

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

**КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ
ІННОВАЦІЙНОЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

**на тему: «ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ
ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА»**

**здобувача освіти за ОС «бакалавр»
денної форми навчання**

**галузь знань 07 «УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ»
спеціальність 073 «МЕНЕДЖМЕНТ»
освітньо-професійна програма «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЙ»**

РАСЮКА ІВАНА ЮРІЙОВИЧА

**Науковий керівник:
к.е.н., доцент Кухта Павло Володимирович**

Рекомендовано до захисту
на засіданні кафедри менеджменту
інноваційної та інвестиційної діяльності
протокол № __ від __ червня 2023 р.

Завідувач кафедри
_____ д.е.н., професор Ситницький М. В.

Київ – 2023

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Економічний факультет
Кафедра менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності

"Затверджую"

Завідувач кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності, д.е.н. **Ситницький М.В.**
«25» листопада 2022 р.

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу бакалавра
здобувача освіти за ОС «бакалавр» денної форми навчання
галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
спеціальність 073 «Менеджмент»
освітньо-професійна програма «Менеджмент організацій»
РАСЮКА ІВАНА ЮРІЙОВИЧА
(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи: «Формування інвестиційної стратегії промислового підприємства»

затверджена на засіданні кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності, протокол №5 від 25.11.2022 р.

2. Строк завершення роботи: 05.06.2023 р.

3. Підсумковий передзахист роботи: 31.05.2023 р.

4. Предмет дослідження: теоретико-методичне забезпечення формування інвестиційної стратегії промислового підприємства.

5. Об'єкт дослідження: промислове підприємство ТОВ «Росяна» – спеціалізоване підприємство з виробництва безалкогольних напоїв.

6. Мета і завдання дослідження:

Мета – розкриття теоретико-методичних засад і практичних аспектів формування інвестиційної стратегії промислового підприємства (на прикладі ТОВ «Росяна»).

Завдання:

6.1. Висвітлити сутність і значення інвестиційної стратегії для забезпечення успішного розвитку підприємства.

6.2. Узагальнити етапів та інструментарію розробки інвестиційної стратегії підприємства.

6.3. Проаналізувати стан розвитку української безалкогольної промисловості та загальна характеристика діяльності ТОВ «Росяна».

6.4. Розкрити особливості інвестиційної стратегії підприємства в реалізації перспективних напрямів розвитку ТОВ «Росяна».

6.5. Вдосконалити інвестиційну стратегію підприємства на засадах реалізації перспективних напрямів використання новітніх технологій та обладнання для поліпшенні якості та продуктивності виробництва.

6.6. Визначити можливості запровадження системи контролю якості продукції та інноваційних методів управління виробництвом у забезпеченні ефективного та стабільного розвитку підприємства.

Календарний план виконання завдання

№	Зміст виконаної роботи	Строки виконання	Відмітка керівника про виконання
1.	Вибір теми бакалаврської роботи	жовтень 2022	виконано
2.	Затвердження теми бакалаврської роботи	листопад 2022	виконано
3.	Розробка плану виконання роботи і узгодження його з науковим керівником	листопад – грудень 2022	виконано
4.	Пошук інформаційних та наукових джерел для написання першого розділу, робота над першим розділом	грудень 2022 – лютий 2023	виконано
5.	Оформлення першого розділу та подання його на розгляд науковому керівникові	лютий – березень 2023	виконано
6.	Пошук інформаційних матеріалів і робота над другим розділом	березень – квітень 2023	виконано
7.	Оформлення другого розділу та подання його на розгляд науковому керівникові	квітень 2023	виконано
8.	Підготовка третього (конструктивного) розділу	травень 2023	виконано
9.	Попередній передзахист роботи.	10.05.2023	виконано
10.	Доопрацювання та остаточне оформлення роботи з урахуванням пропозицій попереднього захисту і зауважень наукового керівника	травень 2023	виконано
11.	Підсумковий передзахист роботи. Остаточне затвердження змісту та структури роботи.	31.05.2023	виконано
12.	Усунення зауважень, що були зроблені на підсумковому передзахисті роботи	травень – червень 2023	виконано
13.	Завершення написання роботи	05.06.2023	виконано
14.	Перевірка роботи на плагіат	червень 2023	виконано
15.	Зовнішнє рецензування бакалаврської роботи	червень 2023	виконано
16.	Рекомендація бакалаврської роботи до захисту на засіданні кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності	14 червня 2023	виконано

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ..	6
1.1. Сутність і значення інвестиційної стратегії для забезпечення успішного розвитку промислового підприємства	6
1.2. Складові, етапи та інструментарії розробки інвестиційної стратегії промислового підприємства.....	12
РОЗДІЛ 2 ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «РОСЯНА»	24
2.1. Стан розвитку української безалкогольної промисловості та загальна характеристика діяльності ТОВ «Росяна»	24
2.2. Особливості інвестиційної стратегії підприємства в реалізації перспективних напрямів розвитку ТОВ «Росяна»	32
РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «РОСЯНА»	42
3.1. Перспективні напрями використання новітніх технологій та обладнання у поліпшенні якості та продуктивності виробництва	42
3.2. Запровадження системи контролю якості продукції та інноваційних методів управління виробництвом у забезпеченні ефективного та стабільного розвитку підприємства	50
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58
ДОДАТКИ	65

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасна економіка вимагає від підприємств постійного реагування на різноманітні виклики та відповідного вдосконалення інвестиційної стратегії. Особливо важливо це для підприємств харчової галузі, які мають високу конкуренцію та швидкі зміни на ринку. Тому формування інвестиційної стратегії стає необхідністю для забезпечення стабільності та успішності діяльності таких підприємств.

Харчова галузь є однією із ключових галузей економіки, в якій діють багато підприємств. Змінюються споживчі вподобання, ринкова конкуренція та регулятивне середовище. В умовах постійних змін інвестиційна стратегія стає важливим інструментом для досягнення конкурентних переваг та забезпечення стійкого розвитку підприємства. Дослідження актуалізується необхідністю розробки практичних рекомендацій підприємствам харчової галузі щодо використання власних ресурсів, пошуку і залучення інвестицій, а також реалізації конкурентних переваг на ринку. Ураховуючи швидкі зміни в галузі, таке дослідження допомагає підприємствам пристосовуватися до нових умов і забезпечувати стійкий розвиток.

Проблематикою формування інвестиційної стратегії промислових підприємств займалися зарубіжних та українських вчених, серед яких слід особливо відзначити зроблений внесок таких вчених, як: Балан В.Г. [1–3; 57–59], Грачова К.А. [9], Гапіч О.В., Діденко Є.О. [12], Кальний С.В. [20–21; 66], Кухта П.В. [15; 23–24; 54], Майорова Т.В. [26], Міщенко В.І., Науменкова С.В. [30], Дука А.П., Овчаренко Т.С. [24; 34], Орехова К.В. [35], Степанова А.А. [34; 47–48; 75–76; 80], Черваньов Д.М. [52–54] та ін. Водночас багато практичних питань із формування інвестиційних стратегій промислових підприємств, організації заходів забезпечення їх ефективної інвестиційної діяльності, зокрема підприємств харчової галузі, а саме пов'язаних із виробництвом безалкогольних напоїв, залишаються невирішеними і потребують подальших досліджень.

Метою даної роботи є розкриття теоретико-методичних засад і практичних аспектів формування інвестиційної стратегії промислового підприємства (на прикладі ТОВ «Росяна»).

Завдання:

- висвітлення сутності та значення інвестиційної стратегії для забезпечення успішного розвитку підприємства;
- узагальнення етапів та інструментарію розробки інвестиційної стратегії підприємства;
- аналіз стан розвитку української безалкогольної промисловості та загальна характеристика діяльності ТОВ «Росяна»;
- розкриття особливостей інвестиційної стратегії підприємства в реалізації перспективних напрямів розвитку ТОВ «Росяна»;
- вдосконалення інвестиційної стратегії підприємства на засадах реалізації перспективних напрямів використання новітніх технологій та обладнання для поліпшенні якості та продуктивності виробництва;
- визначення можливостей запровадження системи контролю якості продукції та інноваційних методів управління виробництвом у забезпеченні ефективного та стабільного розвитку підприємства.

Об'єктом дослідження є промислове підприємство ТОВ «Росяна» – спеціалізоване підприємство з виробництва безалкогольних напоїв.

Предметом дослідження є теоретико-методичне забезпечення формування інвестиційної стратегії промислового підприємства.

Для досягнення поставленої мети використовувалися такі **методи дослідження**: теоретичний аналіз – метод, що дав змогу проаналізувати наукову літературу з теми дослідження, вивчити теоретичні аспекти інвестиційної діяльності та формування інвестиційної стратегії підприємства; фінансовий аналіз – метод, що уможливив оцінити фінансовий стан ТОВ «Росяна», вивчити фінансові показники, що впливають на ефективність діяльності підприємства; аналіз ринку – метод, що дав змогу вивчити ринкову ситуацію харчової галузі, визначити ключові фактори, що впливають на

розвиток галузі, та прогнозувати її розвиток; методи стратегічного планування – зокрема застосовано при розробці інвестиційної стратегії для ТОВ «Росяна», також уможливили визначення основних напрямів розвитку підприємства, його ключових цілей та завдань.

Інформаційною основою роботи стали наукові праці українських і зарубіжних учених-економістів із проблем формування інвестиційних стратегій промислових підприємств, оцінки ефективності управління інвестиційною діяльністю; нормативні та законодавчі акти України, дані статистичних щорічників України, наукові статті та монографії, початкові посібники, підручники, а також баланси і звіти про фінансовий результат діяльності підприємства ТОВ «Росяна» за 2020–2021 роки.

Теоретичне значення роботи розкривається в узагальненні та висвітленні теоретико-методичних засад формування інвестиційної стратегії промислового підприємства.

Практичне значення роботи. Результати дослідження можуть бути використані для формування інвестиційних стратегій підприємств харчової галузі, зокрема для ТОВ «Росяна», а також для зростання ефективності їх діяльності та підвищення конкурентоспроможності на ринку. Крім того, результати дослідження можуть бути використані для подальших наукових досліджень у галузі інвестиційного менеджменту та стратегічного планування діяльності українських підприємств безалкогольної промисловості.

Основні положення підготовленої бакалаврської роботи, пропозиції та надані практичні рекомендації одержали впровадження в діяльності ТОВ «Росяна» (Довідка № 01/05 від 20.05.2023 р.).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність і значення інвестиційної стратегії для забезпечення успішного розвитку підприємства

Інвестиційна діяльність – один із визначальних чинників, що безпосередньо впливає на стан економіки промислового сектора. Зміни, які можна відстежити в інвестиційному комплексі, свідчать про необхідність вивчення того, наскільки ефективно організовано управління інвестиційною діяльністю [5].

Під час своєї фінансово-господарської діяльності, будь-який господарський суб'єкт має певний інвестиційний потенціал, що може бути успішно використаний. Але на сучасному економічному ринку, суб'єкти стикаються із негативним впливом зовнішнього середовища, що ускладнює повну реалізацію інвестиційного потенціалу і навіть може унеможливити цей процес взагалі. Щоб управління інвестиційною діяльністю було ефективнішим, потрібна єдина концептуальна основа та розробка відповідних теоретичних та методичних положень. Одним із перших кроків до цього є аналіз існуючих підходів до визначення основних понять та категорій, що стосуються процесу управління інвестиційною діяльністю загалом і формування інвестиційної стратегії підприємства зокрема.

Зараз в економічному середовищі існує законодавчо затверджене визначення категорії «інвестиції», яке охоплює всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, з метою створення прибутку (доходу) та/або досягнення соціального та екологічного ефекту [42, ст. 1]. У тому ж законі сказано, що інвестиційна діяльність – це «сукупність практичних дій громадян, юридичних осіб і держави щодо реалізації інвестицій» [42, ст. 2].

Проте це визначення накладає обмеження на розуміння суті інвестиційної діяльності, яку воно представляє переважно як здійснення капітальних вкладень.

Інвестиційну діяльність можна визначити як стратегічне вкладення різних ресурсів господарськими суб'єктами, що призводить до взаємодії між «донорами» грошових коштів і «реципієнтами» [13]. Згідно із синергетичним підходом, інвестиційна діяльність суб'єкта господарювання у промисловому секторі може бути описана як цілісна підсистема, що входить до складу промислових економічних систем і сприяє виникненню ефекту синергії у цих системах (рис. 1.1). У процесі здійснення інвестиційної діяльності взаємодія між попитом на інвестиції (ІСП) та інвестиційною пропозицією (ІСПр) на ринках капіталу та інвестиційних товарів є взаємозалежною та взаємовпливаючою. Ринок інвестицій відображає сукупність інвестиційних пропозицій від продавців та запитів на отримання інвестиційних ресурсів від покупців.

Загалом під терміном «стратегія підприємства» розуміють [35]:

- систему організаційно-економічних заходів для досягнення довгострокових цілей підприємства;
- обґрунтування перспективних орієнтирів діяльності підприємства на основі оцінки його потенційних можливостей та прогнозування розвитку зовнішнього середовища;
- загальний напрям розвитку підприємства, що забезпечує узгодження його мети та можливостей та інтересів усіх суб'єктів;
- ефективна бізнес-концепція досягнення підприємством конкурентних переваг;
- набір перспективних орієнтирів для підприємства;
- план дій, який визначає пріоритети вирішення проблем і ресурси для досягнення головної мети.

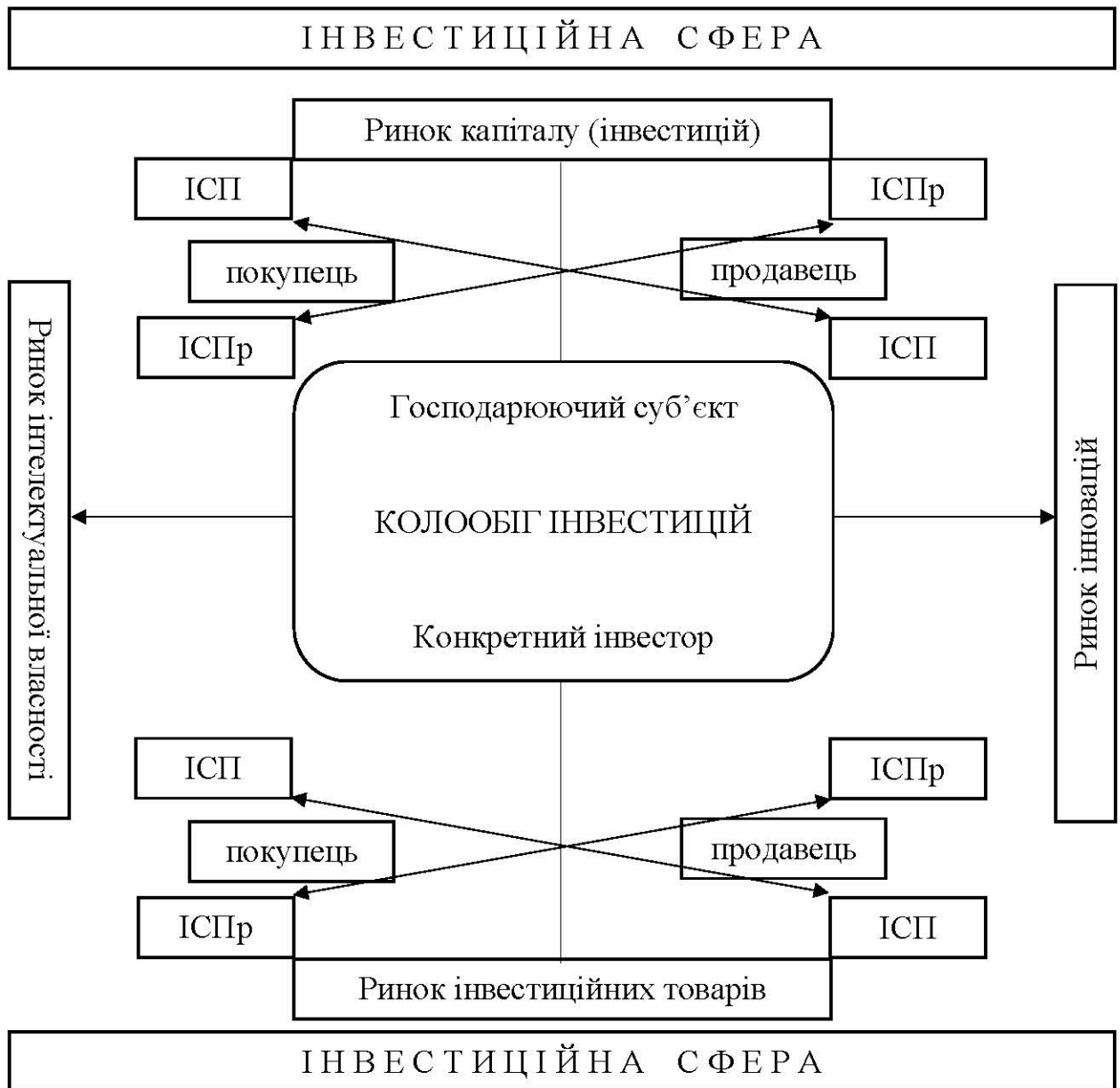


Рис. 1.1. Схема інвестиційної діяльності суб'єкта господарювання у промисловості*

*Джерело: складено автором на основі [16].

