповідає зростаючому попиту на здорову їжу серед споживачів, що надає компанії конкурентну перевагу на ринку.

Використання сучасного технологічного обладнання є ще одним напрямом інноваційної діяльності. У процесі приготування страв застосовуються професійні печі на дровах, що дозволяє досягати унікального смаку та якості продукції. Це підкреслює автентичність страв і приваблює клієнтів, які цінують традиційні методи приготування.

Відкрита кухня, як елемент взаємодії з клієнтами, забезпечує високий рівень довіри до якості продукції. Можливість спостерігати за процесом приготування створює відчуття прозорості й гарантує дотримання всіх стандартів безпеки та гігієни. Такий підхід формує унікальний клієнтський досвід, який позитивно впливає на лояльність до закладу.

Цифрові технології займають ключову роль у роботі компанії. Впровадження інтегрованих систем обліку, таких як Poster та Choice, дозволяє автоматизувати бізнес-процеси та підвищувати ефективність управління. Така інтеграція застосування систем Poster та Choice в ТОВ «Піца 32 см» має суттєві переваги як для внутрішніх бізнес-процесів, так і для взаємодії з клієнтами. Система Poster дозволяє автоматизувати багато аспектів управління підприємством, зокрема облік замовлень, витрат і запасів. Це зменшує ймовірність людських помилок, підвищує швидкість обробки замовлень та дозволяє зекономити час на веденні фінансової звітності. Інтеграція з POS-системами та платіжними терміналами дає змогу автоматично обробляти транзакції, що забезпечує точність і оперативність у фінансових операціях. Крім того, система надає можливість контролювати запаси інгредієнтів, що запобігає дефіциту чи надлишку товарів, і генерує аналітичні звіти, що допомагає приймати обґрунтовані рішення щодо розвитку бізнесу.

Водночас, платформа Choice оптимізує взаємодію з клієнтами, дозволяючи їм здійснювати замовлення онлайн. Це забезпечує зручність і швидкість процесу покупки, що в свою чергу може сприяти зростанню обсягів продажів. За допомогою Choice можна збирати дані про смаки клієнтів і персоналізувати пропозиції, що підвищує ймовірність повторних покупок і зміцнює лояльність. Крім того, Choice дозволяє оперативно оновлювати меню та акційні пропозиції, забезпечуючи підтримку актуальності інформації, а також вбудована система лояльності дозволяє заохочувати постійних клієнтів. Інтеграція з CRM-системами дозволяє детально аналізувати поведінку клієнтів і проводити таргетовані маркетингові кампанії.

Таким чином, використання систем Poster і Choice дає змогу піцерії «Піца 32 см» ефективно управляти внутрішніми процесами та вдосконалювати взаємодію з клієнтами, що в результаті може призвести до покращення операційної ефективності, збільшення продажів та підвищення рівня задоволення клієнтів.

QR-меню та функція самостійного розрахунку через QR-код забезпечують комфортне обслуговування клієнтів, мінімізуючи час очікування та спрощуючи взаємодію. Це дозволяє відвідувачам швидко ознайомитися з меню, оформити замовлення та здійснити оплату без залучення персоналу, що значно скорочує час обслуговування і додає комфорту. Такі цифрові рішення не лише зменшують витрати на обслуговуючий персонал, але й дозволяють оптимізувати процеси обслуговування в пікові години.

Цифрові рішення також включають розвиток онлайн-платформи для замовлення піци, що дозволяє клієнтам швидко і зручно оформлювати замовлення через вебсайт (рис. 2.4) або мобільний додаток (рис. 2.5) [22].

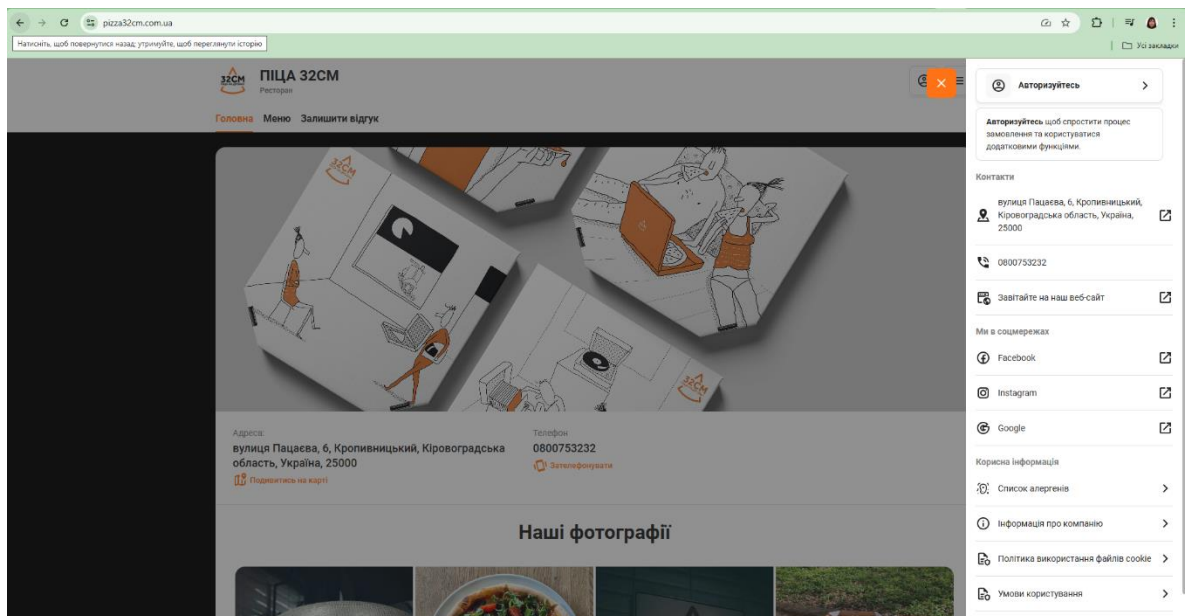


Рис. 2.4 – Головна сторінка офіційного сайту «Піца 32 см»

Сайт ТОВ «Піца 32 см» (<https://pizza32cm.com.ua/>) є сучасною цифровою платформою, розробленою для забезпечення зручного доступу клієнтів до послуг закладу. Його функціонал включає широкий спектр можливостей, які сприяють підвищенню ефективності обслуговування та задоволенню потреб споживачів.

На сайті представлено докладне меню з описом страв, що включає інформацію про інгредієнти, вагу, вартість та можливі алергени. Цей підхід демонструє турботу про клієнтів із харчовими обмеженнями, забезпечуючи прозорість та можливість зробити обґрунтований вибір.

Функція онлайн-замовлення з доставкою є важливим елементом сайту, що дозволяє користувачам легко обрати бажані страви, вказати адресу доставки та здійснити оплату через інтегровану платіжну систему. Такий сервіс оптимізує процес взаємодії клієнта із закладом та економить його час.

Дизайн сайту відповідає сучасним вимогам користувацького досвіду, забезпечуючи інтуїтивно зрозумілу навігацію та зручність доступу до основних розділів. Важливим аспектом є адаптація платформи для мобільних пристроїв, що розширює можливості використання сайту з будь-яких гаджетів.

Крім того, сайт регулярно інформує про акційні пропозиції та знижки, що сприяє залученню клієнтів та стимулює повторні покупки. Інформація про історію закладу, його місцезнаходження та графік роботи створює додатковий зв'язок із споживачами, посилюючи їхню лояльність.

Сайт виконує роль не лише платформи для замовлення страв, але й інструмента маркетингової комунікації. Завдяки інтеграції сучасних цифрових рішень, платформа сприяє підвищенню конкурентоспроможності ТОВ «Піца 32 см» у сегменті ресторанного господарства та відповідає високим стандартам обслуговування клієнтів.

Додаток «Піца 32 см» є інноваційним цифровим інструментом, що введений в роботу влітку 2024 року та дозволяє користувачам замовляти

улюблені страви з меню ресторану без необхідності залишати свої домівки або офіси. Інтерфейс додатку спрощує процес оформлення замовлення, забезпечуючи можливість створення індивідуальних піц з широкого асортименту інгредієнтів [23].

Піца 32см

Pizza 32cm

1+
Завантаження

3+
Від 3 років

Установити

Надіслати

Додати в список бажань

У вас немає пристроїв

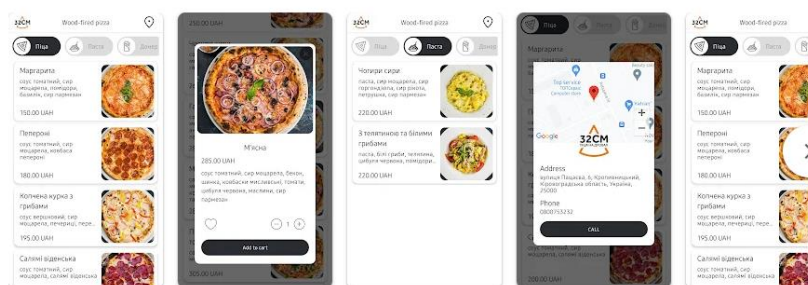


Рис. 2.5 – Вигляд додатку «Піца 32 см»

Платформа пропонує зручні варіанти оплати, зокрема можливість здійснити платіж онлайн або при отриманні замовлення, що забезпечує гнучкість та комфорт для користувачів. Процес оплати є безпечним і швидким, що гарантує користувачам довіру до системи та підвищує ефективність взаємодії з додатком.

Інтеграція сучасних цифрових рішень в додаток ТОВ «Піца 32 см» дозволяє значно спростити та пришвидшити процес замовлення страв, що сприяє підвищенню рівня обслуговування клієнтів та зміцненню конкурентоспроможності підприємства на ринку ресторанних послуг.