Інвестиційна стратегія – це план дій, який розробляється для забезпечення успішного розвитку підприємства за рахунок інвестування коштів у відповідні активи. Це може бути інвестування у розширення виробничих потужностей, розвиток нових продуктів або послуг, вдосконалення технологічних процесів тощо [9]. Сутність інвестиційної стратегії полягає в тому, що вона зокрема визначає, як підприємство буде використовувати наявні фінансові ресурси з метою забезпечення свого

розвитку та зростання. Інвестиційна стратегія повинна бути розроблена з урахуванням бізнес-плану підприємства та його фінансових можливостей.

За рис. 1.1. формування ринку інвестиційних товарів відбувається на основі взаємодії ринку рухомого та нерухомого майна, а також ринку нематеріальних активів, що включає як майнові права, так і ринки інтелектуальних об'єктів і науково-технічних інновацій. Сукупність ринку інвестицій та ринку інвестиційних товарів утворює інвестиційну сферу, якою є сфера економічних відносин, що виникають при формуванні, розміщенні, використанні та відшкодуванні інвестицій у різноманітних видах та формах, включаючи інформаційне, нормативно-правове та організаційне забезпечення інвестиційних потоків.

Інвестиційна стратегія є важливим інструментом для досягнення фінансових цілей та успішного управління інвестиційною діяльністю. Сутність інвестиційної стратегії полягає в розробці плану дій, який базується на індивідуальних цілях, ресурсах інвестора та сприйнятті ним ризику.

Перш за все, інвестиційна стратегія визначає цілі інвестора. Це можуть бути короткострокові чи довгострокові цілі, такі як отримання прибутку, збільшення капіталу або ресурсне забезпечення. Чітко сформульовані цілі допомагають визначити напрямок інвестицій та прийняти розумні рішення [5].

Другий важливий аспект інвестиційної стратегії – визначення ризикотерпимості. Кожен інвестор має власний рівень комфорту щодо ризику. Вищий рівень ризикотерпимості може призводити до інвестування у більш волатильні активи із вищою потенційною доходністю, тоді як нижчий рівень ризикотерпимості може вказувати на перевагу стабільних, менш ризикованих інвестицій.

На третьому етапі інвестиційної стратегії визначається асортимент активів, в які будуть здійснюватися інвестиції. Це можуть бути акції, облигації, нерухомість, сировина або інші види активів. Розподіл інвестицій між різними видами активів допомагає зменшити ризики та забезпечити диверсифікацію портфеля.

Наступним кроком є вибір конкретних інвестиційних інструментів. Це можуть бути окремі акції, облигації, індексні фонди або інші фінансові продукти. Вибір залежить від індивідуальних уподобань, ризикотерпимості та досвіду інвестора.

Нарешті, інвестиційна стратегія потребує постійного моніторингу та оновлення. Ринкові умови та фінансові цілі можуть змінюватися із часом, тому важливо періодично переглядати та адаптувати стратегію.

У підсумку, інвестиційна стратегія – це систематичний план дій, який допомагає інвесторам досягати їх фінансових цілей. Це вимагає визначення цілей, оцінки ризикотерпимості, вибору активів та інструментів, а також постійного моніторингу. Кожна стратегія є унікальною і відповідає індивідуальним потребам та обставинам кожного інвестора.

Прийняття рішень щодо здійснення угод на ринку інвестицій визначається бажанням отримати прибуток у майбутньому. Отже, стратегічна перспектива відіграє важливе значення у прийнятті відповідних рішень.

Під інвестиційною політикою підприємства, яка є складовою його інвестиційної стратегії, розуміють процес формування системи довгострокових цілей інвестиційної діяльності та вибір ефективних шляхів їх досягнення на основі прогнозування умов цієї діяльності, інвестиційного ринку. Інвестиційна політика містить такі напрями (рис. 1.2) [12].



Рис. 1.2. Напрями інвестиційної політики*

*Джерело: складно автором на основі [12].

Найбільш складною є проблема пошуку джерел фінансування інвестиційних проектів як форми реалізації стратегії розвитку підприємства. Основними джерелами інвестиційних проектів є власні та залучені кошти. Власні кошти формуються з попередніх заощаджень (продаж землі та інших активів). Залучені кошти – від продажу акцій, позики з бюджету, за рахунок інвестицій.

Інвестиційна стратегія необхідна для реалізації низки завдань [45]:

- підтримка високих темпів розвитку організації за рахунок інвестицій;
- отримання найвищих рівнів прибутковості прямих і фінансових інвестицій підприємства та його інвестиційної діяльності з урахуванням наявних інвестиційних ризиків;
- зниження ризику інвестиційних ризиків при здійсненні інвестиційної діяльності, не впливаючи на рівень прибутковості інвестицій;
- підтримка інвестиційних активів на достатньому рівні ліквідності, а також забезпечення максимально швидкого рівня реінвестування капіталу;
- пошук і розробка шляхів сприяння модернізації та вдосконаленню інвестиційної діяльності підприємства;
- підтримка фінансової рівноваги підприємства при здійсненні інвестицій.

Значення інвестиційної стратегії для успішного розвитку підприємства полягає в наступному:

1. Визначення цілей. Інвестиційна стратегія допомагає визначити цілі, які підприємство має досягти за допомогою інвестицій. Це дає можливість підприємству сконцентруватися на важливих завданнях та максимізувати результати.

2. Визначення ресурсів. Інвестиційна стратегія визначає необхідні ресурси для досягнення поставлених цілей. Це допомагає підприємству зосередитися на ефективному використанні ресурсів та мінімізувати ризики витрат.

3. Планування дій. Інвестиційна стратегія допомагає підприємству розробити план дій для досягнення поставлених цілей. Це дає змогу підприємству зосередитися на стратегічних завданнях та мінімізувати витрати.

4. Підвищення конкурентоспроможності. Інвестиційна стратегія може допомогти підприємству підвищити свою конкурентоспроможність на ринку, наприклад, шляхом впровадження нових технологій або розробки нових продуктів [8].

5. Ризикове управління. Інвестиційна стратегія допомагає підприємству розробити план дій на випадок негативних наслідків у результаті інвестування. Це дає змогу підприємству мінімізувати ризики втрат та швидко реагувати на непередбачувані обставини.

6. Залучення фінансування. Інвестиційна стратегія може допомогти підприємству залучити фінансування на розвиток за допомогою показування потенційних інвесторів чітких планів та стратегічних викликів.

7. Ефективність витрат. Інвестиційна стратегія допомагає підприємству ефективно використовувати свої ресурси, такі як час, гроші та інші ресурси, для досягнення поставлених цілей.

Таким чином, інвестиційна стратегія є важливим інструментом для забезпечення успішного розвитку підприємства. Вона допомагає підприємству визначити свої цілі та використовувати ресурси ефективно, планувати свої дії, підвищувати свою конкурентоспроможність, мінімізувати ризики та залучати фінансування для розвитку.

1.2. Складові, етапи та інструментарій розробки інвестиційної стратегії підприємства

Інвестиційна стратегія підприємства є однією з найважливіших складових його успішної діяльності. Як зазначалося, ця стратегія визначає напрямки та обсяги інвестицій, які підприємство повинно здійснити, щоб

досягти своїх цілей та максимізувати прибуток. У даному параграфі зокрема розглянемо складові інвестиційної стратегії підприємства.

Складові інвестиційної стратегії підприємства можна розбити на наступні групи (рис. 1.3).

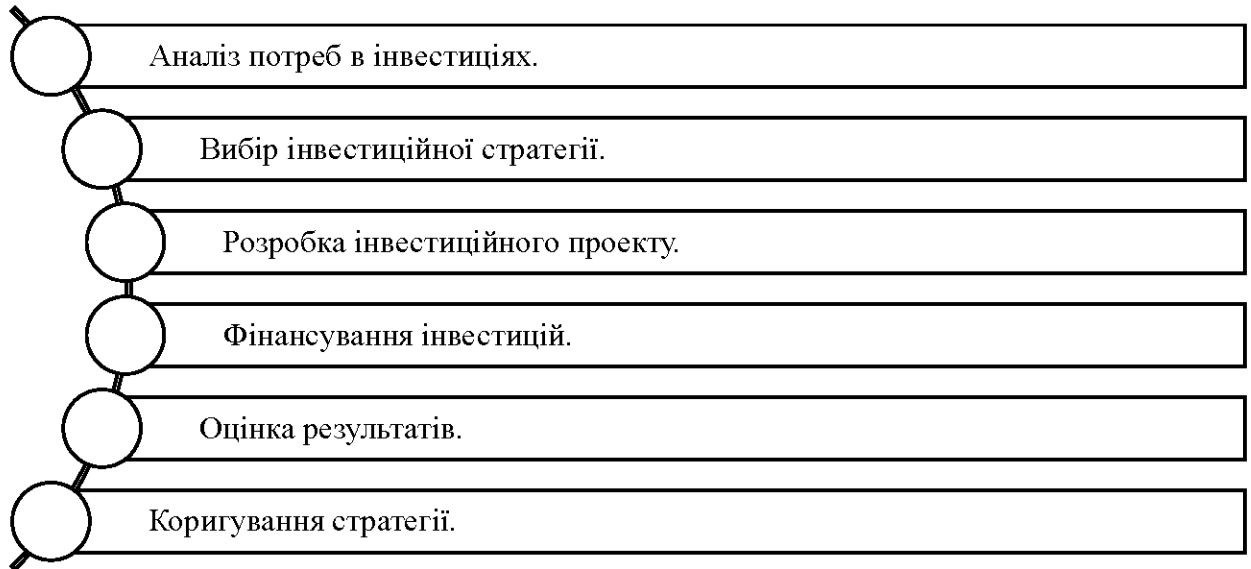


Рис. 1.3. Групи складових інвестиційної стратегії підприємства*

*Джерело: складено автором на основі [7].

1. *Аналіз потреб в інвестиціях.* Підприємство повинно провести аналіз своїх потреб в інвестиціях, визначити головні напрямки і обсяги інвестицій та оцінити можливості їх здійснення.

2. *Вибір інвестиційної стратегії.* Підприємство повинно визначити, яку інвестиційну стратегію вибрати, з урахуванням своїх цілей, потреб в інвестиціях та фінансових можливостей.

3. *Розробка інвестиційного проекту.* Підприємство повинно розробити інвестиційний проект, який включає в себе детальний аналіз ризиків, прогнозування результатів та затрат на здійснення проекту [15].

4. *Фінансування інвестицій.* Підприємство повинно вирішити, якими джерелами фінансування скористатися для здійснення інвестицій. Це можуть бути власні ресурси, залучення кредитів, емісія цінних паперів тощо.

5. *Оцінка результатів.* Після здійснення інвестицій підприємство повинно провести оцінку результатів інвестування. Це дасть змогу визначити, наскільки ефективною була інвестиційна стратегія та чи досягнуті поставлені цілі.

6. *Коригування стратегії.* Якщо оцінка результатів показала неефективність вибраної інвестиційної стратегії, підприємство повинно коригувати свої плани та змінювати стратегію з метою досягнення кращих результатів.

У сучасних умовах інвестиційна стратегія є дуже важливою складовою успіху підприємства. Підприємство повинно забезпечити аналіз потреб в інвестиціях, вибір інвестиційної стратегії, розробку інвестиційного проекту, вибір джерел фінансування, оцінку результатів та коригування стратегії. Виконання всіх цих етапів дасть змогу підприємству досягнути своїх цілей та максимізувати свій прибуток.

Розробка інвестиційної стратегії підприємства передбачає декілька етапів та використання різноманітного інструментарію. Розглянемо їх докладніше [19]:

1. *Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.* На цьому етапі необхідно проаналізувати стан внутрішнього середовища підприємства (його сильні та слабкі сторони, ключові конкурентні переваги тощо) та зовнішнього середовища (макроекономічні та соціально-політичні фактори, технологічні та соціокультурні тенденції, діяльність конкурентів тощо).

2. *Визначення стратегічних цілей та завдань* (на основі проведеного аналізу визначаються стратегічні цілі та завдання підприємства, які повинні бути досягнені за допомогою інвестиційної стратегії).

3. *Вибір напрямків інвестування* (після визначення стратегічних цілей та завдань вибираються напрямки інвестування, які найбільш відповідають цілям підприємства).

4. *Розробка фінансового плану* (на цьому етапі розробляється фінансовий план, який відображає витрати на реалізацію інвестиційної стратегії та очікувані доходи від інвестування).

5. *Визначення критеріїв відбору інвестиційних проектів* (перед прийняттям рішення про інвестування у певний проект необхідно визначити критерії відбору, які дають змогу оцінити його ефективність та ризики).

6. *Оцінка ефективності інвестиційного проекту* (на цьому етапі проводиться оцінка ефективності інвестиційного проекту з використанням різних методів, таких як метод дисконтованої вартості, метод повернення інвестицій, метод рентабельності тощо).

7. *Розробка плану виконання інвестиційної стратегії*. На основі результатів оцінки ефективності інвестиційного проекту розробляється план виконання інвестиційної стратегії, який включає у себе відповідні терміни та ресурси, а також механізми контролю виконання.

Інструментарій розробки інвестиційної стратегії можуть включати [10]:

1. *SWOT-аналіз*: дає змогу проаналізувати сильні та слабкі сторони внутрішнього середовища підприємства та можливості та загрози зовнішнього середовища. Це інструмент стратегічного аналізу, що дає змогу оцінити внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства. Аналізуючи сильні та слабкі сторони внутрішнього середовища підприємства та можливості та загрози зовнішнього середовища, SWOT-аналіз допомагає встановити перспективні напрями розвитку та визначити стратегію дій.

Ключові елементи SWOT-аналізу:

Сильні сторони (Strengths) – це унікальні переваги, які має підприємство. Це можуть бути висока якість продукції, висока ефективність виробництва, висококваліфікований персонал тощо.

Слабкі сторони (Weaknesses) – це недоліки та проблеми, які потрібно вирішувати. Це можуть бути недостатня ефективність виробництва, низька якість продукції, відсутність необхідного обладнання та технологій, неякісний персонал тощо.

Можливості (Opportunities) – це зміни в зовнішньому середовищі, які можуть бути використані як шанси для розвитку підприємства. Це можуть бути зміни в законодавстві, збільшення попиту на продукцію, зміна поведінки споживачів, нові технології тощо.

Загрози (Threats) – це зміни в зовнішньому середовищі, які можуть стати перешкодою для розвитку підприємства. Це можуть бути зміни в законодавстві, збільшення конкуренції, зміна поведінки споживачів, зміна економічної ситуації тощо.