Завдяки цим рішенням клієнти отримують доступ до швидкого оформлення замовлень у будь-який час і в будь-якому місці. Це сприяє підвищенню зручності для споживачів та розширює аудиторію компанії, яка

надає перевагу цифровим каналам комунікації. Додатково мобільний додаток і онлайн-сервіс інтегруються з акційними пропозиціями та програмами лояльності, що дозволяє персоналізувати підхід до кожного клієнта, підвищуючи їхню задоволеність і довіру до бренду.

Системи доставки також вдосконалюються шляхом впровадження цифрових рішень, що дозволяють клієнтам відстежувати свої замовлення в реальному часі. Це підвищує прозорість і довіру до послуг компанії. Інноваційні рішення дозволяють автоматизувати планування маршрутів і забезпечити прозорість процесу доставки через можливість відстеження замовлення в реальному часі. Це не лише оптимізує роботу служби доставки, але й підвищує швидкість виконання замовлень, що є важливим критерієм для сучасного клієнта.

Активна присутність у соціальних мережах, таких як Instagram і Facebook, сприяє зміцненню бренду та залученню нових клієнтів. Компанія використовує ці платформи для інформування про новинки, акції та спеціальні пропозиції, що підвищує рівень комунікації з аудиторією.

Таким чином, інноваційні технології та цифрові рішення, впроваджені ТОВ «Піца 32 см», сприяють підвищенню ефективності операційної діяльності, задоволеності клієнтів та конкурентоспроможності на ринку ресторанного господарства. ТОВ «Піца 32 см» демонструє здатність адаптуватися до сучасних викликів ресторанного бізнесу, використовуючи інноваційні технології та цифрові інструменти для забезпечення конкурентоспроможності на ринку та покращення взаємодії з клієнтами.

2.3. Оцінка ефективності управління інноваціями на підприємстві

Для оцінки інноваційного потенціалу ТОВ «Піца 32 см» слід застосувати комплексний підхід, що охоплює всі складові потенціалу підприємства, включаючи кадрову, виробничо-технічну, фінансову, маркетингову та

організаційно-управлінську частини. Враховуючи характер підприємства та сфери його діяльності, оцінка інноваційного потенціалу дозволяє виділити ключові аспекти, які впливають на успіх і конкурентоспроможність компанії на ринку.

Кадровий потенціал компанії оцінюється за трьома основними критеріями: соціально-психологічним кліматом, рівнем мотивації до творчої інноваційної активності та рівнем ротації кадрів.

Соціально-психологічний клімат отримав оцінку 4,5, що свідчить про достатньо сприятливу атмосферу на підприємстві, але є потенціал для її поліпшення. Рівень мотивації до творчої інноваційної активності, який становить 3,8, показує, що хоча працівники мають потенціал для творчого внеску, їм бракує стимулів до більш активної інноваційної діяльності. Рівень ротації кадрів, оцінений на 3,2, свідчить про потребу у стабілізації кадрового складу, оскільки висока ротація може негативно впливати на розвиток інноваційної культури в компанії.

Розрахунок середнього показника:

$$KC = \frac{(KC1 + KC2 + KC3)}{3} = \frac{(4,5 + 3,8 + 3,2)}{3} = 3,83 \quad (2.1)$$

Середній рівень кадрового потенціалу. Є потреба в покращенні мотивації персоналу та зменшенні ротації кадрів для підтримки інноваційного потенціалу.

Виробничо-технічний потенціал оцінюється за чотирма показниками: рівнем використання виробничих потужностей, рівнем залучення нематеріальних активів, екологічністю технологій та якістю технологічного устаткування. Рівень використання виробничих потужностей складає 7,3, що є хорошим показником і свідчить про ефективне використання наявних ресурсів. Однак, рівень залучення нематеріальних активів, який становить 4,9, вказує на необхідність більш активного використання таких активів, як програмне забезпечення та патенти, для підвищення ефективності

інноваційних процесів. Екологічність технологій та обладнання оцінена на 6,1, що свідчить про необхідність вдосконалення екологічних аспектів виробництва. Якість технологічного устаткування становить 7,0, що є достатньо високим показником, але є можливості для його вдосконалення для підвищення ефективності.

Розрахунок середнього показника:

$$BTC = \frac{(BTC1 + BTC2 + BTC3 + BTC4)}{4} = \frac{(7,3 + 4,9 + 6,1 + 7,0)}{4} = 6,08 \quad (2.2)$$

Середній рівень використання виробничо-технічного потенціалу. Потрібно вдосконалювати екологічність технологій та покращувати залучення нематеріальних активів для підтримки інновацій.

Фінансовий потенціал підприємства оцінюється за трьома критеріями: співвідношенням власних та залучених фінансових ресурсів, рентабельністю вкладеного капіталу та можливістю залучення додаткового капіталу. Співвідношення власних та залучених фінансових ресурсів становить 8,0, що є відмінним показником, свідчаючи про високу фінансову незалежність підприємства. Рентабельність вкладеного капіталу оцінена на 6,3, що вказує на достатній рівень прибутковості, але є можливості для її поліпшення. Можливість залучення додаткового капіталу оцінена на 7,5, що є хорошим показником і свідчить про готовність компанії залучати інвестиції для підтримки інновацій..

Розрахунок середнього показника:

$$FC = \frac{(FC1 + FC2 + FC3)}{3} = \frac{(8,0 + 6,3 + 7,5)}{3} = 7,27 \quad (2.3)$$

Підприємство має можливості для залучення інвестицій і покращення рентабельності.

Маркетинговий потенціал оцінюється за чотирма показниками: дослідженням маркетингового середовища, дослідженням споживачів та цін, темпами розширення частки ринку та ефективністю каналів просування.

Дослідження маркетингового середовища оцінено на 5,9, що свідчить про необхідність покращення аналізу зовнішнього середовища для ефективного реагування на зміни в ринку. Дослідження споживачів та цін оцінено на 6,5, що є відносно високим показником, але є потенціал для покращення розуміння споживчих потреб та цінової політики. Темпи розширення частки ринку оцінені на 4,2, що вказує на необхідність активнішого маркетингового просування для збільшення присутності на ринку. Ефективність каналів просування становить 5,3, що свідчить про необхідність оптимізації маркетингових стратегій та каналів для досягнення кращих результатів.

Розрахунок середнього показника:

$$MC = \frac{(MC1 + MC2 + MC3 + MC4)}{4} = \frac{(5,9 + 6,5 + 4,2 + 5,3)}{4} = 5,475 \quad (2.4)$$

Середній показник маркетингового потенціалу складає 5,475, що вказує на необхідність удосконалення маркетингової діяльності для досягнення більш ефективного просування.

Що стосується організаційно-управлінської складової, то ефективність організаційної структури підприємства оцінюється на 6,8, що свідчить про достатньо добре розбудовану організаційну структуру. Рівень організаційної культури складає 5,3, що вказує на потребу в поліпшенні культури управління для підтримки інноваційних процесів. Ефективність комунікаційних зв'язків оцінена на 5,0, що вказує на необхідність покращення внутрішніх комунікацій для забезпечення більш ефективної взаємодії між підрозділами. Система стратегічного планування оцінена на 6,1, що вказує на необхідність вдосконалення стратегічного управління для досягнення довгострокових цілей.

Розрахунок середнього показника:

$$OUC = \frac{(OUC1 + OUC2 + OUC3 + OUC4)}{4} = \frac{(6,8 + 5,3 + 5,0 + 6,1)}{4} = 5,8 \quad (2.5)$$

Середній рівень організаційно-управлінської складової. Потрібно покращити ефективність комунікацій і рівень організаційної культури для підтримки інновацій.

Для отримання комплексної оцінки інноваційного потенціалу підприємства використовуємо середнє значення усіх складових:

$$ПП = \frac{(КС + ВТС + ФС + МС + ОУС)}{5} = \frac{(3,83 + 6,08 + 7,27 + 5,475 + 5,8)}{5} = 5,69 \quad (2.6)$$

Підприємство має значний потенціал для розвитку інновацій, але для підвищення ефективності необхідно зосередитись на удосконаленні організаційної культури, маркетингових стратегіях та мотивації персоналу.

ТОВ «Піца 32 см» характеризується активною інноваційною діяльністю, яка спрямована на підвищення конкурентоспроможності через впровадження сучасних технологій і стратегічний розвиток. Основними напрямками інновацій є екологічність виробництва, автоматизація бізнес-процесів, застосування цифрових рішень для підвищення якості обслуговування клієнтів та адаптація до кулінарних трендів.

Впровадження нових виробів і технологічних процесів обґрунтоване зростанням попиту на натуральну і здорову їжу, що забезпечує відповідність продукції сучасним споживчим очікуванням. Інновації у сфері цифровізації, зокрема мобільний додаток і інтегровані CRM-системи, сприяють зниженню операційних витрат та підвищенню ефективності управління. Прогнозується, що реалізація інноваційних рішень забезпечить збільшення доходів підприємства на 15–20% у найближчі роки, що підтверджує доцільність інвестування в інноваційний розвиток [24].

Інституційна підтримка, зокрема державні програми грантів і податкові пільги, створює сприятливі умови для подальшого розвитку інноваційної діяльності. Проте серед ключових проблем галузі виділяються нестабільність економічного середовища, висока конкуренція та значні витрати на впровадження нових технологій.

Оцінювання науково-інформаційного рівня компанії свідчить про високий ступінь інтеграції інформаційних технологій у процеси управління. Технічний рівень обладнання забезпечує стабільно високу якість продукції, що сприяє зміцненню довіри споживачів. Ефективність впроваджених інноваційних проектів проявляється у покращенні показників обслуговування, підвищенні клієнтської лояльності та зростанні частки повторних покупок.

Інноваційний менеджмент підприємства орієнтований на стратегічний розвиток, що враховує вплив зовнішніх і внутрішніх факторів. До зовнішніх факторів належать економічні умови, споживчі вподобання та конкурентне середовище, тоді як внутрішні охоплюють якість продуктів, компетенції персоналу та впровадження новітніх технологій.

Фінансовий стан компанії : у 2020 році дохід становив 935 500 грн, а чистий прибуток – 8 200 грн, тоді як у 2022 році дохід знизився до 26 700 грн із негативним чистим прибутком (-800 грн). У 2023 році ситуація погіршилася, а дохід зменшився до 600 грн, що демонструє критичність впливу зовнішніх факторів, а результати впроваджених інновацій підтверджують ефективність стратегії розвитку. Сформована система показників для оцінювання інноваційного розвитку дозволяє аналізувати досягнення цілей і коригувати діяльність відповідно до змін у зовнішньому середовищі [25].

Для подальшого удосконалення інноваційної діяльності доцільно зосередитися на оптимізації логістичних процесів, розширенні асортименту екологічно чистих страв та підвищенні ефективності маркетингових заходів. Це дозволить підприємству не лише зберегти конкурентні переваги, але й забезпечити сталий розвиток у довгостроковій перспективі.

Висновки до розділу 2

ТОВ «Піца 32 см» — сучасне підприємство, що спеціалізується на приготуванні піци за традиційною технологією на дровах, поєднуючи автентичний смак із високою якістю. Компанія активно використовує

інноваційні підходи, як-от цифрові платформи для замовлень і автоматизацію процесів, орієнтуючись на швидке обслуговування та задоволення клієнтських потреб. Основними перевагами є якісний продукт, сильна репутація та гнучкість у бізнес-моделі, тоді як викликами залишаються вузька спеціалізація, економічна нестабільність і залежність від зовнішніх факторів. Завдяки розширенню асортименту, географії діяльності та екологічним ініціативам підприємство має значний потенціал для розвитку й зміцнення позицій на ринку.

ТОВ «Піца 32 см» активно впроваджує інновації для підвищення своєї конкурентоспроможності на ринку ресторанного господарства, акцентуючи увагу на екологічності, якості продуктів і сучасних кулінарних трендах. Компанія вдосконалює внутрішні бізнес-процеси за допомогою інтеграції цифрових рішень, таких як системи Poster і Choice, мобільний додаток та онлайн-платформи для замовлень, що підвищує ефективність, зручність і персоналізацію обслуговування клієнтів. Використання відкритої кухні, технологічного обладнання та адаптація до трендів здорового харчування сприяють залученню лояльних клієнтів. Завдяки інтеграції цифрових інструментів і активній присутності в соціальних мережах, компанія не лише оптимізує операційні процеси, але й створює унікальний клієнтський досвід, що забезпечує її успішність та розвиток.

ТОВ «Піца 32 см» має значний потенціал для розвитку інновацій, але для досягнення високої ефективності необхідно зосередитись на удосконаленні організаційної культури, маркетингових стратегіях та мотивації персоналу. Підприємство активно впроваджує інновації, орієнтуючись на екологічність виробництва, автоматизацію бізнес-процесів та застосування цифрових рішень. Прогнозується зростання доходів на 15–20% завдяки інноваціям. Однак, для подолання проблем, таких як нестабільність економічного середовища і високі витрати на нові технології, необхідно оптимізувати логістичні процеси та покращити маркетингову діяльність.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ТОВ "ПІЦА 32 СМ"

3.1. Впровадження сучасних цифрових технологій для підвищення ефективності діяльності

Інновації в ресторанному бізнесі на сучасному етапі розвитку інформаційно-комунікаційних та технологічних нововведень є прогресивними і спрямовані на вирішення існуючих проблем розвитку підприємств цієї сфери. Інноваційні рішення відкривають можливості для споживачів у відкритті нових смаків, а також розширюють можливості для рестораторів у створенні більш комфортних умов обслуговування. Це може стати не лише візитною карткою ресторану, але й визначити його унікальність, зокрема у плані складності копіювання з боку конкурентів, що сприяє розвитку підприємства ресторанного бізнесу.

Сфера ресторанного бізнесу, як історично сформована система харчування та обслуговування клієнтів, є однією з найважливіших у світовій економіці. Вона надає можливість людям не лише споживати їжу, а й виконувати соціальну функцію через спілкування. Інноваційні технології в ресторанному бізнесі передбачають не лише підвищення якості життя через смачну та красиво подану їжу, але й ефективну побудову відносин з клієнтами, маркетингову стратегію та PR-політику. Врахування комерціалізації інноваційних розробок також має значення для ефективного функціонування ресторанного бізнесу [26].

Інформаційні технології впроваджуються у діяльність підприємств ресторанного бізнесу, створюючи нові креативні рішення. В умовах швидкого розвитку мобільних технологій та можливостей Інтернету, підприємства

ресторанного бізнесу переосмислюють свою діяльність, орієнтуючись на нові можливості для забезпечення конкурентної переваги. Мобільні додатки, що надають можливість замовлення їжі без відвідування ресторану, є прикладом інновацій, що значно змінюють традиційні моделі обслуговування.

Також важливою інновацією є впровадження RFID-технологій (радіочастотної ідентифікації), що дозволяють покращити управління запасами, підвищити ефективність обслуговування та покращити взаємодію між персоналом і клієнтами. Використання RFID-міток дає можливість прискорити процес обслуговування та знизити витрати часу на пошук інформації, що значно покращує продуктивність підприємства ресторанного бізнесу [27].

Інновації в оформленні страв також мають значний вплив на конкурентоспроможність ресторанного бізнесу. Використання їстівних квітів для прикраси страв є одним із прикладів того, як сучасні технології можуть не лише покращити естетичний вигляд страв, а й надати їм корисні властивості.

Автоматизація різних процесів в ресторанному бізнесі, зокрема в бухгалтерії та управлінні персоналом, дозволяє значно оптимізувати операційну діяльність та знизити витрати часу. Використання сучасних програмних продуктів для управління фінансовими потоками та автоматизація процесів замовлень сприяють покращенню якості обслуговування та підвищенню рівня лояльності клієнтів.

Інноваційні технології та рішення стають основними чинниками розвитку та підвищення ефективності функціонування підприємств ресторанного бізнесу. Впровадження нових продуктів, технологій, маркетингових стратегій та організаційних підходів дозволяє підприємствам забезпечити стабільне конкурентне положення на ринку та відповідати зростаючим вимогам споживачів.

Впровадження сучасних цифрових технологій в діяльність ТОВ «Піца 32 см» дозволить значно підвищити ефективність та конкурентоспроможність компанії в умовах швидко змінюваного ринку харчових послуг. Цифрові інструменти не тільки оптимізують внутрішні процеси, але й відкривають нові можливості для залучення клієнтів та покращення взаємодії з ними, що є важливим для успішного розвитку бізнесу.

Впровадження CRM-систем (систем управління взаєминами з клієнтами) в контексті доставки піци, є важливим кроком до оптимізації взаємодії з покупцями та підвищення ефективності бізнес-процесів. CRM-система дозволяє фіксувати й систематизувати всі точки взаємодії з клієнтом: замовлення, коментарі, побажання, відгуки, а також частоту їх відвідувань, що в свою чергу сприяє побудові більш персоналізованих та адаптованих маркетингових стратегій.

Однією з основних переваг впровадження CRM-систем є можливість створення персоналізованих маркетингових кампаній, що враховують інтереси та потреби клієнтів. Завдяки інтеграції з базою даних замовлень, система може автоматично визначати вподобання клієнтів, наприклад, найпопулярніші види піци, типи інгредієнтів або смаки, які обирає покупець. Це дає змогу пропонувати персоналізовані знижки, акції чи спеціальні пропозиції, що відповідають інтересам кожного конкретного клієнта. Наприклад, для покупців, які часто замовляють піцу з певними інгредієнтами, система може надсилати спеціальні пропозиції на продукти з цих інгредієнтів або нагадування про нові акції, що стосуються їхніх улюблених страв [28].

Також важливим елементом CRM-системи є можливість моніторингу та аналізу відгуків і коментарів клієнтів. Всі відгуки, зауваження або побажання зберігаються в системі, що дає можливість реагувати на них оперативно. Відповіді на негативні відгуки або вирішення проблемних ситуацій можуть бути автоматизованими або виконуватися спеціальними менеджерами, що забезпечує високий рівень задоволення клієнтів. Такі відгуки можуть бути

використані не лише для вдосконалення обслуговування, а й для покращення стратегії маркетингових комунікацій.

CRM-система також сприяє покращенню ефективності розподілу ресурсів, що є критичним для доставок піци в умовах високої конкуренції. Завдяки систематизації даних про клієнтів та їхні звички, менеджери можуть ефективніше планувати графіки доставки, передбачати пікові години та оптимізувати роботу кур'єрів, зменшуючи витрати на логістику та підвищуючи швидкість виконання замовлень. Збір і аналіз інформації про час, коли клієнти найчастіше роблять замовлення, дає можливість планувати акції, знижки чи бонуси в оптимальний час, що може збільшити кількість замовлень в години, коли попит традиційно є низьким.