SWOT-аналіз дає змогу визначити стратегію дій, використовуючи чотири ключові елементи SWOT-аналізу, щоб забезпечити успішний розвиток підприємства. Наприклад, якщо підприємство має сильну сторону – високу якість продукції, то можна сконцентрувати увагу на рекламі, щоб залучити більше клієнтів. Якщо підприємство має слабкі сторони – неефективність виробництва, то можна зосередити зусилля на підвищенні ефективності виробництва, наприклад, за допомогою впровадження нових технологій [35].

Щодо можливостей, якщо з'явилися нові технології, які можна використати, то підприємство може інвестувати в них для підвищення якості та ефективності виробництва. Якщо зміниться поведінка споживачів та з'явиться попит на нові види продукції, то підприємство може розширити свій асортимент та почати виробляти нові види продукції.

Загрози також потребують уваги та відповідних заходів. Наприклад, якщо з'явилася нова конкуренція, то підприємство може зосередити увагу на зниженні вартості своєї продукції або підвищенні якості, щоб зберегти свої позиції на ринку. Якщо змінився законодавчий фреймворк, то підприємство повинно адаптуватися до нових умов та виконувати вимоги законодавства.

2. *Матриця БКГ* (скорочення від англійської назви «Boston Consulting Group», компанії-консультанта, яка розробила цю матрицю в 1970-х роках): дає змогу класифікувати напрями інвестування на основі потенційного ризику та потенційної дохідності. Матриця БКГ – це інструмент аналізу ризику та дохідності інвестицій, який дає змогу класифікувати напрями інвестування на

основі їхнього потенційного ризику та потенційної доходності. Матриця БКГ складається із двох осей: осі ризику та осі доходності. Вісь ризику визначається ймовірністю втрати інвестицій або зменшення їх вартості, тоді як вісь доходності відображає потенційний рівень прибутку, який можна отримати від інвестування.

Матриця містить чотири категорії, що представлені квадрантами [47]:

- зірки (Star) – напрями, що мають високу потенційну доходність та високий ризик. Це означає, що ці напрями можуть принести значні прибутки, але є ризик, що інвестиції можуть не виправдати очікувань;

- дійні корови (Cash Cows) – напрями, що мають низький ризик та високу доходність. Ці напрями приносять стабільний прибуток, але їхні можливості для зростання обмежені;

- проблемні діти (Question Marks) – напрями, що мають високий ризик, але низьку доходність. Ці напрями потребують додаткових інвестицій, щоб збільшити їхню доходність та зменшити ризик;

- собаки (Dogs) – напрями, що мають низький ризик та низьку доходність. Ці напрями не приносять значного прибутку та можуть бути вигідно замінені іншими.

Використання матриці БКГ дає змогу інвесторам визначати потенційно прибуткові напрями та зменшувати ризики інвестування. Наприклад, напрями «зірки» – можуть бути вигідні для інвестування в довгостроковій перспективі, якщо ризики будуть контрольовані і витрати на інвестиції будуть оптимізовані. Напрями «дійні корови» – можуть бути використані для генерації поточного доходу та фінансування інших інвестицій. Напрями «проблемні діти» – можуть вимагати додаткових зусиль та ресурсів для їхнього розвитку, але при успішному розвитку можуть стати напрямками-зірками. Напрями «собаки» – можуть бути відкинуті або реорганізовані, якщо вони не приносять значних прибутків та не мають потенціалу для зростання.

Матриця БКГ може бути корисною не тільки для інвесторів, але й для менеджерів підприємств. Вона може допомогти менеджменту підприємства оцінити ефективність своїх напрямків бізнесу та розробити стратегію розвитку, включаючи плани на майбутнє.

Однак, варто зазначити, що матриця БКГ має свої обмеження та не є універсальним інструментом. Наприклад, вона не враховує фактори, такі як конкуренція, політичні та економічні ризики, зміни у смаках та попиті на ринку тощо. Тому перед прийняттям рішення про інвестування необхідно враховувати додаткові фактори та аналізувати їхні взаємовідношення з потенційним ризиком та доходністю.

3. Аналіз фінансової структури: дає змогу оцінити фінансову стабільність підприємства та його можливості для залучення додаткових інвестицій [48]. Це процес дослідження та оцінки фінансового стану підприємства шляхом аналізу його фінансових звітів та інших фінансових даних. Цей аналіз може допомогти інвесторам, банкам та іншим зацікавленим сторонам приймати рішення щодо фінансових операцій з підприємством, таких як інвестування або кредитування. Аналіз фінансової структури оцінює різні аспекти фінансового стану підприємства, включаючи:

- прибуток та рентабельність – вказує на те, як добре підприємство заробляє гроші та як вони використовуються для розвитку бізнесу;
- ліквідність – вказує на здатність підприємства виконувати свої фінансові зобов'язання вчасно;
- фінансові зобов'язання – вказує на кількість та тип боргів, що має підприємство та його здатність їх оплатити;
- власний капітал – вказує на кількість коштів, які підприємство залучило від своїх власників та як вони використовуються для розвитку бізнесу;
- фінансова стабільність – вказує на стійкість підприємства до ризиків та його здатність витримати фінансові труднощі;

– потенційні можливості для залучення додаткових інвестицій – вказує на потенційні можливості підприємства для залучення додаткових коштів для розвитку бізнесу.

Аналіз фінансової структури може допомогти інвесторам та іншим зацікавленим сторонам приймати рішення про інвестування в підприємство або про надання кредиту. Наприклад, якщо підприємство має стабільну фінансову структуру, це може вказувати на те, що воно може бути здатне виконувати свої фінансові зобов'язання та мати достатньо коштів для залучення додаткових інвестицій. На інший бік, якщо фінансова структура підприємства містить велику кількість фінансових зобов'язань, це може вказувати на значний ризик для інвесторів, оскільки підприємство може мати складнощі з оплатою своїх зобов'язань та наданням прибутку.

Аналіз фінансової структури може виконуватись різними методами, включаючи зведення балансу, визначення рентабельності та ліквідності, вивчення структури фінансування та боргів підприємства, та багато іншого. Цей аналіз може бути виконаний самостійно або з допомогою фінансових консультантів або аудиторів [51].

Отже, аналіз фінансової структури дає змогу зрозуміти фінансовий стан підприємства та оцінити його потенційні можливості для залучення додаткових інвестицій. Це може бути корисним інструментом для інвесторів та інших зацікавлених сторін у прийнятті рішень про інвестування та фінансові операції з підприємством.

4. Аналіз конкурентного середовища – дає змогу оцінити конкурентні переваги та недоліки підприємства, а також конкурентів та їхні стратегії. Це важлива складова стратегічного планування, що дає змогу підприємствам оцінити своє положення на ринку порівняно із конкурентами, а також зрозуміти, які фактори впливають на їхню конкурентоспроможність.

Для проведення аналізу конкурентного середовища можуть використовуватись різні методи або інструменти: вище згаданий SWOT-аналіз

та інші методи, такі як аналіз Портера, дослідження споживачів, маркетингові дослідження тощо.

Один із головних результатів аналізу конкурентного середовища – це визначення конкурентних переваг та недоліків підприємства (може включати вивчення товарних пропозицій, цін, рекламних стратегій, обсягів продажів, клієнтської бази та інших факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємства). Оцінка конкурентів та їхніх стратегій також дає змогу підприємству зрозуміти, які технології, методи та інновації можуть бути застосовані для поліпшення своєї позиції на ринку.

Отже, аналіз конкурентного середовища є важливим інструментом для розвитку та стратегічного планування підприємства. Він дає змогу підприємствам зрозуміти своє положення на ринку, оцінити конкурентів та їхні стратегії, а також визначити шляхи для вдосконалення власних конкурентних позицій [66].

5. *Оцінка ризиків* (дає змогу визначити можливі ризики та їхню вірогідність та вплив на інвестиційний проект).

6. *Аналіз ринку* (дає змогу визначити потенційний попит на продукцію чи послуги підприємства та їхню конкурентоспроможність на ринку).

7. *Моделювання сценаріїв* (дає змогу виконати аналіз можливих сценаріїв розвитку інвестиційного проекту, що дозволяє підвищити точність оцінки та знизити ризики).

8. *Методи оцінювання ефективності інвестиційного проекту*. На цьому етапі використовуються різні методи оцінювання ефективності інвестиційного проекту, такі як метод дисконтованої вартості, метод повернення інвестицій, метод рентабельності, аналіз чистого дисконтування тощо.

9. *Визначення стратегії*. На основі результатів проведених досліджень та аналізів визначається стратегія розвитку підприємства, яка включає у себе напрями розвитку, кроки, які необхідно зробити для досягнення поставлених цілей, терміни виконання, ресурси та механізми контролю виконання.

10. Контроль та корекція. На цьому етапі проводиться постійний контроль виконання стратегії та її корекція в разі необхідності. Контроль уможливорює вчасне виявлення проблеми та коригування стратегії розвитку підприємства з метою досягнення більшої ефективності та успіху діяльності. Інструментарій розробки інвестиційної стратегії може бути різним та варіюватися в залежності від специфіки підприємства та інвестиційного проекту. Для ефективною розробки інвестиційної стратегії рекомендується використовувати комплексний підхід та враховувати різні аспекти діяльності підприємства та зовнішнього середовища.

При конкретизації інвестиційної стратегії за термінами її впровадження передбачається зовнішня синхронізація, яка передбачає узгодженість термінів впровадження інвестиційної стратегії із загальною стратегією економічного розвитку підприємства, прогнозованими змінами кон'юнктури інвестиційного ринку, а також внутрішня синхронізація, що передбачає узгодженість у термінах реалізації окремих напрямів інвестування з формуванням необхідних інвестиційних ресурсів [64].

Розроблена інвестиційна стратегія оцінюється за наступними критеріями (рис. 1.2). При узгодженні інвестиційної стратегії підприємства із загальною стратегією його економічного розвитку перевіряється узгодженість цілей, напрямків і етапів реалізації цих стратегій.

При оцінці внутрішньої збалансованості інвестиційної стратегії визначається ступінь узгодженості окремих стратегічних цілей і напрямів інвестиційної діяльності, а також послідовність їх реалізації та прийнятні часові рамки реалізації інвестиційної стратегії.

При узгодженні інвестиційної стратегії із зовнішнім середовищем визначається, наскільки розроблена інвестиційна стратегія чутлива до прогнозованих змін економічного розвитку та інвестиційного клімату країни, а також умов інвестиційного ринку.

При оцінці можливостей впровадження інвестиційної стратегії з урахуванням наявного ресурсного потенціалу враховується потенціал

підприємства у формуванні всіх необхідних ресурсів – фінансових, трудових, технологічних, енергетичних тощо [63].



Рис. 1.4. Критерії оцінки інвестиційної стратегії*

*Джерело: складено автором на основі [35].

При оцінці прийнятності рівня ризику, пов'язаного із впровадженням інвестиційної стратегії, враховуються рівні основних інвестиційних ризиків та їх можливі фінансово-господарські наслідки для підприємства, а також відсутність істотних перешкод для впровадження інвестиційної стратегії. Оцінювання ефективності інвестиційних програм ґрунтується, перш за все, на визначенні економічної ефективності їх реалізації [67; 78]. Додатково оцінюються неекономічні результати, а саме підвищення іміджу підприємства, поліпшення умов праці його працівників, престижність запропонованих стратегією економічних зон тощо.

Актуальність розробки інвестиційної стратегії підприємства в умовах сучасної економічної кризи зумовлена насамперед суттєвими змінами, які відбулися та відбуваються у зовнішньому середовищі суб'єктів господарювання. За таких умов управління інвестиційною діяльністю підприємств лише з використанням традиційних теоретико-методологічних

основ інвестиційного менеджменту стає неможливим. Необхідно розробити основи адаптивного управління цією сферою діяльності підприємства.

Важливою умовою, яка визначає актуальність розробки інвестиційної стратегії підприємств, є її адекватність етапу життєвого циклу підприємства. Із цієї точки зору інвестиційна стратегія дає змогу адаптувати інвестиційну діяльність підприємства до можливих кардинальних змін у його економічному розвитку. Водночас зміни цілей операційної діяльності підприємства, зумовлені диверсифікацією виробництва, також визначають актуальність розробки інвестиційної стратегії. Щоб уникнути періоду «реcesії», в якому, як найгірший сценарій, може розпочатися фаза ліквідації, необхідно вчасно диверсифікувати діяльність підприємства [9].

Відповідна диверсифікація форм інвестиційної діяльності підприємства за цих умов має бути прогнозованою та оптимально збалансованою з урахуванням ресурсного потенціалу підприємства, що забезпечуватиметься розробкою ефективної інвестиційної стратегії.

Зростання невизначеності в умовах періодичних світових фінансово-економічних криз зумовлює підвищення значення інвестиційної стратегії в забезпеченні ефективного розвитку підприємства. Процес розробки інвестиційної стратегії є важливою частиною загальної системи стратегічного управління підприємством. Урахування взаємозв'язку інвестиційної стратегії з іншими складовими стратегічного набору підприємства значно підвищить ефективність його розвитку. Формування інвестиційної стратегії має базуватися на комплексному аналізі особливостей зовнішнього економіко-правового середовища, специфіки галузі та внутрішніх особливостей підприємства.

РОЗДІЛ 2

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «РОСЯНА»

2.1. Стан розвитку української безалкогольної промисловості та загальна характеристика діяльності ТОВ «Росяна»

Вивчення споживчих переваг на ринку фасованої мінеральної води та безалкогольних напоїв показало, що споживачі довіряють популярним торговим маркам. Так, 10 великих виробників володіють майже 50% всього ринку мінеральної води і майже 70% ринку негазованої води; малі торгові марки та місцеві виробники, володіють відповідно 50% ринку мінеральної води та 30% ринку негазованої води [14, с. 123].

Основні виробники мінеральної води в Україні:

- ПрАТ «ІДС Боржомі Україна» (Миргородська, Миргородська Лагідна, AquaLife, Старий Миргород, Моршинська, Сорочинська, Трускавецька, Боржомі);
- ПП «Алекс» (Лужанська, Шаянська, Поляна Срібна, Поляна Світла, Поляна Купель-5, Поляна Квасова-8).

Дослідження показали, що ринок мінеральної води має тенденцію до зменшення споживання сильногазованої мінеральної води та збільшення споживання середньогазованої та негазованої мінеральної води. У 2016 році частка негазованої води становила 37%, що на 12% більше, ніж у 2017 році. Споживання негазованої води збільшується через збільшення попиту на воду з-під крана та воду у великих ємностях, яка доставляється додому або в офіс за запитом [14, с. 123].

Економічна ситуація в Україні вплинула на ринок природної мінеральної фасованої води. Незважаючи на те, що майже всі водопостачальні підприємства працюють на території країни та виробляють воду в Україні, витрати виробництва та постачання значно зросли. Це пов'язано як із курсом

валют, який вплинув на вартість витратних матеріалів (етикетка, кришка, пілозбірник, тара), паливно-мастильних матеріалів, комплектуючих, так і підвищення тарифів на водозабір та комунальні послуги. Відповідно, собівартість продукції для споживача також зросла (приблизно на 25–40% залежно від регіону та постачальника).

Зазначимо, що протягом 2012–2021 років обсяги реалізації на ринку мінеральної води збільшувалися в середньому на 6–8% на рік. Найбільший попит на мінеральну воду спостерігався в період із травня по вересень. Проте культура споживання бутильованої води в Україні залишається низькою. Середній українець споживає близько 40 літрів води на рік, мешканець сусідньої Польщі – понад 70 літрів, Чехії – понад 90 літрів. Аналітики прогнозують, що ринок мінеральної води зростатиме і збережеться подальша тенденція до збільшення споживання негазованої води [61].

Основні ринкові показники включають виробництво, експорт, імпорт і ємність ринку (можливий обсяг реалізації).