Крім того, CRM-система дозволяє здійснювати більш точне планування маркетингових стратегій. Аналізуючи дані про поведінку клієнтів, компанії можуть отримувати цінну інформацію для розробки нових продуктів або коригування існуючих, адаптуючи їх до запитів споживачів. Наприклад, якщо система виявить, що певна піца чи інгредієнт є особливо популярним серед певної вікової категорії або групи клієнтів, компанія може створити маркетингову кампанію, орієнтовану на цю групу, що дозволяє максимально збільшити ймовірність продажу.

Використання CRM-системи також дозволяє знизити витрати на комунікацію та підвищити результативність бізнес-процесів. Завдяки автоматизації взаємодії з клієнтами, компанії можуть скоротити кількість помилок у процесі обробки замовлень, прискорити обслуговування та зробити його більш ефективним. Таким чином, CRM-система допомагає знизити операційні витрати, зменшити навантаження на персонал та забезпечити більш високий рівень задоволення клієнтів.

У загальному контексті, впровадження CRM-системи для управління взаєминами з клієнтами в галузі доставки піци є необхідним кроком для підвищення конкурентоспроможності та покращення якості обслуговування.

Вона дозволяє компанії оптимізувати маркетингові стратегії, покращити ефективність роботи ресурсів і значно підвищити рівень задоволення клієнтів, що в кінцевому підсумку сприяє зростанню лояльності покупців і збільшенню частки на ринку.

Аналіз великих даних (Big Data) є важливим інструментом для підприємств, що займаються доставкою піци, оскільки він дозволяє отримати глибоке розуміння попиту на продукти, поведінку клієнтів і ефективності маркетингових стратегій. Збір та обробка значних обсягів даних дають змогу виявляти закономірності та тренди, які можна використовувати для прогнозування попиту на різні страви, зокрема на піцу, в залежності від різних факторів, таких як сезонність, святкові періоди або зміни в економічному середовищі [29].

Одним із основних аспектів використання великих даних є можливість прогнозувати потреби у ресурсах, таких як інгредієнти для приготування піци, що дозволяє компанії ефективно управляти запасами та мінімізувати витрати на зберігання або закупівлю продукції. Наприклад, аналізуючи дані про замовлення протягом певного часу, компанія може визначити, які страви користуються більшою популярністю в певні періоди року чи за специфічних умов, що дозволяє планувати виробничі потужності та забезпечувати своєчасне постачання необхідних інгредієнтів.

Збір та обробка великих даних також дозволяє оцінювати ефективність маркетингових кампаній. Це здійснюється через вивчення того, як зміни в ціноутворенні чи проведення акцій впливають на попит на продукцію, зокрема на різні види піци. Аналітичні інструменти дозволяють визначити найбільш ефективні стратегії просування та встановити оптимальне ціноутворення для кожного сегмента клієнтів.

Крім того, дані про відгуки клієнтів, зібрані через різні канали комунікації, надають компанії цінну інформацію про рівень задоволення покупців, що дозволяє оперативно реагувати на негативні коментарі та

покращувати якість обслуговування. Таким чином, аналіз великих даних допомагає не лише в управлінні ресурсами та прогнозуванні попиту, а й у розробці персоналізованих стратегій взаємодії з клієнтами.

Використання сучасних аналітичних методів, таких як машинне навчання та алгоритми прогнозування, дозволяє більш точно передбачати зміни в попиті та адаптувати бізнес-стратегії до нових умов. Це дає можливість оперативно реагувати на зміни на ринку та налаштовувати процеси таким чином, щоб максимізувати прибуток і знизити витрати.

Отже, аналіз великих даних є невід'ємною частиною стратегії розвитку бізнесу у сфері доставки піци, оскільки він дозволяє підприємствам не тільки ефективно прогнозувати попит і управляти запасами, а й оптимізувати маркетингові кампанії та покращувати взаємодію з клієнтами, що в свою чергу сприяє підвищенню їх задоволеності та лояльності.

Інтернет речей (IoT) стає важливим інструментом для підвищення ефективності операцій і зниження витрат у багатьох галузях, зокрема в індустрії харчування, де оптимізація використання ресурсів має значний вплив на економічні показники підприємства. В сфері доставки піци, інтеграція технологій IoT для моніторингу обладнання та оптимізації енергоспоживання надає суттєві переваги для підвищення операційної ефективності та зниження експлуатаційних витрат. Зокрема, технології IoT дозволяють інтегрувати різні типи обладнання, такі як печі для піци, холодильники, морозильні камери та інші важливі пристрої, в єдину систему, що дозволяє здійснювати моніторинг їхнього стану в реальному часі [30].

Одним із основних аспектів застосування IoT є забезпечення постійного контролю за роботою обладнання, що дозволяє своєчасно виявляти технічні несправності. Завдяки встановленим сенсорам і пристроям для моніторингу, які фіксують важливі параметри, такі як температура, вологість, тиск або робочі цикли, система IoT може негайно попереджати про можливі поломки чи відхилення від норми. Такий підхід дозволяє оперативно реагувати на

потенційні проблеми, виключаючи затримки в процесі виробництва, що можуть призвести до зупинки виготовлення продукції та, як наслідок, втрати прибутку. Зазначені системи також можуть автоматично ініціювати необхідні заходи для вирішення виявлених проблем або надсилати сповіщення персоналу, що значно скорочує час реагування на технічні збої.

Крім того, використання IoT-технологій дозволяє значно оптимізувати енергоспоживання на підприємстві. Наприклад, піч для піци, холодильник або інші пристрої, які працюють в режимі 24/7, можуть бути налаштовані на автоматичне вимкнення при відсутності активного використання або при досягненні необхідних параметрів роботи. Завдяки цьому компанія може суттєво знизити витрати на електроенергію, оскільки енергоспоживання оптимізується залежно від фактичних потреб у використанні обладнання. Це має не лише економічне значення, але й екологічне, оскільки зменшення споживання енергоресурсів сприяє зниженню вуглецевого сліду підприємства.

Інтеграція IoT в систему моніторингу дозволяє також здійснювати детальний аналіз енергоспоживання окремих пристроїв або зон, що дозволяє не лише оптимізувати процеси на рівні окремих приладів, а й здійснювати більш точне планування енергетичних потреб підприємства в цілому. Наприклад, якщо певний прилад споживає більше енергії, ніж очікувалося, система може виявити це відхилення і надати рекомендації щодо налаштування його роботи або заміни на більш енергоефективний.

Таким чином, технології Інтернету речей надають підприємствам у галузі доставки піци можливість значно покращити ефективність роботи технічного обладнання, підвищити надійність процесів та оптимізувати витрати на енергоспоживання. Вони сприяють зниженню витрат на обслуговування, запобіганню непередбачуваних поломок і зупинок виробничого процесу, а також забезпечують сталий розвиток підприємства,

орієнтуючи його на ефективне використання ресурсів і зменшення екологічного навантаження.

Інтеграція з платформами для онлайн-доставки є важливим етапом у розвитку бізнесу у сучасному цифровому середовищі, де потреби споживачів постійно змінюються, а конкуренція стає все більш інтенсивною. Для піцерій, інтеграція з популярними онлайн-платформами для доставки їжі, такими як Glovo, Uber Eats, або навіть використання власних кур'єрських служб, відкриває нові можливості для розширення ринку та підвищення ефективності обслуговування клієнтів. Це дозволяє піцеріям досягати широкої аудиторії споживачів, включаючи тих, хто віддає перевагу замовленням через мобільні додатки чи веб-сайти, замість відвідування закладів безпосередньо [32].

Основною перевагою такої інтеграції є спрощення та автоматизація процесу обробки замовлень. Клієнти можуть через ці платформи замовляти піцу та інші страви з будь-якої точки, без необхідності звертатися до ресторану особисто, що суттєво підвищує рівень комфорту і доступності послуг. Інтегровані системи дозволяють отримувати замовлення автоматично, що знижує ймовірність помилок, які можуть виникнути під час ручного вводу замовлень, і зменшує необхідність у великих адміністративних ресурсах для їх обробки. Це дозволяє не лише прискорити весь процес обробки замовлень, а й значно знизити витрати на персонал, оскільки частина обов'язків, які зазвичай виконуються вручну, автоматизується.

Крім того, така інтеграція надає змогу ефективно керувати великими обсягами замовлень, забезпечуючи точний контроль над часом доставки та можливістю оптимізації робочих процесів. Онлайн-платформи мають розвинену систему обробки даних, що дозволяє отримувати точну інформацію про поточний статус замовлення, включаючи час приготування, обробки та доставки. Це дозволяє не тільки забезпечити високу швидкість доставки, але й дозволяє здійснювати точне прогнозування завантаженості кур'єрів та кухні, що особливо важливо під час пікових годин або святкових періодів.

Інтеграція з такими платформами також сприяє покращенню комунікації з клієнтами. Споживачі можуть отримувати сповіщення про стан свого замовлення, що додає рівень прозорості і зручності у процес обслуговування. Більше того, така інтеграція дозволяє ресторанам та піцеріям більш ефективно взаємодіяти з клієнтами, знижуючи необхідність у фізичній присутності обслуговуючого персоналу, що також важливо з точки зору дотримання стандартів безпеки, зокрема в умовах пандемії або інших обмежень.

Ще однією важливою перевагою інтеграції з платформами для онлайн-доставки є можливість масштабування бізнесу. Піцерії можуть без значних інвестицій у фізичну інфраструктуру або розширення приміщень підвищити доступність своїх послуг для нових клієнтів, охоплюючи різні регіони чи навіть інші міста. Платформи надають готову інфраструктуру для логістики і маркетингу, що дозволяє підприємству сконцентруватися на своїй основній діяльності – виробництві високоякісної продукції.