ТОВ «Росяна» є виробником бутильованої води та інших безалкогольних напоїв, здійснює діяльність на території України. Компанія має власне виробниче обладнання, висококваліфікований персонал та сучасні технології виробництва, що дає їй змогу забезпечувати високу якість продукції та конкурентоспроможність на ринку (див також табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Загальна інформація про ТОВ «Росяна»

Характеристика	Деталізована інформація
1	2
Повна назва	Товариство з обмеженою відповідальністю «Росяна»
Скорочена назва	ТОВ «Росяна»
Назва англійською	Limited liability company Rosyana (LLC Rosyana)
Код ЄДРПОУ	36845522
Дата реєстрації	17.12.2009 р.
Організаційно-правова форма	Товариство з обмеженою відповідальністю

Продовження табл. 2.1

1	2
Форма власності	Недержавна власність
Вид діяльності (основний)	11.07 Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод, розлитих у пляшки
Адреса	Україна, 01103, місто Київ, вул. Кіквідзе, буд. 18-А

**Джерело: розроблено автором на основі [43; 44; 50].*

Організаційна структура компанії складається з керівництва та різних функціональних підрозділів, таких як виробництво, маркетинг, фінанси та інші. Керівництво компанії складається з генерального директора та його заступників, які відповідають за різні напрямки діяльності компанії.

Виробничий підрозділ ТОВ «Росяна» включає в себе технічні підрозділи, які відповідають за виробництво продукції. Крім того, компанія має відділ контролю якості, який відповідає за забезпечення якості виробленої продукції. Також виробничий підрозділ здійснює постачання сировини та матеріалів для виробництва напоїв.

Маркетинговий підрозділ компанії відповідає за підтримку бренду та рекламу продукції. Відділ продажів здійснює активну роботу із клієнтами, веденням угод та контрактів на постачання продукції. Крім того, компанія має відділ логістики, який відповідає за доставку продукції до клієнтів.

Фінансовий підрозділ займається бухгалтерським та фінансовим обліком, складання звітності, контролем фінансової діяльності компанії та оптимізацією фінансових ресурсів. Відділ кадрів відповідає за підбір, навчання та розвиток персоналу, ведення кадрової документації та забезпечення соціального захисту співробітників.

Законодавча база, на якій функціонує ТОВ «Росяна», складається із законів України про підприємництво, про охорону навколишнього середовища, про здійснення підприємницької діяльності, а також з інших нормативно-правових актів. Компанія дотримується всіх законодавчих вимог,

пов'язаних з її діяльністю, та забезпечує безпеку праці та охорону довкілля на виробничих об'єктах.

За даними державного реєстру підприємств України, ТОВ «Росяна» є стабільним та надійним підприємством із гарною репутацією на ринку безалкогольних напоїв. Компанія має значну частку на ринку та постійно розширює свою діяльність, запускаючи нові продукти та розширюючи асортимент своєї продукції [11].

ТОВ «Росяна» мала наступні зміни у балансі протягом досліджуваного періоду:

- баланс підприємства загалом збільшився на 122,8% протягом останніх 2 років;

- збільшення активів відбулося за рахунок збільшення як необоротних, так і оборотних активів. Варто відмітити зміни у структурі. Так, у 2020 рр. оборотні активи займали 77%, а у 2021 році за рахунок зростання основних засобів необоротні активи вже складають майже половину активів підприємства;

- що ж стосується пасивів підприємства, то вони зросли за рахунок усіх складових. Крім того, варто відмітити відсутність довгострокових зобов'язань у 2020 році та їх появу у 2021 році.

Так, динаміка активів та пасивів ТОВ «Росяна» наведена на рис. 2.1. Отже, з рис. 2.1. чітко простежується тенденція до зростання активів та пасивів підприємства. Хоча фінансовий результат ТОВ «Росяна» і покращився, все одно слід проаналізувати підприємство за допомогою ліквідності, рентабельності тощо. Розпочнемо з аналізу ліквідності (табл. 2.2).

На основі табл. 2.2 можемо зробити висновок, що ТОВ «Росяна» має проблеми з абсолютною ліквідністю та ліквідністю при мобілізації запасів, так як дані показники є нижчими за рекомендовані. Водночас усі інші показники є в межах рекомендованих значень, що свідчить про достатній рівень ліквідності та платоспроможності підприємства.

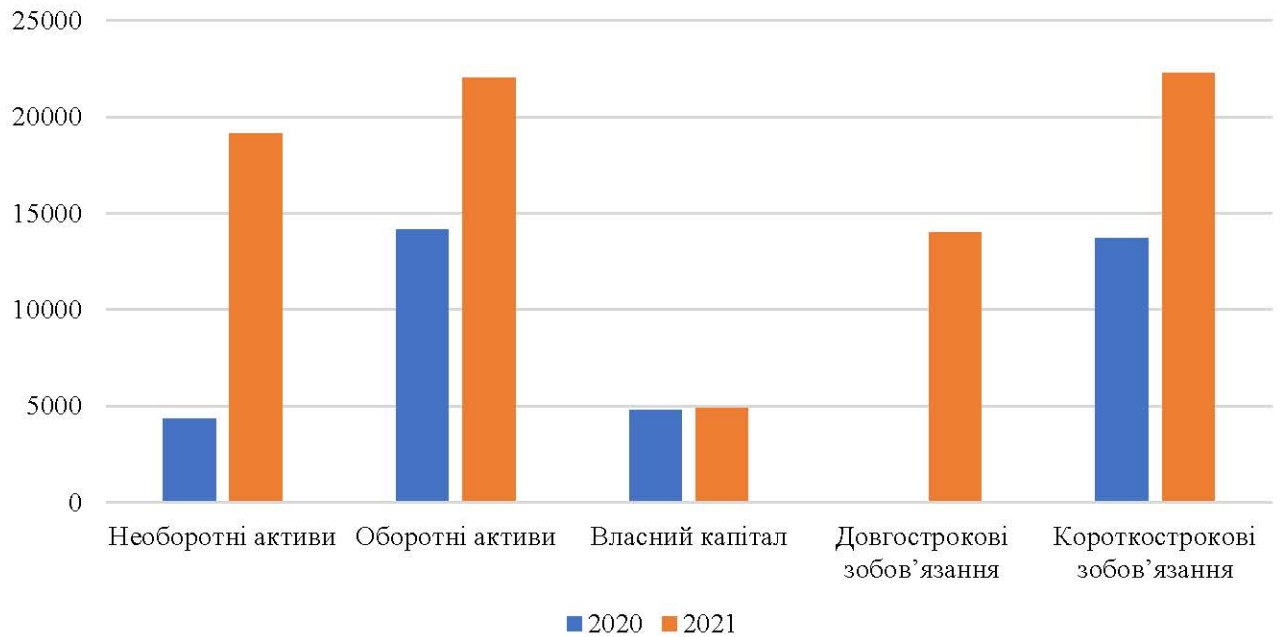


Рис. 2.1. Динаміка активів та пасивів ТОВ «Росяна»*

*Джерело: розроблено автором на основі Додатку А.

Таблиця 2.2

Аналіз ліквідності та платоспроможності ТОВ «Росяна»*

Показник	Роки		Рекомендоване значення
	2020	2021	
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,02	0,01	0,15–0,2.
Коефіцієнт поточної ліквідності	0,70	0,74	0,5–0,8
Коефіцієнт загальної ліквідності	1,03	0,99	1–2.
Коефіцієнт ліквідності при мобілізації запасів	0,36	0,26	0,5–0,7
Коефіцієнт власної платоспроможності	0,03	– 0,01	–
Коефіцієнт довгострокового фінансового забезпечення	1,10	0,26	0,5–0,7

*Джерело: розроблено автором на основі додатку А.

Розглянемо також аналіз фінансової стійкості ТОВ «Росяна» (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Аналіз фінансової стійкості ТОВ «Росяна»*

Показник	Роки		Рекомендоване значення
	2020	2021	
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,35	0,13	0,6–,7
Коефіцієнт заборгованості (фінансової напруги)	2,88	7,42	Не більше 0,5
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0,03	–0,01	> 0 до 10%
Коефіцієнт маневрування	0,09	–0,05	0,2–0,5
Коефіцієнт постійного активу	0,91	3,91	

*Джерело: розроблено автором на основі додатку А.

Як ми бачимо, фінансова стійкість підприємства знаходиться у незадовільному стані, коефіцієнт фінансової стійкості взагалі є меншим за 0,2. Дана ситуація склалася внаслідок високої фінансової напруги підприємства.

Останнім у нашому аналізі буде розгляд рентабельності підприємства (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Аналіз рентабельності ТОВ «Росяна»*

Показник	Роки		Рекомендоване значення
	2020	2021	
Рентабельність підприємства	0,00	0,01	Збільшення
Рентабельність власного капіталу	0,03	0,04	Збільшення
Рентабельність необоротних активів	0,01	0,01	Збільшення

*Джерело: розроблено автором на основі додатку А.

Таким чином, рентабельність підприємства є позитивною.

Отже, ТОВ «Росяна», незважаючи на всі наявні ресурси, має проблеми з фінансовою стійкістю, що свідчить про недосконале управління підприємством. При цьому інші показники є доволі позитивними.

Організація виробництва й управління підприємством є ключовим елементом успішної діяльності ТОВ «Росяна». Виробництво на підприємстві розпочинається зі збору сировини та матеріалів. Основними компонентами продукції є вода, цукор, фруктові соки та ароматичні добавки. Після збору сировини та матеріалів вони проходять процес очищення та підготовки до виробництва напоїв.

Далі процес виробництва включає наступні етапи [50]:

1. Первинне змішування компонентів.
2. Перегонка та очищення суміші.
3. Змішування з додатковими інгредієнтами.
4. Фільтрування та упаковка готової продукції.
5. Доставка готової продукції на склади або безпосередньо до клієнтів.

Ефективне управління підприємством ТОВ «Росяна» забезпечується системою менеджменту якості, яка ґрунтується на міжнародних стандартах ISO. Ця система забезпечує стандартизацію всіх процесів, що відбуваються на підприємстві, та забезпечує контроль якості продукції на кожному етапі виробництва.

Крім того, на підприємстві існує низка функціональних підрозділів, що забезпечують ефективне управління його діяльністю:

1. Відділ виробництва відповідає за процес виробництва, управління якістю, виконання планів та контроль витрат.
2. Відділ маркетингу забезпечує рекламу та продаж продукції на ринку. Він відповідає за проведення маркетингових досліджень, розробку рекламної стратегії та рекламних кампаній, взаємодію зі збутовими мережами та клієнтами.
3. Відділ фінансів забезпечує фінансову діяльність підприємства, планування та контроль бюджету, операції з кредитування, ведення бухгалтерського обліку та звітності.
4. Відділ кадрів відповідає за підбір, навчання та розвиток персоналу, організацію робочих місць та відносин між співробітниками.

5. Відділ збуту забезпечує пошук нових клієнтів, переговори з партнерами, підписання договорів, організацію доставки продукції та контроль за виконанням замовлень.

Основна мета управління підприємством полягає в забезпеченні ефективної діяльності підприємства, збільшенні його прибутковості та конкурентоспроможності на ринку. Управління підприємством повинно бути спрямоване на розвиток виробництва, впровадження нових технологій, збільшення виробничих потужностей та залучення нових клієнтів [56].

Крім того, важливо забезпечити ефективне управління виробництвом. Для цього на підприємстві «Росяна» використовуються різні методи та підходи до організації виробництва та управління; наприклад, сучасні інформаційні технології, що уможлиблюють швидкий та ефективний контроль виробничих процесів та результатів роботи підприємства. Також на підприємстві використовується система менеджменту якості, що дає змогу забезпечити високий рівень якості виробленої продукції та виконання вимог замовників. Для цього здійснюється контроль за всіма етапами виробництва, від початкової підготовки сировини до фінального контролю готової продукції.

Загалом, організація виробництва та управління в ТОВ «Росяна» базується на сучасних підходах та методах, що забезпечують високий рівень якості продукції та ефективність виробничих процесів. Крім того, важливим елементом успішної роботи підприємства є кваліфікований персонал та його постійне професійне зростання.

Метою інвестицій ТОВ «Росяна» переважно є розвиток та модернізація виробничих потужностей для підвищення продуктивності й ефективності виробництва, розширення асортименту продукції або введення нових продуктів на ринок, покращення якості продукції та впровадження нових технологій, розширення ринків збуту та виведення продукції на зовнішні ринки, запровадження енергоефективних та екологічно чистих технологій для зменшення впливу на довкілля та зниження експлуатаційних витрат,

залучення та розвиток кваліфікованого персоналу, забезпечення стабільного фінансового стану підприємства та отримання прибутку для реінвестування у подальший розвиток, а також підтримання відповідної доходності інвесторам.

2.2. Особливості інвестиційної стратегії підприємства в реалізації перспективних напрямів розвитку ТОВ «Росяна»

У контексті визначення та реалізації перспективних напрямів розвитку ТОВ «Росяна» узагальнимо особливості його поточної інвестиційної стратегії. Урахування органолептичних та фізико-хімічних характеристик води важливе для виробників питної води з точки зору забезпечення високої якості своєї продукції та задоволення потреб споживачів. Інвестиційна стратегія повинна передбачати розробку та впровадження технологій очищення та обробки води, а також пошук та розробку джерел води, що відповідають вимогам якості та економічним параметрам.

Смак та запах води є важливими факторами, які впливають на сприйняття споживачів. Якщо вода має неприємний смак або запах, це може негативно позначитися на репутації виробника та сприйнятті його продукту споживачами. Тому, виробникам питної води важливо інвестувати у розробку водних джерел із високою якістю смаку та запаху або використовувати технології очищення, які забезпечують приємні органолептичні властивості води [70].

Фізико-хімічні характеристики води, такі як рівень рН, вміст мінералів та хімічних речовин, також мають важливе значення. Виробники питної води можуть обирати джерела води, які мають певні хімічні характеристики, що відповідають їхнім стандартам та вимогам. Наприклад, деякі виробники питної води спеціалізуються на мінеральних водах із певним вмістом корисних мінералів, що може стати ключовим фактором в їхній інвестиційній стратегії.

Виробникам питної води необхідно забезпечити стабільний доступ до джерела води, яке відповідає вимогам щодо якості та кількості. Розташування джерела води може впливати на логістику постачання та затрати на транспортування, що також має значення при формуванні інвестиційної стратегії підприємства.

Під час аналізу відповідності маркування та упаковки негазованої та мінеральної фасованої води встановлено, що на етикетках мінеральної води ТМ «Росяна» та низки інших ТМ відсутня вказівка номера свердловини, що загалом визначає і підтверджує необхідність гармонізації вітчизняного законодавства щодо маркування. Результати проведеного аналізу маркування та упаковки дослідних зразків мінеральної природної столової води наведено у Додатку Б.

Рекомендації щодо лікувального застосування вказані в ТМ «Лужанська», ТМ «Поляна Квасова», ТМ «Росяна», протипоказання загальні для лікувальної води, а відповідні позначення – відсутні на етикетках. Отже, показники маркування та пакування проб мінеральної та негазованої води не відповідають вимогам Технічного регламенту «Правила маркування харчових продуктів» та п. 8, 9 ДСТУ 878-2006 «Вода питна мінеральна. Технічні характеристики». Ідентифікацію органолептичних показників якості фасованої води проводили згідно із ДсанПін 2.2.4-171-10 «Гігієнічні вимоги до води питної, призначеної для споживання людиною» [41].

Для оцінки якості питної мінеральної води нами розроблена 5-бальна шкала оцінки якості мінеральної води (табл. 2.5). За результатами органолептичної оцінки найвищу оцінку отримала проба фасованої питної води ТМ «Лужанська» завдяки високим балам за всіма показниками. Найнижчий бал з органолептичної оцінки отримала ТМ «Росяна» через низьку смакову оцінку.

Об'єктивна оцінка передбачає комплексне поєднання органолептичних і фізико-хімічних показників. Фізико-хімічними методами визначено такі

показники якості та безпеки питної мінеральної води: водневе число (рН); вміст заліза.

Таблиця 2.5

Органолептична оцінка якості питної води*

Індикатор	Оптимальне значення	ТМ «Лужанська»	ТМ «Моршинська»	ТМ «Поляна Квасова»	ТМ «Трускавецька»	ТМ «Росяна»
Зовнішній вигляд	Дуже приємний, типовий для питної води	Дуже приємний, типовий для питної води	Приємна, типова для питної води	Приємна, типова для питної води	Приємна, типова для питної води	Приємна, типова для питної води
Оцінка		4,9	4,6	4,7	4,5	4,3
Ясність	Висока	Висока	Висока	Висока	Висока	Висока
Оцінка		4,9	4,8	4,8	4,8	4,7
Аромат	Дуже приємна, типова для питної води без стороннього присмаку	Дуже приємна, типова для питної води без стороннього присмаку	Приємний, характерний для питної води, з легким присмаком	Приємний, характерний для питної води, з легким присмаком	Приємний, характерний для питної води, з легким присмаком	Приємний, характерний для питної води, з легким присмаком
Оцінка		4,9	4,3	4,5	4,0	3,8
Запах	Дуже приємна, типова для питної води без стороннього запаху	Дуже приємна, типова для питної води без стороннього запаху	Приємна, типова для питної води без стороннього запаху	Приємна, типова для питної води без стороннього запаху	Приємна, типова для питної води без стороннього запаху	Приємна, типова для питної води без стороннього запаху
Оцінка		4,8	4,5	4,3	4,5	4,5
Колір	Чітко, типово	Чітко, типово	Прозорий, з легким забарвленням	Прозорий, з легким забарвленням	Прозорий, з легким забарвленням	Прозорий, з легким забарвленням
Оцінка		4,9	4,4	4,7	4,4	4,5
Усього балів		24,4	22,6	23,0	22,2	21,8

*Джерело: розроблено автором на основі [27; 28; 29; 37; 40].

Водневе число (рН) є одним із найважливіших показників якості води, що визначає характер і швидкість хімічних і біологічних процесів, вказує на ступінь кислотності або лужності води. За нейтрального рН (7,0) кислоти і луги присутні у воді в рівних кількостях (або відсутні зовсім). Це середовище є найбільш збалансованим і оптимальним для біохімічних реакцій в організмі. Водночас вода зі зниженим рН має підвищену корозійну активність, а при підвищеному рН має характерну середню лужність, викликає неприємний запах, подразнення очей та шкіри. Природний рН зазвичай знаходиться в межах, де він безпосередньо не впливає на якість води споживача.

Результати показника водню мінеральної води, що характеризує кислотність середовища, наведено в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Водне число мінеральної води*

	ТМ «Лужанська»	ТМ «Моршинська»	ТМ «Поляна Квасова»	ТМ «Трускавецька»	ТМ «Росяна»
pH	7,5	6,4	7,8	7,23	7,9

**Джерело: розроблено автором на основі [27; 28; 29; 37; 40].*

Так, водне число значення фасованих проб води характеризувалося такими показниками: мінеральна вода ТМ «Лужанська» – 7,5, мінеральна вода ТМ «Моршинська» – 6,4, мінеральна вода ТМ «Поляна Квасова» – 7,8, мінеральна вода ТМ «Трускавецька» – 7,23, мінеральна вода ТМ «Росяна» – 7,9.

Відповідно до ДсанПін 2.2.4-171-10 «Гігієнічні вимоги до води питної, призначеної для споживання людиною» водне число значення негазованої та мінеральної води має бути від 6,5 до 8,5. Єдиний зразок, який не відповідає стандартним вимогам – мінеральна вода ТМ «Моршинська» (рН 6,4). Вважається, що це пов'язано з тим, що вуглекислий газ при контакті повітря розчиняється у воді, з якого утворюється вугільна кислота H_2CO_3 ; це призводить до зниження рН води до 5,7–6. Це викликає легкий кислуватий присмак, що погіршує органолептичні властивості води.

Крім рівня кислотності, оцінювався вміст заліза, яке є одним із найпоширеніших природних елементів. Вода поверхневих джерел зазвичай містить залізо у вигляді органічних сполук, переважно колоїдних (нерозчинних у воді). Залізо може створити умови для розвитку бактеріального заліза. У результаті системи водопостачання можуть повністю «заростати» за кілька місяців. Вода, що містить залізо, може мати райдужну плівку на поверхні і створювати осад заліза на трубах систем водопостачання. Крім природного вмісту заліза (II) і заліза (III), до металевих поверхонь додається корозія у воді. Тривале вживання людиною води з вмістом заліза понад 0,2 мг/л призводить до захворювань печінки, підвищення ризику

серцевого нападу тощо. При високій концентрації заліза у воді з'являється характерний металевий присмак, що негативно впливає на смак напоїв.

Результати визначення вмісту заліза (III) у питній воді, що характеризує рівень забруднення та безпеку води, наведено в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Вміст заліза (III) у питній мінеральній воді*

	ТМ «Лужанська»	ТМ «Моршинська»	ТМ «Поляна Квасова»	ТМ «Трускавецька»	ТМ «Росяна»
мг/л	0,0000	0,0021	0,0021	0,0021	0,0041

*Джерело: розроблено автором на основі [27; 28; 29; 37; 40].

Отже, вміст заліза (III) у негазованій воді характеризувався такими значеннями: мінеральна вода ТМ «Лужанська» – 0,0000 мг/л, мінеральна вода ТМ Моршинська – 0,0021 мг/л, мінеральна вода ТМ «Поляна Квасова» – 0,0021 мг/л, мінеральна вода ТМ «Трускавецька» – 0,0021 мг/л, мінеральна вода ТМ «Росяна» – 0,0041 мг/л. Відповідно до ДСанПін 2.2.4-171-10 «Гігієнічні вимоги до води питної, призначеної для споживання людиною» гранично допустимий вміст заліза у негазованій воді фасованої не повинен перевищувати 0,2 мг/л. Отже, можна зробити висновок, що вміст заліза у пробах негазованої води відповідає вимогам ДСанПін 2.2.4-171-10 «Гігієнічні вимоги до води питної, призначеної для споживання людиною» [41].

Таким чином, за результатами органолептичних та фізико-хімічних досліджень зразків негазованої мінеральної води можна зробити висновок:

– досліджені зразки мінеральної води мають хороший рівень органолептичних властивостей;

– мінеральна вода ТМ «Моршинська» не відповідає вимогам ДСанПін 2.2.4-171-10 за показником водню (рН 6,4), що пояснюється ймовірним порушенням виробництва через надмірний контакт води з повітрям;

– досліджені зразки мають дуже низький вміст заліза (III), відповідають вимогам ДСанПін 2.2.4-171-10 та безпечні для споживання.

Кожна людина в середньому за рік випиває від кількох десятків до сотень літрів мінеральної та газованої води на рік. Саме тому на цьому перспективному ринку налічується безліч виробників подібної продукції та конкуренція між ними досить жорстока. Але, незважаючи на те, що поінде Росяна дорожче за безліч аналогічних продуктів інших марок, вона, як і раніше, популярна серед споживачів.

Отже, проведений аналіз уможливило визначення найбільш ефективних шляхів реалізації стратегічних цілей інвестиційної діяльності підприємства, здійснити добір найбільш доцільних першочергових заходів, що відповідають інвестиційній стратегії. Так, при розробці ефективної рекламної кампанії має бути чітко визначено цільову контактну аудиторію, яка може складатися:

- із потенційних покупців продукції компанії, споживачів;
- тих, хто сам приймає рішення та тих, хто впливає на нього.

Цільова аудиторія ТМ «Росяна» наступна: жінки та чоловіки 30–50 років із доходом від 20 000 до 40 000 грн; менеджери, спеціалісти, кваліфіковані працівники, підприємці. Таким чином, робимо висновок, що наш основний клієнт – люди середнього віку, із середнім достатком.

Креативні стратегії програм просування послуг призначаються для того, щоб створити вигідне сприйняття бренду та переконати споживачів у його перевазі. Для просування продукції ТМ «Росяна» пропонується використовувати підхід позиціонування. Суть цього підходу у тому, щоб продукція асоціювалися зі словом, що у свідомості споживача пов'язане з певної потребою. При використанні цього підходу у свідомості споживача створюється унікальна ментальна ніша, яка пов'язана із задоволенням відповідної потреби.

Основна ідея бренду має відображати обіцянку, пропозицію її переваг. Для створення унікального бренду потрібно знати про товар і його виробника якнайбільше, буквально все, що пов'язано з використанням товару в даній та суміжній областях. Ідея бренду має зацікавити та захопити покупця, звернути його увагу на марку. Тут багато що залежить і від динаміки розвитку галузі, і

від ємності ринку, тому що найпростіше збільшувати свою частку в умовах ринку, коли ще не сформувалися прихильності до торгових марок і відповідні їм купівельні звички [56].

Для того, щоб скласти конкуренцію лідерам, торговій марці (ТМ) «Росяна» необхідно виходити з того, що ідея бренду «Росяна» повинна надавати відомості про особливу перевагу, наприклад, – відновлення водно-сольового балансу молодого організму.

І ця пропозиція має сприйматися достатньою кількістю споживачів як більш приваблива для того, щоб компенсувати споживачам витрати перемикання з товарів-конкурентів на цю мінеральну воду. У зв'язку із цим необхідно також використати можливість замовлення і розміщення тематичних статей щодо пропаганди здорового способу життя у виданнях для ділової молоді (наприклад, у журналі «Forbes Україна» [62]).

Також доцільним є розміщення рекламних матеріалів у місцях відпочинку молоді – наприклад, готелях в Буковелі [39]. У класичному варіанті продукція повинна бути затребувана. На ринку кінцевих товарів та послуг такий варіант малоімовірний, так як існує конкуренція серед виробників, і існують товари-замінники. Особливо на теренах Західної України, де присутні джерела власної мінеральної води.

Існує безліч різних конкурентних переваг ТМ «Росяна», на які можна спиратися при позиціонуванні бренду: перевага товарів вищої якості; надання покупцям ширшого кола товарів; збут товарів за відносно низькими цінами; виробництво товарів, що не мають рівноцінних аналогів; виробництво надійніших і довговічніших продуктів, надання більшого обсягу послуг у розрахунку на одну покупку (комбінація високої якості, гарного сервісу та помірної ціни). Крім того, успіх визначається привабливістю здорового способу життя, що є модним серед молоді.

Розглянемо методи просування та можливі інвестиції в організацію системи маркетингових комунікацій. Перш ніж розглянути їх окремо, необхідно зазначити, що при побудові системи комунікацій всі інструменти

мають бути інтегровані. Тобто, при створенні повідомлення важливим є використання різних, найбільш підходящих інструментів просування, які доносили б до споживачів одну основну ідею. У просуванні ТМ «Росяна» рекомендується використання всіх елементів комунікацій: вкладення в Інтернет-рекламу, Public Relations та стимулювання продажів.

Інтернет-реклама є поданням інформації про компанію з використанням засобів Інтернет. Перевага інвестицій в Інтернет-рекламу полягає в тому, що ціни на неї мінімальні, охоплення аудиторії величезне, а собівартість невелика. Дію Інтернет-реклами видно майже моментально.

Для оптимізації Інтернет-реклами ТМ «Росяна» пропонується застосовувати такі види реклами:

- *блог*. Інвестиції у створення молодіжного блогу у соціальних мережах для просування продукту. Із проведенням маркетингового дослідження в Інтернеті. Завдяки використанню заповнених анкет з'являється можливість організувати адресну базу покупців з умовними вибірками для наступних адресних акцій, привітань;

- *соціальні мережі*. Розміщення рекламних сторінок на сайтах «Instagram» та «Facebook» на сьогоднішній день явище дуже масове. Групу постійно потрібно оновлювати, писати про всі акції, фотозйомки, будь-які зміни;

- *контекстна реклама Google – Adwords*.

Важливо регулярно оновлювати веб-сайт колонками новин та описами товару та акціями, що проводяться. Також одним із ключових аспектів веб-сайту ТМ «Росяна» є організація можливості зворотного зв'язку зі споживачем. Таким чином, кожен потенційний або актуальний клієнт компанії зможе поставити запитання або звернутися з проблемою до консультантів online, які зможуть забезпечити клієнта повною і необхідною інформацією [56].

Public Relations це система зв'язків із громадськістю, що передбачає постійну діяльність із розвитку взаємовідносин між фірмою та громадськістю.

Слід також підкреслити, що Public Relations одночасно є одним із засобів реклами, що представляє широкому загалу підприємство, яке займається певною діяльністю. Слід урахувати такий важливий аспект: Public Relations спрямовані на просування не товару, а фірми, і не ринку, а суспільству. Public Relations не пов'язані з негайним продажем продукту. Це реклама довгострокової дії. Головний акцент тут робиться на збереженні іміджу та статусу ТМ «Росяна». Основні інструменти, які тут можна використати – це спонсорство різноманітних заходів щодо міської, клубної, світської культури; участь у різноманітних проектах на телебаченні; створення інформаційних приводів навколо бренду і т.д. Ключовий момент у створенні PR-подій повинен полягати в оригінальності та незвичайності заходів, що проводяться, важливо приємно дивувати і привертати увагу громадськості. Подія, як правило, є прийомом, презентацією або іншим заходом «із нагоди»: відкриття магазину, оновлення етикетки, дня народження фірми і т.д. Тут важливе значення відіграє точковий контакт зі споживачем і чергова демонстрація філософії бренду. У просуванні бренду ТМ «Росяна» можна використовувати заходи, що проводяться компанією. Це можуть бути заходи щодо знижок, акцій, свят на честь дня народження компанії тощо. Проведення презентацій проводиться не тільки для інформування постійних покупців, але й для розширення кола клієнтів.

Стимулювання продажів – це система заходів, вкладених у стимулювання купівельного попиту, прискорення та інтенсифікацію процесу реалізації услуг. Перед стимулюванням продажів завжди ставилося завдання активізувати процес реалізації послуг. Тому воно сприймається як дії, заходи, акції, створені задля виникнення додаткової мотивації до скоєння угоди найближчим часом [25].

Заходи щодо стимулювання продажів ТМ «Росяна» також відіграють величезне значення у залученні потенційних споживачів та у підвищенні лояльності існуючих клієнтів. Тут важливо зацікавити покупця, змусити його

купувати мінеральну воду «Росяна». На це його можуть спровокувати різноманітні заходи щодо стимулювання збуту.

До заходів щодо стимулювання покупців ми відведемо організацію системи лояльності споживачів, проведення різноманітних промоакцій, розіграш сувенірної продукції тощо. Для залучення нових підприємств-клієнтів буде організовано участь у виставках, проведено акції зі стимулювання збуту, організовано особисті продажі, розміщено рекламу у тематичній пресі та в Інтернеті.

Щоб довести рекламне оголошення до споживчої аудиторії, необхідно підібрати відповідні інформаційні засоби, чи канали передачі.

Перша мета рекламної кампанії – інформування аудиторії товару. У нашому випадку медіаплан має бути побудований таким чином, щоб охопити якомога більшу аудиторію. У медіаплануванні це здійснюється за рахунок визначення базового параметра охоплення (розмір аудиторії, що мала контакт із рекламою під час рекламної кампанії).

Друга мета рекламної кампанії пов'язана з переконанням у чомусь потенційного покупця. Зрозуміло, щоб переконати покупців, як правило, 3–4 контакти недостатньо, їх має бути більше. І тут виникає потреба у встановленні другого основного параметра медіапланування, що називається середньою частотою (частота показує середню кількість контактів цільової аудиторії з рекламними повідомленнями у межах рекламної кампанії).