Таким чином, інтеграція з онлайн-платформами доставки є стратегічним кроком, який дозволяє піцеріям суттєво покращити оперативну ефективність, знизити витрати на персонал, а також розширити клієнтську базу. Це дозволяє компанії залишатися конкурентоспроможною в умовах постійно змінюваних ринкових вимог і збільшувати свою присутність на ринку доставки їжі.

У контексті інновацій для ТОВ «Піца 32 см» адаптованих до складних економічних умов, важливо звернути увагу на інновації, які можуть бути впроваджені з мінімальними витратами і швидким терміном окупності, аби забезпечити стійкість у умовах ринкових загроз, а саме продуктові та сервісні інновації.

Продуктові інновації :

1. Смаковий тюнінг, тобто інновації, пов'язані зі змінами у класичних стравах, такими як поліпшення смакових якостей традиційних українських страв, можуть бути бюджетними та не потребувати значних

фінансових вкладень. Це підходить для підприємств з обмеженими ресурсами, як, наприклад, борщ у капусті чи голубці з гречкою [33].

2. Місцеві продукти, тобто введення страв із національної кухні різних регіонів України (без збільшення витрат на імпортні інгредієнти) дозволяє знизити витрати і забезпечити більш доступні ціни для споживачів, що важливо в умовах фінансових обмежень [34].

3. Моно-продуктові ідеї – спрощене меню, орієнтоване на один основний продукт (наприклад, ребра чи м'ясо), дозволяє знизити витрати на інгредієнти і оптимізувати виробництво. Такий підхід також може привернути клієнтів, пропонуючи спеціалізоване меню [35].

Сервісні інновації:

Розвиток фудтраків, в літній час мобільні кафе та фудтраки дозволяють мінімізувати витрати на нерухомість та забезпечити доступність продуктів у місцях з великими потоками споживачів [36].

Ці стратегії адаптовані під реалії складної економічної ситуації та можуть бути втілені на підприємствах ресторанного господарства для швидкої окупності інвестицій.

3.2. Застосування зарубіжного досвіду в впровадження інновацій на ТОВ «Піца 32 см»

Для адаптації зарубіжного досвіду в контексті ресторанного бізнесу, зокрема піцерії, в Україні, варто звернути увагу на кілька ключових інновацій, успішно застосованих в інших країнах, таких як Японія та США. Досвід, пов'язаний з використанням новітніх технологій у ресторанній сфері, може суттєво покращити клієнтський досвід, підвищити ефективність обслуговування та зменшити витрати.

1. Муляжі страв та вітрини з наочним меню. У Японії одним з провідних методів залучення клієнтів є використання муляжів страв, що виставляються на вітринах ресторанів. Це не лише привертає увагу, а й сприяє підвищенню апетиту потенційних відвідувачів, оскільки люди підсвідомо реагують на візуальні стимули, які активізують їх бажання спробувати страви. Для піцерій в Україні можна адаптувати цей метод, створюючи реалістичні моделі піци, що будуть відображати не тільки зовнішній вигляд, але й створювати емоційний зв'язок з потенційними клієнтами. Ще однією інновацією є інтерактивне меню, яке можна замінити традиційні паперові варіанти на цифрові планшети. Вони дозволяють клієнту самостійно переглядати меню, формувати замовлення, а також отримувати персоналізовані рекомендації щодо вибору напоїв, страв або додаткових опцій, таких як соуси чи інгредієнти. Інтерактивність допомагає створити більш інтегрований та зручний процес замовлення, що підвищує рівень задоволення клієнтів [37].

2. Використання доповненої реальності (AR). Доповнена реальність – це одна з інновацій, яка дозволяє за допомогою смартфонів переглядати 3D-моделі страв у реальному часі. Для ресторану піца, це може бути дуже ефективним інструментом. Відвідувачі можуть сканувати меню або спеціальні маркери, щоб побачити, як виглядатиме їх замовлення в реальному житті, що дає змогу краще зрозуміти склад і розмір страви. Ця технологія може бути особливо корисною для доставки піци, коли клієнти хочуть точно побачити, що вони отримають [38].

3. Роботи та автоматизація приготування. Інновації в роботизації процесів, як це було зроблено в Каліфорнії, де робот готує піцу в два етапи, можуть бути адаптовані й для українських піцерій. Роботи, які займаються приготуванням піци, можуть суттєво скоротити час на приготування та доставку, а також підвищити точність виконання замовлення. Система, яка відслідковує маршрут доставки і коригує процес приготування піци,

забезпечує, що вона буде готова до моменту доставки, що є перевагою для клієнтів, які отримують свіжу та гарячу піцу [39].

4. Smart-кухні та автоматизація приготування. У ресторанному бізнесі в США вже активно використовують технології, які автоматизують процеси на кухні. Наприклад, машини, які здатні швидко нарізати овочі та готувати страви без участі кухарів. Для піцерій в Україні також можна застосовувати подібні рішення, щоб скоротити витрати на працю та підвищити ефективність.

5. Цифрове управління та планування. Цифрові платформи для управління рестораном, такі як HotSchedules, допомагають оптимізувати роботу персоналу, планування робочих змін і облік витрат. Впровадження таких технологій в піцеріях допоможе знизити витрати на управління та забезпечити більш ефективне обслуговування клієнтів [40].

6. Оптимізація логістики та доставки. Інновації в галузі доставки, як показує досвід Каліфорнії, можуть бути застосовані для покращення процесу доставки піци. Наприклад, за допомогою спеціальних транспортних засобів з автоматизованим контролем температури, піца буде доставлена до клієнта в найкращому вигляді. Також можна розглянути варіанти з використанням роботів для доставки замовлень в межах міста, що може стати привабливим маркетинговим інструментом.

Швидкий розвиток технологій у останнє десятиліття суттєво змінив способи отримання товарів та послуг. Однією з галузей, що зазнала значних змін, є доставка їжі, зокрема піци. Завдяки інноваційним технологіям, таким як системи моніторингу замовлень, GPS-технології та використання дронів, ця галузь стала більш швидкою та зручною для споживачів.

Однією з основних інновацій у доставці піци є технології моніторингу замовлень, які дають змогу клієнтам відслідковувати статус свого замовлення в реальному часі. Такі платформи, як мобільні додатки та веб-сайти, забезпечують клієнтам доступ до інформації про етапи приготування піци,

процес доставки та прогнозований час прибуття. Це дозволяє підвищити рівень довіри клієнтів і зробити процес замовлення більш прозорим.

Використання GPS-технологій також є важливим елементом моніторингу доставки. Додатки для відстежування замовлень дозволяють точно визначити місцезнаходження кур'єра, що дає можливість клієнтам планувати час отримання піци з більшою точністю. Крім того, GPS допомагає оптимізувати маршрути доставки, що знижує витрати на паливе та скорочує час доставки.

Іншим важливим досягненням є персоналізація сповіщень для клієнтів. Завдяки штучному інтелекту та аналітиці даних, компанії можуть надсилати індивідуальні сповіщення про статус замовлення, що робить процес очікування більш приємним і персоналізованим. Клієнт може отримати повідомлення про те, що його улюблена піца вже готується або що кур'єр на шляху.

Однією з найбільш інноваційних технологій у доставці піци є використання дронів. Дрони дозволяють доставляти піцу швидко та ефективно, минаючи транспортні затори та інші перешкоди. Це особливо важливо для доставки в густонаселених або важкодоступних районах, де традиційна доставка може бути ускладнена. Вони підвищують швидкість і зручність доставки, забезпечуючи більшу гнучкість у роботі [41].

Незважаючи на численні переваги, використання дронів також стикається з певними викликами. Одним з основних є необхідність регулювання польотів дронів, що включає питання безпеки, управління повітряним простором та витрати на обслуговування дронів. Проте, співпраця між компаніями, урядом та іншими зацікавленими сторонами може допомогти вирішити ці проблеми.

У майбутньому доставка піци продовжуватиме еволюціонувати завдяки новітнім технологіям. Інновації, від точного моніторингу замовлень до використання дронів та роботів-кур'єрів, сприятимуть підвищенню швидкості,

зручності та надійності доставки. Ці технології дозволять клієнтам отримувати свою улюблену піцу ще швидше і з меншими зусиллями. Інноваційні підходи значно змінюють галузь доставки піци, роблячи її швидшою, ефективнішою та більш зручною для споживачів, і з кожним новим розвитком ми можемо очікувати ще більших досягнень у цій сфері [42].

Адаптація інноваційних технологій із зарубіжного досвіду до піцерій в Україні здатна значно підвищити ефективність бізнесу, поліпшити клієнтський досвід і скоротити витрати. Важливо враховувати потреби місцевого ринку і технологічні можливості для втілення таких рішень, що допоможе ресторану залишатися конкурентоспроможним в умовах глобалізації та технологічної трансформації.

Висновки до розділу 3

Інновації в ресторанному бізнесі, зокрема в контексті цифрових технологій, суттєво сприяють підвищенню ефективності та конкурентоспроможності підприємств, відкриваючи нові можливості як для споживачів, так і для рестораторів. Сучасні технології, такі як CRM-системи, IoT та аналіз великих даних, дозволяють оптимізувати внутрішні процеси, покращувати взаємодію з клієнтами, передбачати попит та знижувати витрати. Інтеграція з онлайн-платформами доставки також забезпечує зручність замовлень, прискорює обробку та доставку, зменшує помилки та оптимізує використання ресурсів. В умовах змінного ринку ці інновації дозволяють підприємствам ефективно адаптуватися до нових викликів, підвищуючи лояльність клієнтів та забезпечуючи стійкий розвиток бізнесу.