Для ТМ «Росяна» необхідні інвестиції у розробку реклами, яка буде ефективною, вона повинна привертати до себе увагу, бути незабутньою та надавати людям переконливі повідомлення. Крім того, вона має бути націлена на аудиторію. Щоб оцінити ефективність реклами, підприємства пропонується використовувати такі методи дослідження, як фокус-групи, дослідження з питань іміджу та позиціонування, споживчі рейтинги та відстеження ринкової ситуації, щоб перевірити вплив реклами на обсяги продажів.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «РОСЯНА»

3.1. Перспективні напрями використання новітніх технологій та обладнання у поліпшенні якості та продуктивності виробництва

Послідовне впровадження новітніх технологій виробництва бутильованої води має пріоритетне значення при розробці та вдосконаленні інвестиційної стратегії підприємств-виробників питної води. Відповідні дослідження, пошук та впровадження нових технологій можуть стати ключовими факторами успіху і важливою конкурентною перевагою в даній галузі. Огляд новітніх технологій виробництва бутильованої води дає змогу зрозуміти, які інноваційні методи можуть бути застосовані для поліпшення якості та ефективності виробництва. Ось деякі з найбільш актуальних технологій, які застосовуються у сучасному виробництві бутильованої води:

1. *Система контролю якості води.* Сучасні системи контролю якості води дають змогу виробникам бутильованої води забезпечити високу якість води, контролюючи різні параметри, такі як рН, мінералізація, забруднення тощо. Це допомагає забезпечити, що вода відповідає всім вимогам якості і безпеки, і є готовою до реалізації.

2. *Новітнє обладнання для виробництва бутильованої води.* Сучасні технології та обладнання для виробництва бутильованої води дають змогу зменшити витрати на енергію, збільшити продуктивність і поліпшити якість виробленої продукції. Наприклад, відфільтрована вода може бути готова до розливу у пляшки в автоматичному режимі, що забезпечує більш ефективний і точний процес виробництва [51].

3. *Використання розумних технологій.* Розумні технології можуть бути застосовані для поліпшення якості та продуктивності виробництва бутильованої води. Наприклад, системи моніторингу можуть допомогти виробникам стежити за рівнем води в баках, виявляти збої в обладнанні та автоматично коригувати процес виробництва.

4. *Використання екологічних технологій.* Окрім підвищення ефективності та якості виробництва, важливо також звернути увагу на екологічний аспект процесу виробництва. Один зі способів досягнення цього – використання екологічних технологій, наприклад, встановлення систем рециркуляції води та збереження енергії, що дозволяє зменшити використання природних ресурсів та знизити кількість викидів в атмосферу.

5. *Автоматизація процесів.* Автоматизація процесів дає змогу виробнику зменшити кількість людських помилок, підвищити продуктивність та забезпечити стабільність виробництва. Наприклад, автоматичний контроль за рівнем води в баках, автоматична лінія розливу води та інші автоматизовані системи допомагають забезпечити якість та ефективність виробництва.

6. *Використання Інтернету речей (IoT).* Використання IoT дає змогу підключити всі обладнання до мережі Інтернет та отримувати реальний часовий звіт про стан процесу виробництва. Це допомагає виробнику вчасно виявляти будь-які збої та проблеми та швидко вживати заходів для їх вирішення.

7. *Використання штучного інтелекту (AI).* Штучний інтелект може бути застосований для визначення оптимальних умов виробництва, моніторингу та контролю якості виробництва, виявлення проблем у цьому процесі та представлення варіантів їх вирішення. Це допомагає забезпечити ефективність та якість виробництва, а також зменшити витрати на управління [51].

8. *Використання даних для аналізу та управління.* Виробничі підприємства збирають величезну кількість даних, які можуть бути використані для аналізу та прийняття рішень. Використання інформаційних систем та аналітики даних дає змогу виробнику отримати більш глибокий інсайт у процесі виробництва та виявити можливість для їх поліпшення. Наприклад, за допомогою аналізу даних можна визначити найбільш витратні етапи виробництва та розробити стратегії для зниження витрат, збільшення продуктивності та поліпшення якості продукції.

9. *Використання роботів.* Роботизація виробництва уможливорює виключення людських помилок, підвищення продуктивності та зниження витрат на оплату праці. Використання роботів також дає змогу виробнику

швидко реагувати на зміни попиту та забезпечити якість продукції на стабільно високому рівні.

10. Використання системи управління якістю. Система управління якістю (СУЯ) уможливорює виробнику контроль та покращення якості продукції на всіх етапах виробництва. Застосування СУЯ допомагає забезпечити виконання вимог стандартів якості, поліпшити ефективність виробництва та збільшити задоволення клієнтів.

У виробництві бутильованої води, застосування новітніх технологій та обладнання допомагає підвищити ефективність та якість виробництва, знизити витрати та забезпечити екологічність процесу. Окрім того, використання інформаційних систем та аналітики даних дає змогу виробнику отримати більш глибокий інсайт у процесі виробництва та виявити можливість для їх поліпшення.

На основі визначеної необхідності впровадження новітніх технологій виробництва бутильованої води пропонуємо вдосконалити інвестиційну стратегію ТОВ «Росяна» за наступними рекомендаціями (табл. 3.1). Отож, така інвестиційна стратегія спрямована на вдосконалення процесів виробництва, підвищення якості продукції, екологічну ефективність та підвищення продуктивності.

Таблиця 3.1

Пріоритети вдосконалення інвестиційної стратегії для ТОВ «Росяна»*

№	Пріоритет	Зміст рекомендації
1	2	3
1.	<i>Інвестування в сучасні системи контролю якості води.</i>	Рекомендується інвестувати в сучасні системи контролю якості води, які також уможливають забезпечення високої надійності та безпеки виробництва. Це можна зробити шляхом придбання сучасних аналітичних приладів і обладнання для контролю різних параметрів води.
2.	<i>Інвестування в новітнє обладнання для виробництва бутильованої води.</i>	Рекомендується вкласти кошти в придбання сучасного обладнання, яке дасть змогу покращити якість продукції, збільшити продуктивність і знизити витрати на енергію. Це можуть бути автоматичні системи фільтрації, автоматизовані лінії розливу і т.д.

Продовження табл. 3.1

1	2	3
3.	<i>Інвестування в розумні технології.</i>	Рекомендується розглянути інвестиції в розумні технології, які допоможуть покращити якість та продуктивність виробництва. Це можуть бути системи моніторингу, автоматичне управління процесами і т.д.
4.	<i>Інвестування в екологічні технології.</i>	Рекомендується звернути увагу на екологічний аспект виробництва і інвестувати в екологічні технології. Це можуть бути системи рециркуляції води, енергозбереження і т.д.
5.	<i>Інвестування в автоматизацію процесів.</i>	Рекомендується вкласти кошти в автоматизацію процесів виробництва. Це допоможе знизити кількість людських помилок, підвищити продуктивність і забезпечити стабільність виробництва.
6.	<i>Інвестування в системи Інтернету речей (IoT).</i>	Рекомендується розглянути інвестиції в системи IoT, які дадуть змогу підключити всі обладнання до мережі Інтернет і отримувати реальний часовий звіт про стан процесу виробництва.
7.	<i>Інвестування у штучний інтелект (AI).</i>	Рекомендується розглянути інвестиції у штучний інтелект, який може бути застосований для оптимізації умов виробництва, контролю якості та виявлення проблем в процесі.
8.	<i>Інвестування в аналіз та управління даними.</i>	Рекомендується вкласти кошти в розвиток інформаційних систем та аналітику даних, що дасть змогу отримати глибокий інсайт у процеси виробництва і виявити можливості для поліпшення.
9.	<i>Інвестування в роботів.</i>	Рекомендується розглянути інвестиції в роботизацію виробництва для підвищення продуктивності, зниження витрат та підтримки стабільно високої якості продукції.
10.	<i>Інвестування в систему управління якістю.</i>	Рекомендується розглянути інвестиції в систему управління якістю, яка допоможе контролювати та покращувати якість продукції на всіх етапах виробництва.

**Джерело: розроблено автором.*

Пропозиції щодо новітнього обладнання для виробництва бутильованої води можна розділити на кілька груп [51]:

1. Обладнання для очищення води. Ця група обладнання включає в себе фільтри, осушувачі, відстійники, дискові розподільники тощо. Використання цього обладнання дасть змогу забезпечити високу якість води та зменшити кількість шкідливих речовин, що потрапляють в продукт.

2. Обладнання для бутлювання води. Це обладнання включає в себе автоматичні лінії для наповнення та запайки бутілок, етикетування та упакування. Використання такого обладнання дає змогу автоматизувати процес бутлювання води та забезпечити його ефективність та якість.

3. Обладнання для контролю якості. Ця група обладнання включає в себе спектрометри, фотометри, хроматографи та інші прилади для вимірювання параметрів води. Використання цього обладнання дає змогу контролювати якість води на всіх етапах виробництва та забезпечити відповідність продукції стандартам якості.

4. Обладнання для зберігання та транспортування. Ця група обладнання включає в себе баки для зберігання води, системи для підігріву та охолодження води, а також транспортні засоби для доставки продукції до клієнтів. Використання цього обладнання уможливує збереження якості продукції під час складування та транспортування.

5. Обладнання для зниження витрат. Ця група обладнання включає в себе енергозберігаючі системи, системи для використання вторинних ресурсів та оптимізації виробничих процесів. Використання цього обладнання дає змогу зменшити витрати на енергію та сировинні матеріали, що забезпечує підвищення ефективності виробництва та зниження витрат на виробництво продукції.

Новітнє обладнання для виробництва бутльованої води забезпечує високу якість продукції та зниження витрат на виробництво. Отже, використання такого обладнання уможливує підвищення продуктивності виробництва та забезпечення відповідності продукції стандартам якості. Крім того, використання новітнього обладнання зменшує вплив виробництва на довкілля та сприяє створенню екологічно чистої продукції. ТОВ «Росяна»

може використовувати новітнє обладнання для покращення якості та продуктивності виробництва бутильованої води та забезпечення конкурентоспроможності на ринку [69].

На даний момент ТОВ «Росяна» використовує різне обладнання для виробництва бутильованої води, але воно частково застаріле та не забезпечує високу продуктивність. Наприклад, компанія може використовувати застаріле обладнання для очищення та стерилізації пляшок, що гіпотетично в майбутньому може призвести до зниження якості продукції та збільшення ризику зараження продукції мікробами. Також, відсутність автоматизованих систем управління та контролю виробництва може знизити продуктивність та збільшити витрати на робочу силу.

Порівняно із цим, новітнє обладнання, яке було розглянуте раніше, може забезпечити високу якість продукції та зниження витрат на виробництво. Наприклад, використання мембранних систем очищення води забезпечує більш ефективне та економічне використання сировини. Крім того, використання автоматизованих систем контролю виробництва може зменшити витрати на робочу силу та забезпечити більш точну та швидку контроль якості продукції.

Таким чином, використання новітнього обладнання та технологій виробництва покращить якість та продуктивність виробництва бутильованої води ТОВ «Росяна». Відповідно, компанія може підвищити конкурентоспроможність на ринку та забезпечити стабільне зростання бізнесу.

Отже, на підставі огляду новітніх технологій та обладнання для виробництва бутильованої води, можна запропонувати кілька шляхів поліпшення виробництва у ТОВ «Росяна»:

- 1. Використання новітнього обладнання:* компанія може розглянути можливість придбання та встановлення нового обладнання, що забезпечить більш ефективну та економічну роботу, підвищить якість продукції та зменшить витрати на виробництво.

2. *Впровадження новітніх технологій виробництва:* компанія може розглянути можливість впровадження новітніх технологій виробництва, таких як автоматизовані системи управління та контролю виробництва, мембранні системи очищення води та інші, що уможливають підвищення якості продукції та зниження витрат на виробництво.

3. *Підвищення кваліфікації працівників:* компанія може забезпечити підвищення кваліфікації своїх працівників у сфері використання нового обладнання та технологій виробництва, що дасть змогу їм більш ефективно та професійно виконувати свої обов'язки.

На основі наведених вище деталізованих рекомендацій узагальнимо пропозиції щодо перспективних напрямів вдосконалення інвестиційної стратегії ТОВ «Росяна»:

1. Інвестування в нове обладнання. ТОВ «Росяна» доцільно розглянути можливість інвестування в придбання та встановлення нового, сучасного обладнання для виробництва бутильованої води. Це дасть змогу покращити ефективність та економічність роботи, підвищити якість продукції і знизити витрати на виробництво. Перед інвестуванням необхідно додатково провести детальний аналіз ринку обладнання, вибрати найбільш відповідне та сучасне обладнання, а також оцінити потенційний вплив на виробничі процеси та вартість продукції.

2. Впровадження новітніх технологій. Інвестування у впровадження новітніх технологій виробництва може бути досить вигідним для компанії. Наприклад, автоматизовані системи управління та контролю виробництва підвищують продуктивність, зменшують поточні помилки та загальні витрати на виробництво. Впровадження мембранних систем очищення води також може допомогти поліпшити якість продукції. Перед інвестуванням слід провести дослідження ринку технологій, з'ясувати їхню ефективність та вигоди, а також оцінити вартість впровадження.

3. Інвестування в підвищення кваліфікації працівників. Одним із важливих аспектів поліпшення виробництва є підвищення кваліфікації

працівників. Компанії доцільно інвестувати в навчання та розвиток своїх працівників у сфері використання нового обладнання та технологій виробництва. Це допоможе їм бути більш ефективними та професійними у виконанні своїх обов'язків, що вплине на загальну продуктивність та якість продукції. Для цього можна розглянути проведення спеціалізованих навчальних курсів або наймати фахівців, які володіють необхідними знаннями та досвідом.

Отож, для забезпечення ефективного використання нового обладнання та технологій виробництва, працівники компанії повинні мати достатні знання та навички. Наприклад, можна проводити тренінги та семінари для підвищення кваліфікації персоналу, запропонувати навчання працівників використанню нового обладнання та програмного забезпечення, що дає змогу автоматизувати процеси виробництва та контролювати якість продукції. Також можна навчати працівників новим технологіям очищення води та виробництва пластикових пляшок із мінімальним негативним впливом на навколишнє середовище.

Окрім того, можна запропонувати відвідування семінарів та конференцій, що організуються відомими виробниками обладнання та експертами з виробництва бутильованої води. Це дасть змогу працівникам бути в курсі останніх тенденцій та розробок у цій сфері, а також набути додаткових знань та досвіду.

Підвищення кваліфікації працівників також може позитивно вплинути на мотивацію персоналу та зменшити кількість помилок та недоліків у виробництві, що, у свою чергу, може позитивно відобразитись на якості та продуктивності виробництва.

Реалізація цих пропозицій може сприяти покращенню якості та продуктивності виробництва бутильованої води ТОВ «Росяна», підвищенню конкурентоспроможності на ринку та забезпеченню стабільного росту бізнесу.

3.2. Запровадження системи контролю якості продукції та інноваційних методів управління виробництвом у забезпеченні ефективного та стабільного розвитку підприємства

ТОВ «Росяна» як виробник та постачальник бутильованої води має відповідати високим вимогам щодо контролю якості продукції. Для цього необхідно впровадити систему контролю якості продукції, яка дасть змогу визначати відповідність продукції вимогам технічних регламентів та стандартів, а також забезпечить відслідковування якості продукції на всіх етапах виробництва, зберігання та доставки.

Для впровадження системи контролю якості продукції у ТОВ «Росяна» необхідно провести низку заходів у таких напрямках:

1. Визначення вимог щодо якості продукції: необхідно встановити вимоги щодо якості води, які повинні відповідати технічним регламентам та стандартам.

2. Розробка процедур контролю якості: необхідно розробити процедури, які будуть забезпечувати контроль якості на всіх етапах виробництва, зберігання та доставки продукції. Наприклад, це можуть бути процедури приймання сировини, контролю якості під час виробництва, випробування води на відповідність стандартам, контролю якості під час зберігання та доставки.

3. Впровадження процедур контролю якості: необхідно навчити персонал виконувати процедури контролю якості, а також забезпечити належне обладнання та матеріали для проведення випробувань на відповідність стандартам [33].

4. Моніторинг та аналіз результатів контролю якості: необхідно вести моніторинг та аналіз результатів контролю якості продукції, щоб вчасно виявляти та вирішувати проблеми, а також підвищувати якість продукції.

5. Постійне вдосконалення системи контролю якості: необхідно вдосконалити систему контролю якості продукції, враховуючи зміни вимог щодо якості та розробляючи нові процедури контролю якості виробництва.

У результаті впровадження системи контролю якості продукції, ТОВ «Росяна» зможе забезпечити стабільну та високу якість своєї продукції, що позитивно вплине на репутацію компанії та її позицію на ринку.

Адаптуючи ці етапи під інвестиційну стратегію підприємства, слід здійснити наступні кроки (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Система контролю та якості продукції в інвестиційній стратегії

ТОВ «Росяна»*

Етап	Заходи в реалізації інвестиційної стратегії
Визначення вимог щодо якості продукції	Раз на рік проводити аналіз ринку та конкурентного середовища для визначення оптимальних вимог щодо якості продукції, які відповідають потребам та очікуванням клієнтів. Це має включати дослідження вимог законодавства, стандартів та регуляторних вимог у сфері виробництва продукції.
Розробка процедур контролю якості	Провести аналіз інвестиційних потреб та розробити план впровадження процедур контролю якості. Розглянути можливість впровадження автоматизованих систем контролю якості, які забезпечать ефективність та точність контролю на всіх етапах виробництва. Визначити необхідні інвестиції в обладнання, програмне забезпечення та навчання персоналу.
Впровадження процедур контролю якості	Залучити необхідний капітал для впровадження процедур контролю якості, зокрема для навчання персоналу та придбання обладнання та матеріалів. Планувати бюджет на інвестиції та враховувати їх у стратегічному плануванні підприємства.
Моніторинг та аналіз результатів контролю якості	Встановити систему моніторингу та аналізу результатів контролю якості продукції. Це буде включати використання статистичних методів, збір та аналіз даних про якість продукції, виявлення та вирішення проблемних зон та вдосконалення процесів виробництва. Враховувати необхідність витрат на системи моніторингу та аналізу даних.

Продовження табл. 3.2

Етап	Заходи в реалізації інвестиційної стратегії
Постійне вдосконалення системи контролю якості	Виділити бюджет та ресурси на постійне вдосконалення системи контролю якості продукції. Це може включати інвестиції в дослідження та розвиток нових технологій контролю якості, навчання персоналу, оновлення обладнання та програмного забезпечення. Розглянути можливість впровадження системи управління якістю, такої як ISO 9001, для підтримки постійного вдосконалення та стандартизації процесів.

** Запропоновано автором.*

Уважне планування та розподіл ресурсів на інвестиції в контроль якості допоможуть підприємству поліпшити якість своєї продукції, збільшити задоволення клієнтів та підвищити конкурентоспроможність на ринку.

Окрім того, для забезпечення ефективного та стабільного розвитку підприємства, ТОВ «Росяна» повинне використовувати інноваційні методи управління виробництвом. Це можуть бути, наприклад, методи LEAN, які уможливають підвищення ефективності виробництва та зниження витрат, або методи Six Sigma, які дають змогу зменшити кількість бракованої продукції та витрат на виробництво. Конкретніше, методи LEAN допоможуть ТОВ «Росяна» оптимізувати виробничі процеси та ефективно використовувати ресурси, тобто усунути зайві операції та запобігти витрат на них, а також зменшити час виробництва і знизити запаси на складах. Наприклад, можна використовувати методи Value Stream Mapping, які дають змогу виділити та зменшити зайві кроки у процесі виробництва.

Методи Six Sigma допоможуть знизити кількість браку та помилок у процесі виробництва, що знизить витрати на виробництво та покращить якість продукції, що, у свою чергу, допомагає збільшити прибуток підприємства. Наприклад, можна використовувати метод DMAIC (Define, Measure, Analyze, Improve, Control), який уможливає виявлення та усунення проблем у процесах виробництва.

Також ТОВ «Росяна» може використовувати інші інноваційні методи управління виробництвом, наприклад, методи Agile, які дають змогу швидко адаптуватися до змін у ринкових умовах та підвищити якість продукції через ітеративність та залучення клієнтів до процесу виробництва. Крім того, доцільно використовувати інноваційні технології виробництва, наприклад, автоматизацію виробництва, що дають змогу підвищити якість продукції та знизити витрати на працю.

Автоматизація виробництва є інноваційним методом управління виробництвом, який дає змогу підвищити ефективність та якість виробництва. Застосування автоматизації виробництва в ТОВ «Росяна» уможливить зниження витрат на працю та збільшення виробництва продукції. Наприклад, автоматизація лінії розливу води може зменшити кількість людей, які потрібні для виробництва, а також знизити кількість помилок у процесі розливу. Використання роботів в процесі пакування продукції також може допомогти зменшити витрати на працю та знизити кількість помилок у процесі пакування.

Додатково, автоматизація виробництва забезпечить зниження витрат на енергію та зменшить вплив виробництва на навколишнє середовище. Наприклад, використання енергоефективних обладнань та систем управління енергоспоживанням може допомогти знизити витрати на енергію та зменшити викиди відходів у повітря та воду.

Отже, в цілому, використання інноваційних технологій виробництва, таких як автоматизація виробництва, може допомогти ТОВ «Росяна» підвищити якість та ефективність виробництва, знизити витрати та покращити конкурентоспроможність продукції на ринку.

У разі впровадження системи контролю якості продукції та використання інноваційних методів управління виробництвом, ТОВ «Росяна» зможе забезпечити стабільний та ефективний розвиток свого підприємства, підвищити якість продукції та задовольнити потреби своїх клієнтів. Система контролю якості продукції дасть змогу підприємству забезпечити стандартну

якість продукції та уникнути непотрібних витрат на відновлення продукції через низьку якість. Зокрема, це можна забезпечити шляхом визначення критеріїв якості, проведення тестування продукції перед поставкою та встановлення відповідної документації [33].

Ефективність запровадження системи контролю якості продукції та використання інноваційних методів управління виробництвом має постійно відстежуватись як параметри результативності інвестиційної стратегії виробника питної води. Система контролю якості дає змогу забезпечити стандартизацію, перевірку та відстеження якості на кожному етапі виробництва питної води. Інвестиції в таку систему можуть включати придбання високоточного обладнання, лабораторних засобів, а також тренінги та кваліфікацію персоналу. Це дає змогу виробнику забезпечити стабільну якість своєї продукції, забезпечити відповідність нормам та вимогам якості і виключити можливість випуску непридатного для споживання товару. Використання інноваційних методів управління дає змогу оптимізувати процеси виробництва, планування, контролю та забезпечення ресурсів. Інвестиції в системи автоматизації, виробничі аналітичні інструменти, програмні рішення та інші інноваційні рішення допоможуть знизити витрати, підвищити продуктивність та покращити ефективність виробництва. Це дає змогу виробнику питної води бути більш конкурентоспроможним на ринку.

Отже, впровадження системи контролю якості продукції та використання інноваційних методів управління виробництвом може допомогти ТОВ «Росяна» забезпечити стабільний та ефективний розвиток свого підприємства, підвищити якість продукції та задовольнити потреби своєї цільової аудиторії.

ВИСНОВКИ

1. Інвестиційна діяльність – один із визначальних чинників, що безпосередньо впливає на стан економіки промислового сектора. Зміни, які можна відстежити в інвестиційному комплексі, свідчать про необхідність вивчення того, наскільки ефективно організовано управління інвестиційною діяльністю. Інвестиційна стратегія – це план дій, який розробляється для забезпечення успішного розвитку підприємства за рахунок інвестування коштів у відповідні активи. Це може бути інвестування у розширення виробничих потужностей, розвиток нових продуктів або послуг, вдосконалення технологічних процесів тощо.

2. Інвестиційна стратегія підприємства є однією з найважливіших складових його успішної діяльності. Ця стратегія визначає напрями й обсяги інвестицій, які підприємство повинно здійснити, щоб досягти своїх цілей та максимізувати прибуток. Розробка інвестиційної стратегії підприємства передбачає декілька етапів: аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства; визначення стратегічних цілей та завдань; вибір напрямків інвестування; розробка фінансового плану; визначення критеріїв відбору інвестиційних проектів; оцінка ефективності інвестиційного проекту; розробка плану виконання інвестиційної стратегії.

3. ТОВ «Росяна» спеціалізується на виробництві бутильованої води та інших безалкогольних напоїв. Організація виробництва й управління підприємством є ключовим елементом його успішної діяльності. Компанія має власне виробниче обладнання, висококваліфікований персонал та сучасні технології виробництва, що дає змогу забезпечувати високу якість продукції та конкурентоспроможність на ринку.

За даними державного реєстру підприємств України, ТОВ «Росяна» є стабільним та надійним підприємством із гарною репутацією на ринку безалкогольних напоїв. Компанія має значну частку на ринку та постійно розширює свою діяльність, запускаючи нові продукти та розширюючи

асортимент своєї продукції. ТОВ «Росяна», незважаючи на всі наявні ресурси, має проблеми із фінансовою стійкістю, що свідчить про недосконале управління підприємством. При цьому інші показники є доволі позитивними.

4. Проведений аналіз особливостей інвестиційної стратегії ТОВ «Росяна» засвідчує, що підприємство маючи низку перспективних напрямів розвитку, визначило і послідовно реалізує комплекс найбільш доцільних першочергових заходів, які відповідають його інвестиційній стратегії та стратегічним цілям інвестиційної діяльності підприємства. Підтримка креативних стратегій щодо просування продукції ТМ «Росяна» створює вигідне сприйняття бренду та переконує споживачів у його перевазі, у їх свідомості створюється унікальна ментальна ніша, яка пов'язана із задоволенням відповідної потреби. Компанія розглядає можливості замовлення і розміщення тематичних статей щодо особливих переваг її продукції, наприклад, – відновлення водно-сольового балансу молодого організму; комбінація високої якості, гарного сервісу та помірної ціни продукції та ін. Компанія розглядає можливі значних інвестиції в організацію системи маркетингових комунікацій. У просуванні ТМ «Росяна» рекомендується використання всіх елементів комунікацій: інвестиції в Інтернет-рекламу (створення блогів, сторінок у соціальних мережах, контекстна реклама), Public Relations та стимулювання продажів.

Стосовно заходів стимулювання покупців варто відмітити організацію системи лояльності споживачів, проведення різноманітних промоакцій, розіграшів сувенірної продукції тощо. Для залучення нових підприємств-клієнтів заплановано участь у виставках, проведення акції зі стимулювання збуту, організацію особистих продажів, розміщення реклами в тематичній пресі та в Інтернеті.

5. Для ТОВ «Росяна» є актуальним формування інвестиційної стратегії, спрямованої на вдосконалення процесів виробництва, підвищення якості продукції, екологічну ефективність та підвищення продуктивності. Визначено ключові пріоритети для інвестиційної стратегії для ТОВ «Росяна». На підставі огляду новітніх технологій та обладнання для виробництва бутильованої води,

можна запропонувати кілька шляхів поліпшення виробництва у ТОВ «Росяна»:

– інвестиції у придбання новітнього обладнання: компанії доцільно розглянути можливість придбання та встановлення нового обладнання, що забезпечить більш ефективну та економічну роботу, підвищить якість продукції та зменшить витрати на виробництво;

– інвестиції у впровадження новітніх технологій виробництва: компанія слід розглянути можливість впровадження новітніх технологій виробництва, таких як автоматизовані системи управління та контролю виробництва, мембранні системи очищення води та інші, що дають змогу підвищити якість продукції та знизити витрати на виробництво;

– інвестиції у підвищення кваліфікації працівників: компанія може забезпечити підвищення кваліфікації своїх працівників у сфері використання нового обладнання та технологій виробництва, що також створить умови для більш ефективного та професійного виконання поставлених завдань.

6. Спрямування інвестицій у запровадження системи контролю якості продукції та використання інноваційних методів управління виробництвом дасть змогу підприємству ефективніше організувати свої бізнес-процеси, підвищити продуктивність та знизити витрати. Наприклад, методи LEAN уможливить оптимізацію виробничих процесів та ефективне використання ресурсів, що дасть змогу знизити витрати на виробництво та зберегти енергію. Методи Six Sigma забезпечать зменшення кількості браку та витрат на виробництво, що, у свою чергу, збільшить прибуток підприємства. Впровадження системи контролю якості продукції та використання інноваційних методів управління виробництвом допоможе ТОВ «Росяна» забезпечити стабільний та ефективний розвиток свого підприємства, підвищити якість продукції та задовольнити потреби своєї цільової аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балан В.Г. Стратегічне управління. Практикум. К. : Наукова столиця, 2018. 520 с.
2. Балан В.Г., Анісімова Л.А. Моделювання процесу формування та вибору стратегій розвитку підприємства. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія “Економіка”*. 2011. № 128. С. 24–27.
3. Балан В.Г., Ситницький М.В. Реінжиніринг в системі стратегічного управління підприємства. *Формування ринкової економіки : зб. наук. пр. – Спец. вип. Стратегічні імперативи сучасного менеджменту : у 2 ч. Ч. 1*. К. : КНЕУ, 2012. С. 406–414.
4. Бирка М.І. Основні тенденції інвестиційної активності промисловості України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 7. С. 25–31.
5. Бушковська Л.Б. Управління інвестиційною діяльністю як важливий складник економічної безпеки підприємства. *Економіка і суспільство*. 2017. № 11. С. 170–176.
6. Васюткіна Н., Лазебник О. Дослідження поведінки споживачів бутильованої води в Європі та Україні з огляду на поточні економічні та екологічні умови. *Журнал гігієнічної інженерії та дизайну*. 2020. С. 106–113.
7. Вініченко І.І. Формування системи управління інвестиційною діяльністю аграрного підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. № 4. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/4_2019/8.pdf
8. Голбан Т.Т. Чинники інвестиційно-інноваційного розвитку аграрного виробництва: класифікація та ступінь впливу. *Причорноморські економічні студії*. 2019. № 43. С. 49–53.
9. Грачова К.А. Роль ефективної інвестиційної стратегії в діяльності сучасного підприємства. *Управління розвитком*. 2012. № 4 (125). С. 165–167.
10. Гречина І. Системний підхід як методологічна основа дослідження потенціалу економічних систем. *Економічний аналіз*. 2010. № 7. С. 15–18.

11. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
12. Діденко Є.О., Гапіч О.В. Управління інвестиційною стратегією підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. № 12. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/12_2019/66.pdf
13. Задоя А.О. Міжнародна інвестиційна діяльність: навч. посіб. Дніпро : Університет імені Альфреда Нобеля, 2018. 122 с.
14. Заїнчковський А.О., Кушніренко А.М. Ринок мінеральної води в Україні: проблеми якості та безпеки. *Наукові праці НУХТ*. 2018. № 4. С. 120–129.
15. Залізко В.Д., Новак Д.В., Кухта П.В., Микула Р.В. Вплив COVID-19 на інноваційний розвиток економіки України та Польщі: сучасний стан і перспективи. *Бізнес Інформ*. 2020. № 4. С. 79–87.
16. Інвестиційна активність підприємств з виробництва продукції з високою доданою вартістю в умовах обмежених ринків: парадигма та механізми забезпечення : монографія / Н.Ю. Брюховецька, І.П. Булеєв та ін.; НАН України, Ін-т економіки промисловості. Київ, 2019. 388 с.
17. Інвестування : підруч. для студ. вищих навч. закл. / І.Л. Сазонець, В.А. Федорова, А.Ю. Гладченко. Львів, 2019. 388 с
18. Інвестування : підруч. / за ред. д-ра екон. наук, проф. М.І. Крупки. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2014. 454 с.
19. Інвестування : конспект лекцій для студентів напряму підготовки 6.030503 “Міжнародна економіка” / Уклад.: Скоробогатова Н.Є. К. : НТУУ “КПІ”, 2013. 120 с.
20. Кальний С.В. Інвестування : навч. посіб. К. : Видавництво “Наукова столиця”, 2023. 202 с.
21. Кальний С.В., Висоцький В.А. Управління формуванням інвестиційного портфеля підприємства в Україні. *Ефективна економіка*. 2019. № 3. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6953>
22. Кустовська О.В. Методологія системного підходу та наукових досліджень : курс лекцій. Тернопіль : Економічна думка, 2005. 124 с.

23. Кухта П.В. Інвестиційний менеджмент : навч. посіб. К. : Видавництво “Наукова столиця”, 2022. 406 с.
24. Кухта П.В., Дука А.П., Овчаренко Т.В. Інвестиційний менеджмент // Міждисциплінарний словник з менеджменту : навч. посіб. / [Д.М. Черваньов, О.І. Жилінська, М.В. Петровський та ін.] ; за ред. Д.М. Черваньова, О.І. Жилінської. К. : Нічлава, 2011. 624 с. С. 168–241, 608–611.
25. Лученко Ю.М. Стимулювання інвестиційної діяльності в аграрному секторі економіки України: диверсифікація методів та інструментів. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 13. С. 43–49.
26. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність : підруч. Київ, 2009. 471 с.
27. Мінеральна вода ТМ “Лужанська”. URL: <https://alex.com.ua/luzhanska/>
28. Мінеральна вода ТМ “Моршинська”. URL: <https://www.morshynska.ua/>
29. Мінеральні води ТМ “Поляна Квасова 8”. URL: <https://alex.com.ua/polyana-kvasova-8/>
30. Міщенко В.І., Науменкова С.В. Методологічні засади формування стратегії інноваційно-інвестиційного розвитку економіки України. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Ч. 1. С. 116–122.
31. Мойсеєнко І., Ревак І., Миськів Г., Чапляк Н. Інвестиційний аналіз : навч. посіб. Львів: ЛьВДУВС, 2019. 276 с.
32. Неймінг. URL: https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_n/naming/
33. Немченко А.Б. Методологія системного підходу в управлінні організацією. *Наукові записки*. 2010. № 10. С. 275–279.
34. Овчаренко Т.С., Степанова А.А. Інвестування. Практикум : навч. посіб. для студ. економ. спец. К., 2017. 418 с.
35. Орехова К.В. Формування інвестиційної стратегії підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 21. С. 14–17.
36. Петренко Л.М. Системний підхід в правовій інформатиці. 2019. URL: https://kneu.edu.ua/userfiles/zb_mise/97/17.pdf

37. Питна вода “Плосківська”. URL: <http://yapro.com.ua/index.php/vyrobnyky/manufacturers/ploskivs-ka>
38. Попова В.Д., Маценко Л.Ф. Стратегічний аналіз: навч. посіб. Чернівці : ЧНУ, 2018. 157 с.
39. Пошук готелів в Буковелі. URL: https://www.booking.com/city/ua/bukovel.uk.html?aid=319915&label=bukovel-kEkkTONAqM1nYmPB95Md1gS528791828398%3Apl%3Aata%3Apl%3Aap2%3Aac%3Aap%3Aneg%3Afi%3Atiaud-297601666555%3Akw-32008057770%3Alp1012864%3Ali%3Adec%3Adm%3Appccp%3DUMFuZG9tSVYkc2RllYh9YdQLqCSGZAFDHKNAYtkZCCU&sid=d8abd246b53fadb63532102f7f66ebb8&inac=0&lang=uk&soz=1&lang_click=other;cdl=ru;lang_changed=1
40. Про воду / ТМ “Трускавецька”. URL: <https://truskavetska.com.ua/>
41. Про затвердження Державних санітарних норм та правил “Гігієнічні вимоги до води питної, призначеної для споживання людиною” (ДСанПіН 2.2.4-171-10) : Наказ Міністерства охорони здоров’я № 400 від 12.05.2010 р.
42. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18.09.1991 р. № 1560-XII. *Відомості Верховної Ради України*. 1991. № 47. Ст. 646.
43. Росяна / You Control. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/36845522/
44. Росяна / Офіційний веб-сайт. URL: <https://rosiana.ua/kontakty/>
45. Самайчук С.І. Формування та реалізація інвестиційної політики підприємств як важливого чинника їх стратегічного розвитку. *Ефективна економіка*. 2019. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2019/34.pdf
46. Ситницький М.В., Розбейко К.В. Розробка методичного підходу до візуалізації результатів GAP-аналізу стратегічного управління ІТ підприємств. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7867>
47. Степанова А. Інвестиційне забезпечення впровадження інновацій на підприємствах транспортної інфраструктури України. *The Role of Science in Society Sustainable Development* / Edited by Oleksandr Nestorenko and Pawel Mikos, Monograph 34, 2020, 278 с. С. 70–76.

48. Степанова А. Інвестування в схемах і таблицях : підруч. Ч.1. Київ : Ліра-К, 2021. 103 с.
49. Сучасні концепції управління організаціями : навч. посіб. для здобув. ступ-ня маг-ра за ОП “Менеджмент і бізнес-адміністрування” / Л.Є. Довгань, Л.Л. Ведута, М.В. Шкробот; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 278 с.
50. ТОВ “Росяна” / Опендатабот. URL: <https://opendatabot.ua/c/36845522>
51. Файвішенко Д.С. Світовий ринок мінеральної води. *Агросвіт*. 2019. № 19. С. 23–30.
52. Черваньов Д.М. Менеджмент інвестиційної діяльності підприємств. К. : Знання-Прес, 2003. 622 с.
53. Черваньов Д.М. Система інноваційного менеджменту: теорія і практика : підруч. К. : Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2012. 1391 с.
54. Черваньов Д.М., Кухта П.В. Управлінські складові здійснення інвестиційної діяльності на підприємствах України. *Формування ринкових відносин в Україні* : зб. наук. праць. Вип. 11 (90). К., 2008. С. 85–87.
55. Шершньова З.Є. Стратегічне управління : підруч. [2-ге вид., перероб. і доп.]. К. : КНЕУ, 2004. 699 с. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/18893>
56. Як комунікують бренди води. URL: <https://bazilik.media/iak-komunikuiut-brendy-vody/>
57. Balan, V., Sitnitskiy, M. The Role of Portfolio Analysis in Forming the Competitive Strategies of Enterprise. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 5(131). С. 141–148.
58. Balan, V., Tymchenko, I. Fuzzy Logic Framework for Assesing and Choising of Etreprise Strategies. *Advanced Computer Information Technologies (ACIT)*, Deggendorf, Germany, 2021. #11th. Pp. 410–414.
59. Balan, V., Tymchenko, I. Applying Advanced Scenario-Based Dynamic SPACE Analysis: a Case Study of Ukrainian Energy Company. *Scientific Papers of the University of Pardubice. Series D: Faculty of Economics and Administration*. 2020. Vol. 28(3). Pp. 1–13. DOI: <https://doi.org/10.46585/sp28031154>

60. Bottled Water in Ukraine. Euromonitor International. *Euromonitor*. 2020. URL: <https://www.euromonitor.com/bottled-water-in-ukraine/report>
61. Deffis, J.-P., Fosselard, P. Natural Mineral & Spring Waters. The Natural choice for hydration. *European Federation of Bottled Waters*. 2020. URL: https://www.efbw.org/fileadmin/user_upload/documents/Publications/EFBW_Industry_Report_interactive_web_PDF_version_final.pdf
62. Forbes Україна. URL: <https://forbes.ua/>
63. Francis, J.C., & Ibbotson, R.G. *Investments: a global perspective*. Prentice Hall. 2002.
64. Galbreath, J., & Galvin, P. Firm Factors, Industry Structure and Performance Variation: New Empirical Evidence to a Classic Debate. *Journal of Business Research*. 2008. Vol. 61(2). Pp. 109–117.
65. IDS Borjomi International. “Borjomi”. 2020. URL: <https://www.ids-borjomi.com/en/brand/borjomi/>
66. Kalnyi, S.V. Increase of Investment Attractiveness of Agricultural Industry in Ukraine under Sustainable Economic Development. *Journal Association 1901 “SEPIKE”*, 2017. Edition 15. Pp. 82–86.
67. Karpenko, L.M., Serbov, M., Kwilinski, A., Makedon, V., & Drobyazko, S. Methodological Platform of the Control Mechanism with the Energy Saving Technologies. *Academy of Strategic Management Journal*. 2018. Vol. 17(5). Pp. 1–7.
68. Kruglova, A.A. Legal Framework Improvement for Packaged Mineral and Drinking Water. *Abstract Thesis for a degree of Can. Tech. Sc.*, Lviv, 2009. P. 23.
69. Lauren, J. Tap Water Safety Information for European Countries. 2019. URL: <https://www.tripsavvy.com/tap-water-in-europe-3150039>
70. Lichniy, S. Water World. What are Ukrainians Drinking? *The Bottled Water Market Overview*. 2019. URL: <https://www.pressreader.com/ukraine/lichniyschet/20190531/281715501179146>
71. Lichniy, S. Wet Case. The Demand for Bottled Water is Steadily Growing. 2018. URL: <https://www.lcmmedia.com.ua/news/economy/29688-mokroe-delospros-na-butilirovannuyu-vodu-neuklonno-rastet/>

72. Morshynska Updates the Bottle Design. *Ukrinform*. 2020. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/2877957-morsinska-onovlue-dizajnp-laski.html
73. Nazarenko, V.O., Yudycheva, O.P., Zhuk, V.A. Formation of Quality of Goods. 2012. Part. Centre for Educational Literature, Kyiv.
74. Shapoval. K. Water Element. 2018. URL: <https://magazine.nv.ua/journal/3003-6-16-fevralya-2018/stikhija-vody.html>
75. Stepanova, A., Horbas, I., Davydova, O. Practical Aspects of Strategic Marketing Management of Agricultural Enterprises (on the example of “MRIYA AGRO HOLDING” LLC.). *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2017. № 2 (23), С. 221–228.
76. Stepanova, A., Pavlenko, I. Investment Attractiveness of Plant Extracts Market of Ukraine. *Бізнес Інформ*. 2019. №12. С.171–177.
77. The Consumption of Drinking Bottled Water in Ukraine has Decreased Almost in 7%. Expert. *Ukrinform*. 2019. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2636171-v-ukraini-majze-na-7-skorotilosa-spozivanna-pitnoi-butilovanoi-vodi-ekspert.html>
78. Umar, A., Sasongko, A.H., & Aguzman, G. Business Model Canvas as a Solution for Competing Strategy of Small Business in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship*. 2018. Vol. 22. Issue 1. URL: <https://www.abacademies.org/articles/Business-model-canvas-as-a-solution-for-competing-strategy-of-small-business-in-indnesia-1939-4675-22-1-118.pdf>
79. Voloshyna, M. (). Analysis of Ukraine’s Mineral Water Market in 2016. *Koloro*. 2017. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/analiz-rynka-mineralnoi-vody-2016.html>
80. Zhylynska, O., Stepanova, A., Horbas, I. Effective Synergic Interaction of Strategic Business Units of Diversified Company. *Problems and Perspectives in Management*. 2017. Vol. 15(4). Pp. 38–49.

ДОДАТКИ

Додаток А

Фінансова звітність ТОВ «Росяна»

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова
звітність"
(пункт 4 розділу I)

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство	Дата (рік, місяць, число)	Код		
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "РОСЯНА"	за СДРПОУ	2022	01	01
Територія м. Київ Печерський р-н	за КАТОТТГ	36845522		
Організаційно-правові форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОІФП	240		
Вид економічної діяльності Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод, розлитих у пляшки	за КВЕД	11.07		
Середня кількість працівників, осіб	39			
Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком				
Адреса, телефон вулиця Кіквідзе, буд. 18-А, м. Київ, 01103		3039998		

I. Баланс на 31 грудня 2021 р.

Актив	Код рядка	Форма № 1-м Код за ДКУД 1801006	
		На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	2 061,6	2 070,4
Первісна вартість	1001	2 070,4	2 079,2
Накопичена амортизація	1002	(8,8)	(8,8)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби :	1010	2 261,1	1 851,6
первісна вартість	1011	4 883,4	4 875,1
знос	1012	(2 622,3)	(3 023,5)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	15 200,0
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	4 322,7	19 122,0
II. Оборотні активи			
Запаси :	1100	4 585,1	5 562,8
у тому числі готова продукція	1103	1 856,5	2 462,5
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 626,0	1 885,6
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	543,5	450,3
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2 795,4	12 367,2
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	291,6	326,7
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	4 305,3	1 436,5
Усього за розділом II	1195	14 146,9	22 029,1
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	18 469,6	41 151,1

Продовження додатку А

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	3 400,0	3 400,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1 363,2	1 486,5
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	4 763,2	4 886,5
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	292,0	-
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	6 546,8	8 808,6
розрахунками з бюджетом	1620	28,2	28,2
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	28,2
розрахунками зі страхування	1625	9,2	11,2
розрахунками з оплати праці	1630	-	89,8
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	6 830,2	13 349,3
Усього за розділом III	1695	13 706,4	22 287,1
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	18 469,6	41 151,1

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2021 р.

Стаття	Код рядка	Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007	
		За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	19 365,4	14 592,8
інші операційні доходи	2120	-	-
інші доходи	2240	-	3,1
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	19 365,4	14 595,9
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(9 789,8)	(7 453,0)
інші операційні витрати	2180	(8 677,2)	(7 026,8)
інші витрати	2270	(748,0)	(-)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(19 215,0)	(14 479,8)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	150,4	116,1
Податок на прибуток	2300	(27,1)	(20,9)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	123,3	95,2

ЕП Федосов
Олексій
Леондович

Керівник _____

(підпис)

Головний бухгалтер _____

(підпис)

Федосов Олексій Леондович _____

(ініціали, прізвище)

(ініціали, прізвище)

¹ Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад

Додаток Б

Аналіз відповідності маркування та упаковки природної мінеральної води*

Показники	ТМ «Лужанська»	ТМ «Моршинська»	ТМ «Поляна Квасова»	ТМ «Трускавецька»	ТМ «Росяна»
Мінералізація, г/дм ³	2,7–4,8	0,1–0,4	6,5–12,0	0,25–0,9	3,5–7,5
Розташування та номер видобувної свердловини	+	+	+	+	+ –
Найменування, повна адреса та номер телефону виробника, виробнича дільниця, адреса виробництва	+	+	+	+	+
Хімічний склад	+	+	+	+	+
Стан води за ступенем насичення діоксином вуглецем	Сильно насичена	Мінеральний	Мінеральний	Мінеральний	Сильно насичена
Походження	Мінерал натуральний	Мінерал натуральний	Мінерал натуральний	Мінерал натуральний	Мінерал натуральний
Використання води	Лікувальна столова вода	Столова вода	Лікувальна столова вода	Столова вода	Лікувальна столова вода
Рекомендації щодо терапевтичного застосування	+	–	+	–	+

Продовження табл. 2.5

Показники	ТМ «Лужанська»	ТМ «Моршинська»	ТМ «Поляна Квасова»	ТМ «Трускавецька»	ТМ «Росяна»
Основні протиріччя	–	–	–	–	–
Позначення нормативних документів	ДСТУ 878-93	ДСТУ 878-93	ДСТУ 878-93	ДСТУ 878-93	ДСТУ 878-93
Термін споживання	+	+	+	+	+
Серійний номер	+	+	+	+	+
Умови зберігання	+	+	+	+	+
Споживча упаковка	ПЕТ контейнер	ПЕТ контейнер	ПЕТ контейнер	ПЕТ контейнер	ПЕТ контейнер
Ємність, л	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Герметичність упаковки	+	+	+	+	+

**Джерело: розроблено автором на основі [14, с. 125].*