Адаптація інновацій з міжнародного досвіду, таких як використання муляжів страв, інтерактивних меню, доповненої реальності (AR), роботів для автоматизації приготування, smart-кухонь, цифрового управління та покращеної логістики, може суттєво покращити ресторанний бізнес, зокрема в сфері піцерій в Україні. Впровадження таких технологій дозволить

підвищити ефективність обслуговування, скоротити витрати та оптимізувати процеси, від приготування їжі до доставки. Додатково, використання інновацій, таких як роботи для приготування піци чи автоматизація доставки за допомогою дронів, може підвищити швидкість та точність виконання замовлень, забезпечивши більшу зручність для клієнтів. У результаті, інтеграція цих рішень дозволить ресторонам залишатися конкурентоспроможними на глобальному ринку та адаптуватися до сучасних технологічних викликів.

ВИСНОВКИ

Для вирішення поставленої мети було вирішено завдання, а саме:

1. Інноваційний розвиток підприємств є важливим процесом, який включає впровадження новітніх ідей, технологій та управлінських методів, що сприяють підвищенню ефективності та конкурентоспроможності в умовах постійних змін ринкового середовища. Він охоплює всі аспекти діяльності підприємства, від виробничих і організаційних процесів до соціально-економічних аспектів, сприяючи адаптації до нових умов і забезпеченню стійкості на ринку. В умовах цифровізації цей процес набуває особливого значення, оскільки цифрові інновації, такі як автоматизація, штучний інтелект і аналітика великих даних, сприяють значному підвищенню продуктивності та ефективності підприємств, дозволяючи їм швидше адаптуватися до змін у технологіях і ринкових вимогах. Проте для успішного впровадження інновацій підприємства повинні долати виклики, пов'язані з розвитком цифрових компетенцій, забезпеченням кібербезпеки та постійним оновленням технологічної бази, що потребує стратегічного підходу і гнучкості у плануванні та реалізації інновацій.

2. Управління інноваціями в умовах цифровізації відзначається численними специфічними рисами, що виникають через стрімкий розвиток цифрових технологій та трансформацію бізнес-процесів. Цифровізація відкриває нові можливості для підвищення ефективності інноваційного менеджменту, одночасно вимагаючи адаптації традиційних підходів до управління змінами в організаціях. Основною рисою цього процесу є інтеграція цифрових технологій у всі сфери діяльності підприємства, що включає використання великих даних, аналітики, штучного інтелекту та інших інструментів для оптимізації процесів і підвищення швидкості ухвалення рішень. Цифрові інновації також створюють умови для розробки нових продуктів і послуг, забезпечуючи комерціалізацію інноваційних рішень.

Водночас цифровізація вимагає створення інфраструктури для ефективної взаємодії між учасниками інноваційного процесу, оскільки сама цифрова трансформація є важливою частиною цих змін. Цілі цифрової трансформації варіюються від впровадження окремих цифрових рішень до культурної трансформації та створення бізнес-екосистем.

3. Оцінка ефективності інноваційного розвитку підприємств є важливим етапом управління інноваційними процесами, що дозволяє виявити як сильні, так і слабкі сторони діяльності організації, а також оцінити вплив інновацій на конкурентоспроможність і на підвищення ефективності. Теоретичні підходи до оцінки ефективності охоплюють економічні, технологічні, організаційні та соціальні аспекти, що дають змогу здійснити комплексну оцінку впливу інновацій на підприємство. Економічний підхід фокусується на фінансових результатах, таких як прибутковість, рентабельність, та окупність інвестицій, що дозволяє виявити внесок інновацій у зростання доходів та зниження витрат. Технологічний аспект оцінки зосереджений на модернізації виробничих процесів і впровадженні нових технологій, що забезпечують підвищення продуктивності та зниження витрат, в той час як організаційний підхід дозволяє оцінити ефективність управлінських структур та адаптивність підприємства до змін. Соціальний аспект оцінки інноваційного розвитку аналізує вплив на людський капітал, зокрема, на кваліфікацію працівників, рівень їх задоволеності і умови праці. Всі ці аспекти взаємопов'язані і разом дають можливість здійснити комплексну оцінку інноваційної діяльності підприємства, що допомагає розробити рекомендації для вдосконалення інноваційних процесів і підвищення конкурентоспроможності на ринку.

4. ТОВ «Піца 32 см» є сучасним підприємством, яке функціонує в форматі товариства з обмеженою відповідальністю та спеціалізується на приготуванні та продажу піци, а також інших кулінарних виробів, таких як салати, закуски, десерти та напої. Основною метою компанії є задоволення

попиту на якісні страви серед різних категорій споживачів, зокрема молоді, офісних працівників та сімей, через швидке обслуговування в форматі доставки або безпосередньо в закладі. Унікальність підприємства полягає в використанні традиційної технології приготування піци на дровах, що дозволяє досягти особливої текстури і хрусткої скоринки, що приваблює гурманів та цінителів автентичних смаків. Крім того, компанія активно інтегрує цифрові технології для покращення обслуговування, включаючи онлайн-платформи для замовлень та послугу доставки. Зважаючи на складну економічну ситуацію в Україні, зокрема через пандемію та війну, фінансовий стан ТОВ «Піца 32 см» за останні роки зазнав значних змін, що підтверджується зниженням доходів та активів. Незважаючи на ці труднощі, компанія зберігає позитивну репутацію на місцевому ринку завдяки високій якості продукції та інноваційним бізнес-підходам. Однак для забезпечення подальшого розвитку підприємству необхідно зважати на зовнішні загрози, такі як конкуренція, економічна нестабільність і зміни в смакових уподобаннях споживачів, одночасно використовуючи наявні сильні сторони, зокрема високу якість продуктів та можливості для розширення асортименту та географії діяльності.

5. Аналіз інноваційної діяльності ТОВ «Піца 32 см» показує, що компанія активно працює над підвищенням своєї конкурентоспроможності, зокрема через розширення сировинної бази, впровадження новітніх технологій та цифрових рішень. Використання високоякісних натуральних продуктів для приготування страв, таких як свіже м'ясо, риба та овочі, відповідає запитам споживачів, які цінують натуральність і свіжість, а також підвищує імідж компанії завдяки екологічним стандартам у виборі постачальників. Важливою складовою інноваційної стратегії є впровадження сучасного технологічного обладнання, таких як професійні печі на дровах, що підкреслює автентичність страв і привертає клієнтів, а також інтеграція цифрових рішень, зокрема систем Poster і Choice. Вони дозволяють

автоматизувати процеси управління, зменшити ймовірність помилок та підвищити ефективність бізнес-процесів, а також оптимізувати взаємодію з клієнтами через онлайн-замовлення, персоналізацію пропозицій та вдосконалення CRM-систем. Інноваційні цифрові рішення, такі як QR-меню та мобільний додаток, сприяють зручності обслуговування, мінімізуючи час очікування та забезпечуючи самостійне оформлення замовлень, що дозволяє оптимізувати витрати на обслуговуючий персонал і покращити досвід клієнтів. Вебсайт та мобільний додаток компанії мають зручний інтерфейс, що дозволяє клієнтам швидко і зручно оформлювати замовлення, а також інтеграція з платформами лояльності та акційними пропозиціями покращує взаємодію з клієнтами та сприяє їх задоволеності. Системи доставки та можливість відстеження замовлень у реальному часі підвищують прозорість і довіру до компанії, в той час як активна присутність у соціальних мережах зміцнює бренд та залучає нових клієнтів

б. Оцінка інноваційного потенціалу ТОВ «Піца 32 см» здійснюється за допомогою комплексного підходу, що охоплює кадрову, виробничо-технічну, фінансову, маркетингову та організаційно-управлінську складові. Аналіз кадрового потенціалу показує сприятливий соціально-психологічний клімат, але вказує на потребу в підвищенні мотивації та зниженні рівня ротації кадрів. Виробничо-технічний потенціал демонструє високий рівень використання виробничих потужностей, але потребує вдосконалення залучення нематеріальних активів і екологічності технологій. Фінансовий потенціал підприємства є стабільним завдяки високому співвідношенню власних та залучених ресурсів, але є потенціал для підвищення рентабельності та залучення додаткових інвестицій. Маркетинговий потенціал свідчить про необхідність активніших досліджень ринку, покращення розуміння споживчих потреб та оптимізації каналів просування. Організаційно-управлінська складова вимагає удосконалення комунікацій і культурних аспектів управління. Загалом, підприємство має значний потенціал для

розвитку інновацій, проте для покращення ефективності потрібно зосередитися на вдосконаленні організаційної культури, маркетингових стратегіях та мотивації персоналу. Сучасні інновації, такі як екологічність виробництва, автоматизація процесів і цифровізація, забезпечують відповідність продуктів споживчим вимогам і можуть сприяти збільшенню доходів підприємства на 15-20% в найближчі роки. Оцінка фінансового стану та результатів впровадження інновацій підтверджує доцільність інвестицій в інновації. В майбутньому важливо зосередитись на оптимізації логістики, розширенні асортименту екологічно чистих страв і покращенні маркетингової діяльності, що сприятиме сталому розвитку підприємства в довгостроковій перспективі.

7. Інновації у ресторанному бізнесі, зокрема в умовах розвитку цифрових технологій та інформаційно-комунікаційних інструментів, сприяють значному прогресу підприємств цієї галузі. Вони спрямовані на розв'язання актуальних проблем, пов'язаних з покращенням обслуговування клієнтів, підвищенням ефективності роботи персоналу та оптимізацією операційних процесів. Впровадження інновацій у сфері ресторанного бізнесу дозволяє створювати унікальні умови для гостей, що не лише підвищують привабливість закладу, але й роблять його більш конкурентоспроможним, адже складність копіювання нововведень може забезпечити певну перевагу. Одним з важливих аспектів інновацій є інтеграція технологій, таких як мобільні додатки для онлайн-замовлень, використання RFID-технологій для управління запасами та обслуговуванням, а також автоматизація бухгалтерії та управлінських процесів. Це дозволяє оптимізувати час обробки замовлень, знижувати витрати, покращувати точність виконання операцій і підвищувати рівень задоволення клієнтів. Автоматизація процесів дозволяє також зменшити навантаження на персонал, що в свою чергу покращує атмосферу обслуговування. Використання інноваційних підходів, таких як їстівні квіти для оформлення страв, показує, як нові технології можуть не лише підвищити

естетичну цінність продукції, але й додати корисні властивості, що робить ресторанні страви більш привабливими для сучасного споживача. Одним з важливих аспектів для ресторанного бізнесу є застосування CRM-систем, що дозволяють управляти взаєминами з клієнтами, аналізувати їх вподобання та поведінку, а також створювати персоналізовані пропозиції. Інтеграція таких систем забезпечує своєчасне реагування на зауваження, що значно підвищує лояльність клієнтів і дозволяє поліпшити маркетингові стратегії. Для оптимізації витрат і підвищення ефективності компанії також використовують аналіз великих даних (Big Data), що дозволяє прогнозувати попит, оцінювати ефективність рекламних кампаній і управляти запасами. Крім того, технології Інтернету речей (IoT) дозволяють здійснювати контроль за технічним станом обладнання, забезпечуючи своєчасне усунення несправностей та оптимізацію енергоспоживання. В результаті інтеграція інноваційних технологій у ресторанний бізнес дає можливість не лише покращити якість обслуговування, а й знижувати витрати, підвищувати конкурентоспроможність і забезпечувати сталий розвиток у сучасному економічному середовищі.

8. Адаптація інноваційних технологій з міжнародного досвіду до ресторанного бізнесу, зокрема в сегменті піцерій в Україні, відкриває нові можливості для покращення якості обслуговування, підвищення ефективності та зниження витрат. Використання муляжів страв, які активно застосовуються в Японії, може стати важливим елементом візуальної комунікації, залучаючи клієнтів завдяки реалістичним моделям піци, що не тільки підвищують апетит, але й створюють емоційний зв'язок з потенційними відвідувачами. Інтерактивні меню на цифрових планшетах дозволяють значно полегшити процес замовлення, надаючи клієнтам можливість переглядати меню, здійснювати замовлення та отримувати персоналізовані рекомендації, що сприяє підвищенню задоволення клієнтів та оптимізації роботи персоналу. Ще однією важливою технологією є доповнена реальність (AR), яка дозволяє створювати 3D-моделі страв, що дають змогу клієнтам краще уявити, як

виглядатиме їх замовлення, що є особливо корисним для доставки піци. Цифрове управління ресторанним бізнесом за допомогою платформ для планування робочих змін та обліку витрат, таких як HotSchedules, дозволить оптимізувати роботу персоналу, знизити операційні витрати та забезпечити більш ефективне обслуговування клієнтів. Важливим етапом є також оптимізація логістики доставки, яка вже активно використовує технології для моніторингу замовлень і відстежування кур'єрів за допомогою GPS. Це дозволяє клієнтам точно знати, коли їхнє замовлення буде доставлене, а також допомагає знижувати витрати на транспорт. В майбутньому можливість доставки піци за допомогою дронів може суттєво підвищити швидкість і ефективність процесу доставки, дозволяючи минаючи затори швидше доставляти замовлення, навіть в густонаселених чи важкодоступних районах. Загалом, інтеграція таких інновацій, як автоматизоване приготування їжі, розширене використання технологій доповненої реальності та роботів-кур'єрів для доставки, дозволить значно покращити клієнтський досвід, знизити витрати і підвищити конкурентоспроможність ресторанного бізнесу в Україні. Такі технології допоможуть не лише адаптуватися до сучасних вимог споживачів, але й стати лідерами у впровадженні інновацій в сфері ресторанних послуг на локальному ринку, забезпечуючи високий рівень ефективності та якості обслуговування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адаменко О. А. Концептуальні засади інноваційного розвитку підприємств. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2010. № 35. С. 5–10
2. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи : навч. посібник для студ. вузів. Суми : ВТД «Університетська книга», 2003. 278 с.
3. Прохорова В. В., Божанова О.В. Стратегічно-орієнтовані напрями інноваційного розвитку промислового підприємства. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2020. № 2. С. 132-140. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu_2020_2_16.
4. Найдюк, В.С. Сутність та передумови інноваційного розвитку підприємств. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 3. С. 251-263
5. Мороз О.С. Формування системи показників для оцінювання інноваційного розвитку підприємства. *Економіка Криму*. 2012. № 3(40). С. 263-266.
6. Підкамінний І.М. Системні фактори впливу на інноваційний розвиток підприємства. *Ефективна економіка*. 2011. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=480>.
7. Пілявоз Т.М. Інноваційний розвиток підприємства як важливий аспект розвитку економіки. *Інноваційна економіка: Всеукр. наук.-вироб. журнал*. 2012. № 4. С. 185-190.
8. Поляков С. Г., Степнов І. М. Модель інноваційного розвитку підприємства. *Інновації*. 2003. №2-3 (59-60). С. 36–38
9. Інноваційний розвиток підприємства. Підручник / за заг. ред. д-р. екон. наук, проф. Микитюка П. П. Тернопіль : ЗУНУ, 2023. 320 с.

10. Куц Л. Л., Окопний Л. С. Види інновацій підприємств. *Інноваційна економіка*. 2013. № 8. С. 95-100. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_8_20.
11. Основні тренди інвестицій у технології, за якими варто стежити у 2023 році. *inventure.com.ua*: веб-сайт. URL: <https://inventure.com.ua/uk/analytics/articles/osnovni-trendi-investicij-u-tehnologiyi-za-yakimi-varto-stezhiti-u-2023-roci>
12. Іжевський, П., Самарічева, Т., & Кудельський, В. Цифрові інновації в розвитку малого бізнесу. *Економіка та суспільство*, 2024. (63). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-78>
13. Цифрова трансформація промислового менеджменту: теорія і практика : монографія за ред. д. філософ. н., проф. В. Г. Воронкової, д. е. н., проф. Н. Г. Метеленко. Львів - Торунь : *Liha-Pres*, 2023. 816 с.
14. Федун В., Люба А., Ковтонюк І. Цифрові інновації та їх вплив на бухгалтерський облік. *Економічний аналіз*. 2024. Том 34. № 2. С. 440-452. URL: <https://doi.org/10.35774/econa2024.02.440>
15. Кононенко, Ж. А., Карнаухова, Г. В., & Балюк, О. В. Цифровізація підприємницької діяльності: значення та вплив. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*, 2023. (9). URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-9-04-08>
16. Горященко Ю. Управління інноваційним розвитком підприємств в умовах цифровізації. *Підприємництво та інновації*, 2021. (17), 34-38.
17. Носань, Н. Інтеграція інноваційних управлінських практик в аналіз організаційних структур підприємства. *Економіка та суспільство*, 2024. (66). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-77>
18. Пархоменко Т. В. Красношاپко В. В. Оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємства. *Інноваційно-інвестиційні процеси в національній економіці та підприємстві*. 2014. № 13, С.97-102.

19. Мушеник, І. Методологічні підходи щодо оцінки розвитку інноваційної діяльності підприємства. *InterConf*, 2021. (58), 21-24. URL: <https://doi.org/10.51582/interconf.21-22.05.2021.003>
20. Статут ТОВ «Піца 32 см»
21. Піца 32 см. *pizza32cm.com.ua: веб-сайт*. URL: <https://pizza32cm.com.ua/>
22. ТОВ «Піца 32 см». *youcontrol.com.ua: веб-сайт*. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/43227773/
23. Піца 32 см. *play.google.com: веб-сайт*. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.pizza32cm.pizza&hl=ru>
24. Балацька Н. Ю. Інноваційні аспекти розвитку підприємств ресторанного бізнесу. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2019 р. № 5 (110). DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2019-5-14>
25. ТОВ «Піца 32 см». *opendatabot.ua: веб-сайт*. URL: <https://opendatabot.ua/c/43227773>
26. Гапоненко Г. І., Євтушенко О. В., Шамара І. М., Холодок В. Д. Основні тенденції розвитку ресторанного господарства України в сучасних умовах. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. Вип. 14. 2021. С. 132–141. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-14-13>
27. RFID рішення у логістиці. *idcard.com.ua: веб-сайт*. URL: <https://idcard.com.ua/ua/blog/rfid-identifikacziya-v-logistike/?srsltid=afmboopga3wu9ytrjlrdyburjmw9kfsxw4cyuiuzsgrogv03eafmxzd>
w
28. Що таке CRM? *creatio.com: веб-сайт*. URL: <https://www.creatio.com/ua/crm/what-is-crm>
29. Шкирта, І., Лазар, В. Big Data технологія: суть, можливості для бізнесу. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія*

“Економіка”, 2019. 2(12), 51-56. [http://www.doi.org/10.31339/2313-8114-2019-2\(12\)-51-56](http://www.doi.org/10.31339/2313-8114-2019-2(12)-51-56)

30. IoT для бізнесу: як збільшити прибуток за допомогою Інтернету речей. *hub.kyivstar.ua: веб-сайт*. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/io-t-dlya-biznesu-yak-zbilshiti-pributok-za-dopomogoyu-internetu-rechej>

31. Бойко В.О., Лізон Д.Г. Використання інформаційних технологій при наданні послуг у ресторанному бізнесі. Філософські обрії сьогодення: Міжнародна науково-практична конференція (18 листопада 2021 р.). Херсон : ХДАЕУ. 2021. С. 9-10.

32. Поворознюк, І. Інноваційні технології в ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*, 2021. (30). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-17>

33. П'ятницька Г. Т., Григоренко О. М., Найдюк В. С. Інновації у розвитку підприємств ресторанного господарства: міжнародні тренди та українські реалії в умовах домінування ринкових загроз . *Підприємництво і торгівля*. 2017. Вип. 21. С. 119-128. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Torg_2017_21_23

34. Дмитришин, Б. В. Інновації як визначальний фактор розвитку готельно-ресторанного бізнесу. *Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки* : зб. наук. пр. –Кропивницький : ЦНТУ, 2023. Вип. 9(42). С. 58-66.

35. Свідло К. В, Соколенко А. С., Писаревський М. І. Інноваційні ресторани технології : конспект лекцій для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 241 – Готельно-ресторанна справа. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 151 с.

36. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Пасічник М. П. Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11>.

37. Сокирник І.В. Формування та реалізація стратегій підприємств ресторанного господарства в умовах цифрової трансформації економіки. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 3. С. 165–171. URL: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/8138/1/7.pdf>
38. ТОП-13 трендов в ресторанном бізнесе в 2021. году. URL: <https://joinposter.com/post/restaurant-trends>
39. Гросул В.А. Інноваційні технології оновлення бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип. 27. Ч. 1. С. 39 44.
40. Цифрові сервіси у «розумних містах»: європейський досвід для Харкова та України. URL: <https://od.org.ua/cifrovi-servisy-u-rozumnyh-mistah-evropeysky-dosvid-dlya-harkova-ta-ukrainy/>
41. Лазарева Н. Піцерії - тенденції розвитку у 2024. URL: <https://luxor-ukraine.com.ua/news/piceriyi-tendenciyi-rozvitku-u-2024?srsId=AfmBOopA5X65sLOiY20RhoGUlfa1G1VJ1ZjZrHenkMw9VcF2wTRvJDHt>
42. Інноваційні технології в галузі доставки піци: від слідкування за замовленням до дронів. URL: <https://galychyna.if.ua/analytic/innovatsiyni-tehnologiyi-v-galuzi-dostavki-pitsi-vid-slidkuvannya-za-zamovlenniam-do-droniv/>

ДОДАТКИ

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство **ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ПЩА 32СМ"**Територія **Кропивницький**Організаційно-правова форма господарювання **ТОВ**Вид економічної діяльності **Виробництво готової їжі та страв**Середня кількість працівників, осіб **1**

Одиниця виміру: тис. грн з одним десятковим знаком

Адреса, телефон **УКРАЇНА, 25028, КІРОВОГРАДСЬКА ОБЛАСТЬ, М.КРОПИВНИЦЬКИЙ,
ФОРТЕЧНИЙ Р-Н, ВУЛ. ПАЦАЄВА, БУД. 6**

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

КОДИ
17.05.2022
43227773
3510100000
240
10.85

+380662091133**1. Баланс на 31.12. 2021 р.**

Форма № 1-м

Код за ДКУД

1801006

Актив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	-	-
первісна вартість	1001	-	-
накопичена амортизація	1002	(-)	(-)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби:	1010	-	-
первісна вартість	1011	-	-
знос	1012	(-)	(-)
Довгострокові біологічні активи:	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції:	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	-	-
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	-	-
у тому числі готова продукція	1103	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:	1125	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	-	.1
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	20.9	18.8
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Грошові кошти та їх еквіваленти	1165	-	.1
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	-	-
Усього за розділом II	1195	20.9	19
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	20.9	19

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1	1
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	18.2	18
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	19.2	19
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	-	-
розрахунками з бюджетом	1620	1.7	-
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	-	-
Усього за розділом III	1695	1.7	-
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-

Баланс	1900	20.9	19
--------	------	------	----

2. Звіт про фінансові результати
за рік 2021 р.

Форма № 2-м

Код за ДКУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	-	935.5
Інші операційні доходи	2120	-	-
Інші доходи	2240	-	-
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	-	935.5
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(-)	(883.3)
Інші операційні витрати	2180	(.2)	42.2)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(.2)	(925.5)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	-.2	10
Податок на прибуток	2300	(-)	(1.8)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	-2	8.2

Керівник

_____ (підпис)

ТЕСЛЯ МАРИНА АНАТОЛІЇВНА

_____ (ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер

_____ (підпис)

_____ (ініціали, прізвище)

Фінансова звітність малого підприємства

		КОДИ			
		Дата (рік, місяць, число)	2023	2	16
Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ПІЦА 32СМ"	за ЄДРПОУ			
Територія	Кропивницький	за КАТОТТГ ¹	UA35040210010286392		
Організаційно-правова форма господарювання	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ	за КОПФГ	240		
Вид економічної діяльності	Виробництво готової їжі та страв	за КВЕД	10.85		
Середня кількість працівників, осіб	1				
Одиниця виміру: тис. грн з одним десятковим знаком					
Адреса, телефон	Кіровоградська область м. Кропивницький вул. Пацаєва буд. 6				+380509228482

1. Баланс на 31.12.2022 р.

		Форма № 1-м	Код за ДКУД	1801006
Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду	
1	2	3	4	
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000			
первісна вартість	1001			
накопичена амортизація	1002	()	()	
Незавершені капітальні інвестиції	1005			
Основні засоби:	1010			
первісна вартість	1011			
знос	1012	()	()	
Довгострокові біологічні активи	1020			
Довгострокові фінансові інвестиції	1030			
Інші необоротні активи	1090			
Усього за розділом I	1095			
II. Оборотні активи				
Запаси:	1100			
у тому числі готова продукція	1103			
Поточні біологічні активи	1110			
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125			
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135		.1	.1
у тому числі з податку на прибуток	1136			
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155		18.8	17.1
Поточні фінансові інвестиції	1160			
Гроші та їх еквіваленти	1165		.1	1
Витрати майбутніх періодів	1170			
Інші оборотні активи	1190			
Усього за розділом II	1195		19	18.2
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200			
Баланс	1300		19	18.2

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1	1
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	18	17.2
Неоплачений капітал	1425	()	()
Усього за розділом I	1495	19	18.2
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595		
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615		
розрахунками з бюджетом	1620		
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625		
розрахунками з оплати праці	1630		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690		
Усього за розділом III	1695		
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	19	18.2

2. Звіт про фінансові результати

за _____ 2022 р.

Форма N 2-м

Код за КУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000		
Інші операційні доходи	2120		
Інші доходи	2240	26.7	
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	26.7	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	()	()
Інші операційні витрати	2180	(27.5)	(.2)
Інші витрати	2270	()	()
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(27.5)	(.2)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	-8	-2
Податок на прибуток	2300	()	()
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	-8	-2

Керівник

_____ (підпис)

ТЕСЛЯ МАРІНА АНАТОЛІВНА

_____ (ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер

_____ (підпис)

_____ (ініціали, прізвище)

¹ Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад.

Фінансова звітність малого підприємства

		КОДИ			
		Дата (рік, місяць, число)	2024	1	29
Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ПІЦА 32СМ"	за ЄДРПОУ			
Територія	Кропивницький	за КАТОТТГ ¹	UA35040210010286392		
Організаційно-правова форма господарювання	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ	за КОПФГ	240		
Вид економічної діяльності	Виробництво готової їжі та страв	за КВЕД	10.85		
Середня кількість працівників, осіб	1				
Одиниця виміру: тис. грн з одним десятковим знаком					
Адреса, телефон	Кіровоградська область м. Кропивницький вул. Пацаєва буд. 6				+380509228482

1. Баланс на 31.12.2023 р.

		Форма № 1-м	Код за ДКУД	1801006
Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду	
1	2	3	4	
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000			
первісна вартість	1001			
накопичена амортизація	1002	()	()	
Незавершені капітальні інвестиції	1005			
Основні засоби:	1010			
первісна вартість	1011			
знос	1012	()	()	
Довгострокові біологічні активи	1020			
Довгострокові фінансові інвестиції	1030			
Інші необоротні активи	1090			
Усього за розділом I	1095			
II. Оборотні активи				
Запаси:	1100			
у тому числі готова продукція	1103			
Поточні біологічні активи	1110			
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125			.4
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	.1		.1
у тому числі з податку на прибуток	1136			
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	17.1		17.7
Поточні фінансові інвестиції	1160			
Гроші та їх еквіваленти	1165	1		
Витрати майбутніх періодів	1170			
Інші оборотні активи	1190			
Усього за розділом II	1195	18.2		18.2
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200			
Баланс	1300	18.2		18.2

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1	1
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	17.2	17.2
Неоплачений капітал	1425	()	()
Усього за розділом I	1495	18.2	18.2
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595		
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615		
розрахунками з бюджетом	1620		
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625		
розрахунками з оплати праці	1630		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690		
Усього за розділом III	1695		
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	18.2	18.2

2. Звіт про фінансові результати

за _____ 2023 р.

Форма N 2-м

Код за КУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000		
Інші операційні доходи	2120		
Інші доходи	2240	.6	26.7
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	.6	26.7
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	()	()
Інші операційні витрати	2180	(.6)	(27.5)
Інші витрати	2270	()	()
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(.6)	(27.5)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290		-8
Податок на прибуток	2300	()	()
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350		-8

Керівник

(підпис)

ТЕСЛЯ МАРІНА АНАТОЛІВНА

(ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер

(підпис)

(ініціали, прізвище)

¹ Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад.