

**Міністерство освіти і науки України
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
Кафедра економіки підприємства і міжнародного бізнесу**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**здобувача вищої освіти другого (магістерського) рівня
за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля»**

на тему:

**«ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ЗА
РАХУНОК ДИВЕРСИФІКАЦІЇ»**

(на прикладі МПП ФІРМА «Ямуна», Рівненська обл., м.Рівне)

**Виконав: студент 6-го курсу,
групи ПТ-61м
Спеціальності 076 «Підприємництво
та торгівля»**

Шмирига Л.О.

Керівник : професор, к.е.н.

Кузнєцова Т.В.

Рецензент: професор, д.е.н.

Нікитенко Д.В.

Рівне – 2024

Кваліфікаційна робота «Підвищення ефективності діяльності підприємства в умовах воєнного стану за рахунок диверсифікації» (на прикладі МПП ФІРМА «Ямуна», Рівненська обл., м.Рівне) / Л.О. Шмирига. Рівне: НУВГП, 2024. – 96 с.

У кваліфікаційній роботі досліджено теоретико-методичні основи оцінки ефективності діяльності підприємства та шляхи її удосконалення в умовах воєнного стану. Проведено комплексний аналіз фінансово-економічного стану підприємства. Визначено стан, структуру та ефективність використання ресурсів підприємства. За результатами дослідження обґрунтовано заходи щодо підвищення рівня ефективності діяльності підприємства за рахунок диверсифікації.

The qualification work investigated the theoretical and methodological foundations of assessing the effectiveness of the enterprise's activities and ways to improve them under martial law. A comprehensive analysis of the financial and economic condition of the enterprise was conducted. The state, structure and efficiency of the use of the enterprise's resources were determined. Based on the results of the study, measures were justified to increase the level of efficiency of the enterprise's activities through diversification.

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

**Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
Кафедра економіки підприємства і міжнародного бізнесу**

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи

**здобувача вищої освіти другого (магістерського) рівня
за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля»**

на тему:

**«ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ЗА
РАХУНОК ДИВЕРСИФІКАЦІЇ»**

(на прикладі МПП ФІРМА «Ямуна», Рівненська обл., м.Рівне)

**Виконав: студент 6-го курсу,
групи ПТ-61м
спеціальності 076 «Підприємництво
та торгівля»**

Шмирига Л.О.

Керівник:

к.е.н., професор Кузнєцова Т.В.

Рецензент:

Д.е.н, професор Нікитенко Д.В

Рівне – 2024

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

Навчально-науковий _____ інститут економіки та менеджменту _____
Кафедра _____ економіки підприємства і міжнародного бізнесу _____
Освітній ступінь _____ другий (магістр) _____
Спеціальність _____ 076 «Підприємництво та торгівля» _____

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Завідувач кафедри _____
_____ економіки підприємства і
_____ міжнародного бізнесу
к.е.н., професор _____
Н.Б.Кушнір
“24” жовтня 2024 року

З А В Д А Н Н Я
ДЛЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ (ПРОЕКТУ) СТУДЕНТА
Шмиризі Любомиру Олександровичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи **«Підвищення ефективності діяльності підприємства в умовах воєнного стану за рахунок диверсифікації» (на прикладі МПП ФІРМА «Ямуна», Рівненська обл., м.Рівне)**.

керівник роботи (проекту) **Кузнєцова Тетяна Володимирівна, к.е.н., професор**
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом університету від “24” жовтня 2024 року SN1410

2. Строк подання студентом роботи (проекту) 17 грудня 2024 р.
3. Вихідні дані до роботи (проекту) фінансова, бухгалтерська і статистична звітність про результати виробничо-господарської діяльності МПП ФІРМА «Ямуна» за період 2020-2023 рр., довідкова і нормативна література за темою дослідження
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ. Розділ 1. Теоретико-методичні основи оцінки ефективності діяльності підприємства та шляхи її удосконалення в умовах воєнного стану. Розділ 2. Оцінка ефективності діяльності МПП ФІРМА «ЯМУНА». Розділ 3. Оцінка впливу заходів щодо диверсифікації виробництва на фінансово-економічний стан МПП Фірма «Ямуна» в умовах воєнного стану. Висновки
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
 1. Мультимедійна презентація по темі дослідження
 2. Роздатковий матеріал

6. Консультанти розділів роботи (проекту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	<i>Кузнєцова Т.В., професор</i>	13.11.24	22.11.24
2	<i>Кузнєцова Т.В., професор</i>	22.11.24	29.11.24
3	<i>Кузнєцова Т.В., професор</i>	29.11.24	13.12.24

7. Дата видачі завдання 24.10.2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи (проекту)	Строк виконання етапів роботи (проекту)	Примітка
1.	<i>Обґрунтування теми кваліфікаційної роботи</i>	<i>до 08.11.24</i>	
2.	<i>Розроблення плану кваліфікаційної роботи</i>	<i>до 13.11.24</i>	
3.	<i>Опрацювання теоретичного розділу кваліфікаційної роботи</i>	<i>до 22.11.24</i>	
4.	<i>Опрацювання аналітичного розділу кваліфікаційної роботи</i>	<i>до 29.11.24</i>	
5.	<i>Опрацювання розрахункового розділу кваліфікаційної роботи</i>	<i>до 06.12.24</i>	
6.	<i>Оформлення роботи, написання вступу, висновків, оформлення списку літератури, додатків</i>	<i>до 13.12.24</i>	
7.	<i>Розроблення електронної презентації результатів та роздаткового матеріалу</i>	<i>до 16.12.24</i>	
8.	<i>Здача кваліфікаційної роботи на кафедрі</i>	<i>до 17.12.24</i>	
9.	<i>Рецензування кваліфікаційної роботи</i>	<i>до 17.12.24</i>	
10.	<i>Захист кваліфікаційної роботи</i>	<i>20.12.24</i>	

Студент

(підпис)

Шмирига Л.О.
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи (проекту)

(підпис)

Кузнєцова Т.В.
(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	9
1.1. Сутність понять «ефективність» та «ефективність діяльності підприємства»	9
1.2. Методичні підходи до оцінки ефективності діяльності підприємства	14
1.3. Диверсифікація, як напрямок підвищення ефективності діяльності в умовах воєнного стану	18
Висновки до розділу 1	23
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ МПП ФІРМА «ЯМУНА»	26
2.1. Характеристика об'єкта дослідження і аналіз динаміки основних економічних показників	26
2.2. Аналіз ринку діяльності підприємства	36
2.3. Оцінка тенденцій обсягів продажів підприємства	39
2.4. Оцінка ефективності використання ресурсів підприємства	41
2.4.1. Аналіз ефективності використання основних засобів	41
2.4.2. Аналіз ефективності використання оборотних активів	45
2.4.3. Аналіз ефективності використання трудових ресурсів	48
2.4.4. Аналіз ефективності використання фінансових ресурсів	50
2.5. Аналіз ймовірності банкрутств	54
2.6. Оцінка фінансових результатів та показників рентабельності діяльності підприємства	56
Висновки до розділу 2	60
РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ВПЛИВУ ЗАХОДІВ ЩОДО ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА НА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ СТАН МПП ФІРМА «ЯМУНА» В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	63
3.1. Диверсифікація діяльності підприємства за рахунок виробництва фріпсів	63
3.2. Диверсифікація діяльності підприємства за рахунок розширення асортименту посипок ТМ Merezhko	69
3.3. Диверсифікація діяльності підприємства, за рахунок виробництва приправ без солі та цукру	74
3.4. Вплив запропонованих заходів на ефективність діяльності підприємства	76
Висновки до розділу 3	78
ВИСНОВКИ	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	86
ДОДАТКИ	96

ВСТУП

Актуальність теми обумовлена особливостями сучасного економічного середовища, в якому функціонують підприємства. Воєнний стан в Україні значно ускладнив умови господарювання, спричинив зміни у логістичних ланцюгах, споживчих пріоритетах і доступі до ресурсів. У таких умовах підприємства стикаються з необхідністю швидко адаптуватися до змін, мінімізувати ризики та забезпечувати стабільність своєї діяльності.

Диверсифікація виступає одним із найбільш дієвих механізмів підвищення стійкості та конкурентоспроможності підприємства. Вона дозволяє розширювати асортимент продукції чи послуг, проникати на нові ринки та краще використовувати наявні ресурси. Це особливо актуально в умовах нестабільності, коли традиційні напрямки діяльності підприємства можуть зазнавати суттєвих втрат.

З огляду на це, дослідження питань ефективного впровадження диверсифікаційних заходів набуває важливого значення для розробки практичних рекомендацій, які сприятимуть підвищенню ефективності функціонування підприємств в умовах воєнного стану, збереженню їхнього економічного потенціалу та зміцненню позицій на ринку.

Дослідження диверсифікації виробництва як способу покращення ефективності діяльності підприємства завжди є актуальним завданням. Дане питання було розкрито в роботах таких авторів, як Скоробогатов М.М. [69], Куцерубова О.І. [31], Згурська О.М. [29], Богуславський Є.І. [9], Устіновська А.С. [74], Забедюк М.С. [7].

Метою роботи є визначення підходів до оцінки ефективності діяльності підприємства та внесення пропозицій щодо її удосконалення за рахунок диверсифікації.

Для досягнення вказаної мети передбачено виконання таких завдань:

- визначення сутності понять «результативність» та «ефективність»;

- дослідження основні підходи до оцінки ефективності діяльності підприємства;

Визначено роль диверсифікації, як напрямку підвищення ефективності діяльності в умовах воєнного стану;

- проведена економічна оцінка результатів діяльності підприємства;
- визначення шляхів диверсифікації діяльності підприємства;
- дослідження впливу запропонованих заходів на показники ефективності діяльності досліджуваного підприємства.

Об'єктом дослідження є процес підвищення ефективності діяльності підприємства МПП ФІРМА «Ямуна»

Предметом дослідження є теоретико-методологічні та прикладні положення із підвищення ефективності діяльності підприємства.

Методи дослідження. Теоретичною та методичною основою дослідження слугували фундаментальні праці вітчизняних науковців у сфері економіки підприємства. Методологічний апарат базується на комплексному та системному підходах. У процесі дослідження було застосовано статистичний, абстрактно-логічний, розрахунково-конструктивний, графічний та монографічний методи, що дозволило провести всебічну оцінку господарської та маркетингової діяльності підприємства.

Основні джерела інформації. Інформаційною основою дисертаційної роботи виступають наукові дослідження вітчизняних і зарубіжних учених, матеріали з періодичних видань, статистичні дані, результати експертних аналізів, економічні огляди, відомості з облікової, фінансової та управлінської звітності українських підприємств, ресурси Інтернету, а також нормативно-правові акти, видані органами державної влади.

При економічному обґрунтуванні заходів підвищення ефективності діяльності підприємства було використано фінансову і бухгалтерську звітність за 2020-2024 роки.

Практичне значення отриманих результатів полягає в обґрунтуванні стратегічних заходів, які дозволять підвищити ефективність діяльності

підприємства за рахунок диверсифікації в умовах воєнного стану.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, списку використаних джерел і додатків. Основний зміст викладено на 96 сторінках комп'ютерного набору, список використаних джерел включає 81 найменування на 10 сторінках. Кваліфікаційна робота містить в основному тексті 16 таблиць і 29 рисунки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

1.1. Сутність понять «ефективність» та «ефективність діяльності підприємства»

Ефективність є показником і визначальним фактором розвитку та конкурентоспроможності будь-якого підприємства та суб'єкта господарювання, який слугує орієнтиром для прийняття управлінських рішень [74].

У науковій літературі часто вживаються поняття, схожі на «результативність»: результативність, економічність, раціональність, продуктивність, але вони не тотожні.

Поняття «ефективність» походить від латинського «*efectus*», що перекладається як результат, результативність, дієвість. Ось чому ефективність часто подають як синонім результативності, але це хибне твердження.

У господарській діяльності підприємства ефект характеризує певну величину, переважно з кількісним або вимірним значенням, яка отримана в результаті безпосереднього виробництва, впровадження інновацій чи оптимізації тощо. Конкурентне середовище вимагає від суб'єктів господарювання регулярного впровадження заходів, спрямованих на підвищення продуктивності, кількісних і фінансових результатів їх діяльності, скорочення термінів виробництва, тобто максимізацію вигоди від бізнесу при мінімізації витрат в умовах ресурсної обмеженості та виснаженості. Для розмежування цих понять пропонується провести аналіз цих понять у науковій літературі (табл. 1.1, табл. 1.2).

Таблиця 1.1.

Визначення терміну «результативність» різними авторами [52]

Автор	Визначення
Косянчук Т. Ф., Галкіна Ю. Г.	...продуктивність виробничо-сервісної системи, яка розуміється як ефективне використання ресурсів (праці, капіталу, землі, матеріалів, енергії, інформації) у виробництві різноманітних товарів і послуг.
Момот О. І., Демченко А. О.	...здатність досягати встановлених зовнішніх цілей, наголос на забезпеченні відповідності всіх організаційних рішень і дій критеріям, встановленим зовнішнім середовищем.
Васін С. М., Мамонова О. А.	...співвідношення результату з цілями, ідеалами чи потребами.
Лимарева Ю. А., Лимарєв П. В.	...отримання оптимальних результатів з мінімальними витратами та ресурсами
Коган А. Б., Болдирєва Н. П.	...відносний показник, який характеризує ступінь досягнення суб'єктом господарювання поставленої мети в одній і/або кількох сферах і всієї господарської діяльності в певний момент часу.

Дарміць Р. З. [45] ідентифікує ефективність і результативність і характеризує їх як досягнення мети. Тобто «результат» відноситься до характеристик наслідків управлінських рішень, які виражені в натуральних або відносних величинах.

На сучасному етапі науково-теоретичного розвитку ще не сформульовано єдиного підходу до тлумачення поняття «ефективність». Але основна тенденція полягає в тому, що увага науковців зосереджена на досягненні цілей і досягненні ефективності.

Перерва П. Г. та Кравчук А. В. [52] розглядають результативність як економічну категорію, що характеризує співвідношення фактичного та запланованого ефектів і відображає ступінь досягнення поставленої мети за

рахунок ефективного використання ресурсів. Але ці тлумачення «результативності» не знімають питання про її відмінність від значення «ефективності».

Мадрига Г. М. [41] наголошує на доцільності виокремлення та розмежування поняття ефективності з точки зору зовнішнього та внутрішнього середовища. Водночас для внутрішнього середовища виробнича діяльність може сприйматися як ефективна, навіть якщо показники є недостатньо високими порівняно з конкурентами, середнім значенням галузі тощо.

Батракова Т. І. [7] наголошує на трактуванні «результативності» як показника, який відображає, наскільки добре все працює і який можна представити у формі кількісного вираження.

Таким чином, науковець представляє ефективність як показник заздалегідь відомого процесу, тобто запланованої величини, метою якого була реалізація діяльності суб'єкта господарювання. А суть ефективності — це те, що можна охарактеризувати певним числом (отриманим результатом), тобто традиційним співвідношенням між результатом і витратами.

Давиденко Н. М. підкреслює, що відоме співвідношення між результатом і вартістю характеризує ефективність дій як певний коефіцієнт, а результативність цих явищ може слугувати показником правильності обраного напрямку [20].

Наступним кроком є вивчення визначення науковцями поняття «ефективність» (табл. 1.2).

Наведені визначення мають різні характеристики, які певним чином визначаються об'єктом аналізу, але всі тлумачення поняття «ефективність» виділяють його як оціночну категорію, пов'язану зі співвідношенням отриманого результату з витратами.

Місько Г. А. [45] ефективність розглядає як міру ступеня реалізації певної стратегії, а ефективність як оцінку використання ресурсів компанії під час її реалізації.

Таблиця 1.2.

Визначення терміну «ефективність» різними авторами [7]

Автор	Визначення
Велика енциклопедія Кирила і Мефодія	...зв'язок між результатами господарської діяльності та витратами праці. Окремі показники економічної ефективності виробництва – продуктивність праці, фондівіддача та матеріаломісткість продукції на рівні суспільства.
Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б.	...відносний ефект, результативність процесу, операції, проекту, що визначається як співвідношення між ефектом, результатом і витратами, витратами, які спричинили, забезпечили його отримання
Блейк Р.	...ефективність господарської діяльності, програм і економічних заходів, що характеризується співвідношенням між досягнутим економічним ефектом, результатом і витратами факторів, ресурсів, що призвели до отримання цього результату, отримання найбільшого обсягу виробництва з використанням ресурсів певної вартості
Андрійчук Р. В.	...зв'язок між отриманими результатами виробництва - матеріальними продуктами і послугами, з одного боку, і витратами праці і засобів виробництва - з іншого боку.
Савенко Н. В.	...результат виробничої діяльності, виражений як співвідношення між результатами господарської діяльності та витратами ресурсів

Підсумовуючи, можна визначити, що ефект і результат є синонімами, як наслідок діяльності. А ефективність і результативність не є схожими поняттями, оскільки ефективність характеризує економічну результативність;

а є результативність виявляється як ступінь досягнення запланованого результату [15].

Касянчук Ю. А. [30] ґрунтовно дослідила різні підходи науковців до тлумачення поняття «ефективність» та систематизував їх відповідно до сутнісного підходу (рис. 1.1.):

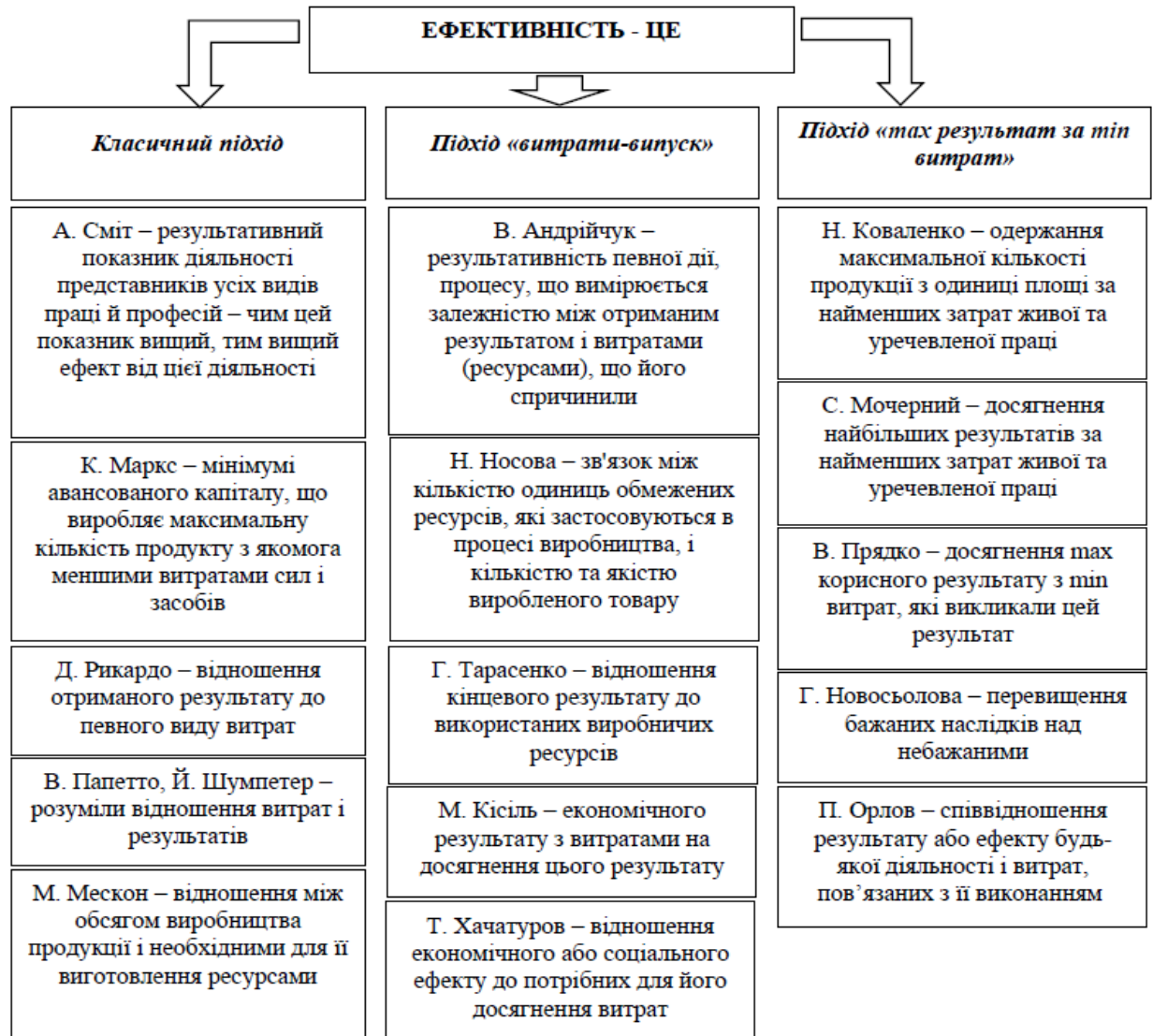


Рис.1.1.Систематизація підходів до визначення поняття «ефективність» [30]

Як видно на рис. 1.1. Усі підходи до визначення поняття «ефективність» можна систематизувати в три групи:

1) класичний підхід, до якого відносили такі провідні зарубіжні вчені як: Сміт А., Маркс К., Рикардо Д., Паретто В., Шумпетер Ю., Мескон М.;

2) підхід «витрати-випуск», що характеризується приналежністю до безпосереднього зв'язку з процесами виробництва. Серед науковців, які дотримуються такого підходу, є переважно вітчизняні вчені, такі як: Андрійчук В., Носова Н., Тарасенко Г., Кісіль М., Хачатуров Т.;

3) підхід «максимальний результат за мінімальних витрат», цей підхід до інтерпретації ефективності діяльності використовується в складних конкурентних умовах або реалізується під потужним впливом комплексу негативних факторів. Прихильниками такого підходу є: Коваленко Н., Мочерний С., Прядко В., Новосьолова Г., Орлов П.

Широкий діапазон трактувань цього поняття дозволяє кожному суб'єкту господарювання ринкової економіки самостійно, виходячи з власних потреб, оцінювати ефективність власної діяльності чи окремих бізнес-процесів, визначати динаміку, фактори впливу, тенденції розвитку та систему показників. визначити масштаб досягнутого ефекту. Це призводить до формування нових ідей, підходів і методів, особливостей розвитку систем управління бізнесом та їх структурних елементів залежно від їх стадії розвитку, сфери діяльності та впливу різноманітних зовнішніх і внутрішніх факторів.

Оскільки діяльність будь-якої організації має мету і спрямована на досягнення певного результату, процес отримання якого супроводжується витратами, питання про співвідношення витрат і результатів є надзвичайно важливим і досі актуальним. А отримані результати діяльності характеризуються поняттям ефективності.

1.2. Методичні підходи до оцінки ефективності діяльності підприємства

Економічна ефективність підприємства залежить як від загальної оцінки всіх витрат, так і від елементарної оцінки окремо по кожному виду ресурсу. Економічна ефективність підприємства визначається

співвідношенням ресурсів, що використовуються різними факторами виробництва. Ці пропорції в першу чергу визначаються специфікою виробництва, рівнем техніки, технології, організації виробництва і праці, які використовуються на підприємстві, співвідношенням факторів екстенсивного розвитку та інтенсивного виробництва [46].

При цьому зміна структури собівартості в цілому може бути не однозначною. Так, зі зменшенням використання трудових чи людських ресурсів зростають витрати на технологічне оснащення діяльності, тобто зростання вартості основних фондів, що призводить до зниження рентабельності капіталу, яка більше очевидно в короткостроковій перспективі.

З іншого боку, фінансові витрати сильно залежать від зовнішніх факторів, таких як: зміна обмінного курсу, підвищення вартості паливно-мастильних матеріалів та енергоресурсів, обмежений доступ до інвестицій та фінансових ресурсів, зміна регуляторної та правова сфера діяльності суб'єкта господарювання, зміна державної політики тощо.

Ще однією особливістю є функціонування компаній в умовах обмежених ресурсів. Операційні витрати підприємства можуть змінюватися внаслідок залучення висококваліфікованих працівників, впровадження нових технологій, інноваційного виробництва, зміни логістики тощо.

Навольська Н. В. [46] наводить схематичну систему формування економічної ефективності підприємств з урахуванням впливу ринку ресурсів (рис. 1.2).

Зовнішні фактори суттєво визначають використання праці, капіталу та матеріалів, їх ефективність і наявні потужності, що також тягне за собою певні витрати. Ефективність діяльності визначає собівартість продукції, якість і конкурентоспроможність продукції та прибутковість підприємства. Відповідно до сутності поняття ефективності її кількісний вираз можна отримати як відношення отриманого ефекту (результату) до витрат (ресурсів), залучених для його досягнення.

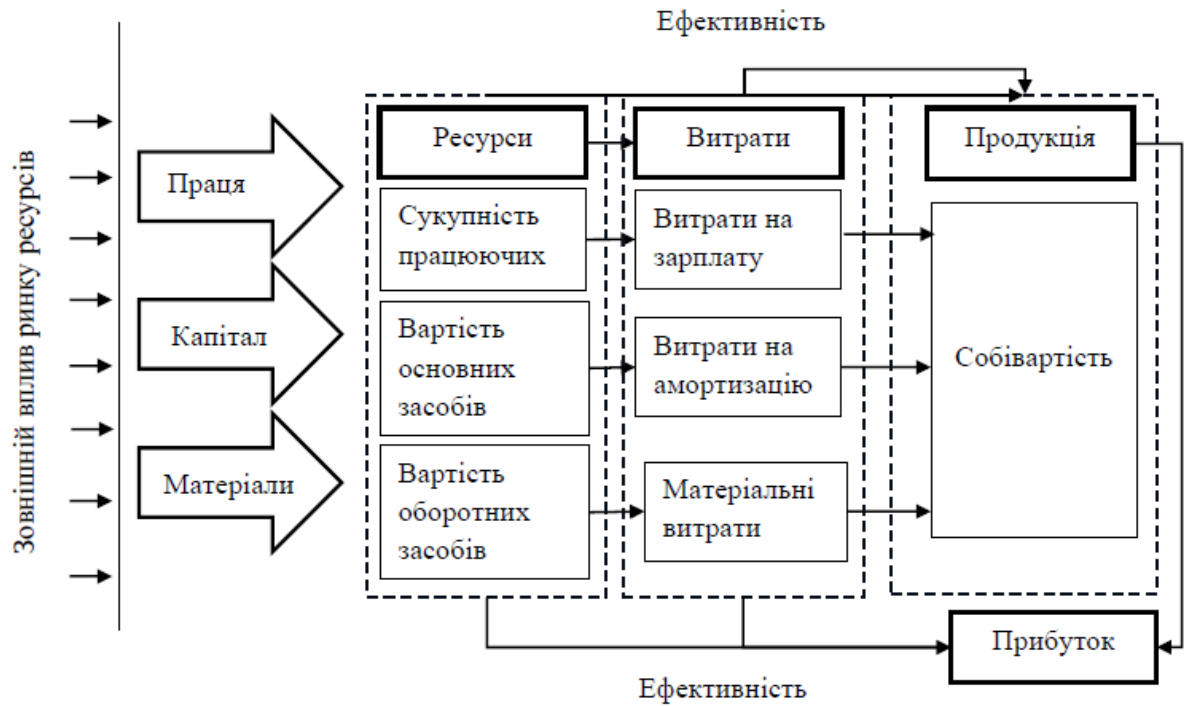


Рис. 1.2. Формування економічної ефективності діяльності підприємств з урахуванням впливу ринку ресурсів Джерело: [46]

Отже, у загальному вигляді формула ефективності має наступний вигляд [15]:

$$\text{Ефективність} = \frac{\text{Ефект (результат)}}{\text{Ресурси (витрати)}} \quad (1.1.)$$

Але, залежно від різноманітності аспектів економічної ефективності, цей показник може мати різні форми прояву. Результати та ресурси можуть бути представлені у вартісному або натуральному вигляді.

Вимірювання результатів діяльності безпосередньо залежить від об'єкта вимірювання, тобто визначення орієнтації на певний результат діяльності. Переважна більшість компаній орієнтується на прибуток або обсяг продажів в результаті діяльності, і, отже, ефективність визначається на основі цих показників.

Загалом ресурси класифікуються відповідно до факторів виробництва: праця, капітал і матеріали, і їх також можна додатково розкласти в межах кожного окремого фактора.

Касянчук Ю. А. [30] пропонує систему показників, що характеризують економічну ефективність підприємства:

- прибуток від реалізації продукції;
- вигода від впровадження нового технологічного процесу;
- покращення використання виробничих потужностей;
- вигоди від впровадження винаходів, корисних моделей, промислових зразків, патентів, ноу-хау тощо. ;
- прибуток від ліцензійної діяльності;
- скорочення термінів окупності інвестицій.

Погребняк А.Ю. та Ліннік І.М. [57] виділяють три методичні підходи до оцінки ефективності діяльності підприємства як основні:

- ринковий – використовується для порівняння цього бізнесу з подібним бізнесом. Серед переваг цього методу можна відзначити те, що він є повністю ринковим методом, що відображає поточну реальну практику;
- дохідний – базується на доході, створеному на перспективній вартості майна, і в основному показує позицію покупця. Сильною стороною цього методу є врахування ринкового аспекту (ринкової знижки) та економічного старіння;
- витратний – виходячи з того, що ефективність діяльності підприємства відображається у його витратах. Він заснований на фактично існуючих активах, особливо придатних для певних видів бізнесу.

Однак ці методологічні підходи мають не лише переваги та сильні сторони, а й недоліки. Таким чином, ринковий метод, заснований на минулому досвіді, вимагає певної кількості виправлень і модифікацій, а дані можуть бути важкодоступними, неповними або зовсім відсутніми; рентабельність – вимагає значних затрат праці на складання прогнозу, який характеризується неповною та частковою інформацією, не є повністю достовірним; дорого - не враховує рівні прибутку, не звертає уваги на нематеріальні активи та гудвіл.

1.3. Диверсифікація, як напрямок підвищення ефективності діяльності в умовах воєнного стану

У сучасних умовах швидкоплинності та нестабільності умов зовнішнього середовища, для того, щоб підприємство могло ефективно функціонувати та існувати, необхідно вміти швидко та адекватно реагувати на будь-які зміни, що відбуваються у зовнішньому середовищі. Останні ж можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на суб'єкт господарювання.

Українська економічна ситуація і раніше була складною, проте нині становище вітчизняної економіки погіршилося через недостатній прогрес у подоланні коронавірусної кризи та політичну нестабільність, що призвело до високого рівня невизначеності для підприємств. Така ситуація призвела до зниження прибутковості, ефективності діяльності підприємств, зменшення обсягів випуску продукції, скорочення чисельності персоналу та інших фінансових та економічних проблем. Окрім того, зважаючи на реалії нашого часу багато підприємств припинили або ж обмежили свою діяльність через політичне становище нашої країни, що перш за все, пов'язано з неможливістю забезпечення безпеки функціонування, скрутного фінансового становища, зниження попиту на товари через зниження платоспроможності споживачів або взагалі руйнуванням компаній [31].

Однак, не всі підприємства мали однаковий вплив від тих умов, що склалися сьогодні: ті, які змогли швидко та ефективно зреагувати на зміни, оптимізувати свої витрати, та надати споживачам якісні продукти, змогли забезпечити свою стабільність, навіть у складних сучасних умовах.

Безумовно, на діяльність підприємств впливає безліч різних внутрішніх і зовнішніх факторів. А тому для забезпечення ефективного господарювання потрібно зважати на кожен з них, аналізувати наявні та потенційні ризики, їх можливий вплив та шукати шляхи уникнення або ж пом'якшення загроз. Разом з тим, слід шукати нові можливості для забезпечення стабільності,

розвитку підприємств, збільшення їх прибутковості. Одним із таких способів є диверсифікація виробництва.

Поняття диверсифікації є дуже широким, а тому різні науковці та дослідники мали свої погляди на його визначення. Так, М. Горт у праці «Диверсифікація та інтеграція по-американськи» [3] зазначав, що диверсифікація - це паралельне обслуговування підприємством декількох ринків. Натомість Ч. Х. Беррі, у статті «Корпоративне зростання та диверсифікація» [1], визначив дане поняття як зростання числа галузей функціонування підприємства.

У книзі «Основи маркетингу» Ф. Котлер [4, с. 44] трактував диверсифікацію як розвиток суб'єкта господарювання шляхом запуску або придбання бізнесу за межами поточних продуктів та ринків компанії. Разом з тим, економіст зазначав, що підприємство не повинне братися за будь-яку можливість в рамках диверсифікації. Замість цього, йому необхідно знайти напрямок, де можна застосувати накопичений досвід, або напрямок, що допоможе усунути недоліки на поточний момент.

Узагальнюючи трактування вітчизняних дослідників, зокрема, таких як М. М. Скоробогатов, О. І. Куцерубова [69, с. 18], О. М. Згурська [29, с. 17], диверсифікація - це вид економічного процесу, що полягає в одночасному розвитку декількох невзаємопов'язаних між собою сфер діяльності та розширенні асортименту товарів, робіт чи послуг підприємства.

У науковій літературі [69, с. 19-20] виділяють три форми диверсифікації:

- 1) виробнича, що полягає в розширенні способів виробництва та асортименту продукції підприємства;
- 2) фінансова, що досягається шляхом здійснення підприємством різних типів короткострокових та довгострокових фінансових інвестицій;
- 3) маркетингова, тобто створення власної торговельної мережі, розширення каналів збуту продукції, використання більшої кількості маркетингових інструментів для просування товару.

Отже, на основі розглянутих визначень, можна підсумувати, що диверсифікація виробництва - це стратегія розвитку бізнесу, що полягає в розширенні асортименту продукції або послуг, які виробляються або надаються компанією, з метою зменшення ризиків, спричинених залежністю від одного виду продукції або послуги, та забезпечення додаткових джерел прибутковості для суб'єкта господарювання.

Диверсифікація виробництва у сучасних умовах економічної нестабільності може проводитися підприємством для досягнення ряду завдань та цілей, до яких можна віднести наступні:

- забезпечення стабільних результатів господарювання у складних умовах, протистояння кризовим процесам;
- формування додаткових джерел доходу та, як результат, збільшення прибутковості підприємства;
- зменшення ризику залежності від одного продукту чи галузі;
- підвищення конкурентоспроможності підприємства та утримання позицій на ринку;
- розширення ринків збуту товарів чи послуг та розвиток у нових для підприємства галузях;
- підвищення ефективності діяльності.

У цілому, диверсифікація виробництва може зміцнити позиції підприємства на ринку, забезпечити його стійкість та зменшити ризики, що можуть виникнути в майбутньому. Однак, диверсифікація може бути складним та дорогим процесом, який потребує значних вкладень у дослідження ринків, розробку нових продуктів та впровадження нових технологій. До того ж, не всі види диверсифікації можуть бути успішними для підприємства, тому необхідно проводити аналізи та оцінки ефективності планованих дій.

Якщо характеризувати напрями диверсифікації підприємств, то можна виділити диверсифікацію продукції (товарів, робіт чи послуг), постачальників, технологій виробництва та ринку збуту [9].

Існує три стратегії диверсифікації виробництва:

- 1) горизонтальна - базується на виготовленні нових видів продукції чи впровадженні нових сфер діяльності, що направлені на вже наявну клієнтську базу;
- 2) вертикальна (концентрична) - полягає в пошуку та впровадженні додаткових можливостей для виробництва нових продуктів, що базуються на вже існуючих, які й залишаються основою діяльності;
- 3) конгломеративна - характеризується розширенням виробництва за рахунок створення абсолютно нових технологічно не пов'язаних продуктів, які також не пов'язані з потребами існуючих споживачів, що реалізуються підприємством на нових ринках [26, с. 91-92].

Кожна зі згаданих стратегій має свої переваги та недоліки. Так, горизонтальна диверсифікація враховує потреби споживачів, проте з'являється ризик обмеження ринків.

До переваг вертикальної диверсифікації можна віднести поєднання координації дій з високими можливостями управління, стабільність економічних відносин всередині підприємства, гарантовані постачання матеріально-технічних ресурсів та тісний контакт з кінцевими споживачами, проте вона має високий рівень взаємозалежності між підрозділами підприємства та обмежені ринки збуту.

Конгломеративна диверсифікація сприяє раціональному використанню фінансових ресурсів підприємства, зниженню ризику падіння попиту на окремі товари чи послуги та забезпечує захист від поглинання. Разом з тим, вона є найскладнішою для реалізації та найдорожчою серед усіх зазначених стратегій розвитку. Саме тому її можуть використовувати лише великі підприємства. Окрім того, стратегія конгломеративної диверсифікації характеризується труднощами в регулюванні різних видів бізнесу та підрозділів, складністю аналізу стратегічних проблем та проблемною оцінкою стратегічних планів.

На основі цього, можна зробити висновки, що для вітчизняних підприємств найбільш оптимальним буде вибір горизонтальної або вертикальної стратегії диверсифікації, залежно від потреб та можливостей компанії.

Диверсифікація виробництва, крім позитивного впливу, може бути пов'язана з певними ризиками, такими як [31]:

1. Фінансові ризики. Оскільки диверсифікація виробництва вимагає додаткових витрат на її реалізацію, з'являється загроза виникнення неефективних витрат та отримання збитків. Дана проблема нині є особливо гострою, оскільки нестабільність економічного середовища країни, спричинена воєнними діями, уже поставила вітчизняних підприємців у складне фінансове становище.

2. Управлінські ризики. Нові напрямки діяльності можуть вимагати нових знань та навичок, що може бути викликом як для працівників, так і для керівництва підприємства, що в результаті впливатиме на його ефективність.

3. Виробничі ризики. Часто диверсифікація вимагає використання нових технологій чи процесів на виробництві. Це у свою чергу може негативно вплинути на продуктивність праці, якість готових товарів, та діяльність підприємства в цілому, що в сучасних умовах лише загострить становище.

4. Ринкові ризики. Зміна споживчих запитів та ринкових умов, яка ще більше загострюється через економічний спад, може призвести до зменшення попиту на продукцію підприємства в нових напрямках діяльності, що може знизити прибутковість підприємства.

5. Ризики конкуренції. Вихід підприємства в нові сфери діяльності може виявитися менш ефективним, ніж очікувалося, що збільшує ризик конкуренції та зменшує прибутковість підприємства.

Зважаючи на сформовані ризики, можна зробити висновок, що будь-які зміни потребують детального проведення аналізу загроз, що матимуть негативний вплив на діяльність суб'єкта господарювання. Формування

ефективної стратегії управління ризиками допоможе визначити доцільність та напрямки проведення диверсифікації, особливо в сучасних умовах.

Однак, при ефективному управлінні та плануванні майбутніх змін можна уникнути всіх загроз та ризиків. Відомим прикладом успішної диверсифікації виробництва, який це продемонстрував, є досвід південнокорейської транснаціональної компанії Samsung, яка займалася виробництвом електроніки, але згодом почала виготовляти побутову техніку, смартфони, планшети та інші пристрої, що дозволило розширити аудиторію споживачів та збільшити обсяг продажів [31].

Якщо характеризувати приклади диверсифікації на вітчизняному ринку, то можна виокремити компанію Fozzy Group, яка розпочинала як мережа супермаркетів, але згодом розширилась на ресторани швидкого харчування та власне виробництво продуктів харчування.

Ще одним прикладом успішної диверсифікації в Україні є компанія Kernel, яка почала як аграрна компанія з вирощування зернових культур, але потім розширилась на сегменти обробки насіння, виробництва олії, транспортування та експорту сільськогосподарської продукції. Сьогодні, навіть в умовах війни, Kernel успішно використовує свій досвід диверсифікації для того, щоб ефективно протистояти труднощам [2].

Розглянуті приклади показали, що диверсифікація виробництва може стати ефективною стратегією в будь-якій галузі навіть в складних економічних умовах невизначеності, якщо використовувати свої конкурентні переваги та досвід для розвитку інших сегментів.

Висновки до розділу 1

Широкий діапазон трактувань поняття «ефективність» дозволяє кожному суб'єкту господарювання ринкової економіки самостійно оцінювати, виходячи з власних потреб, ефективність власної діяльності чи окремих бізнес-процесів, визначати динаміку, фактори впливу, тенденції

розвитку та систему показників для визначення масштабу досягнутого ефекту. Це призводить до формування нових ідей, підходів і методів, особливостей розвитку систем управління бізнесом та їх структурних елементів залежно від їх стадії розвитку, сфери діяльності та впливу різноманітних зовнішніх і внутрішніх факторів.

Оскільки діяльність будь-якої організації має мету і спрямована на досягнення певного результату, процес отримання якого супроводжується витратами, питання про співвідношення витрат і результатів є надзвичайно важливим і досі актуальним. А отримані результати діяльності характеризуються поняттям ефективності.

Економічна ефективність діяльності підприємства є багатограним показником, що залежить від співвідношення використаних ресурсів і отриманих результатів. Вона формується під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, таких як рівень техніки, технологій, організація праці, а також макроекономічні умови (зміна валютного курсу, вартість енергоносіїв, доступ до інвестицій).

Зміна структури витрат часто впливає на загальну ефективність: зменшення витрат на працю може призводити до зростання технологічних витрат, що короткостроково знижує фондівдачу. При цьому вимірювання ефективності залежить від обраного методу: ринкового, дохідного чи витратного підходу. Кожен із них має свої переваги і недоліки, що слід враховувати при оцінці результативності діяльності підприємства.

Таким чином, підприємства повинні оптимізувати використання ресурсів, застосовувати інновації та враховувати ринкові реалії для підвищення своєї конкурентоспроможності, прибутковості та стійкості в умовах обмеженості ресурсів і мінливого зовнішнього середовища.

Отже, диверсифікація виробництва може бути ефективним способом збільшення прибутковості суб'єкта господарювання і підвищення його конкурентоспроможності.

Протягом дослідження було визначено, що для підприємств, що працюють в умовах високого економічного тиску, дуже важливо мати гнучку стратегію та готовність до швидкого реагування на зміни в економічному та політичному середовищі. Диверсифікація виробництва може стати ефективним рішенням для забезпечення стабільності та розвитку, зокрема в сучасних умовах економічного спаду.

Також вдалося встановити важливість правильного вибору стратегії диверсифікації для підприємства, що залежить від ринкових умов, фінансових можливостей підприємства, його технічних можливостей та ресурсів. У статті було розглянуто не лише теоретичні засади диверсифікації виробництва, а й практичні приклади.

З огляду на результати проведеного дослідження, більш глибоке вивчення сучасних прикладів диверсифікації виробництва вітчизняних підприємств та формування на їх основі механізму диверсифікації виробництва в умовах війни з метою пошуку нових шляхів підвищення прибутковості суб'єктів господарювання та забезпечення їх фінансової стійкості, є перспективами майбутніх наукових досліджень у даному напрямі.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ МПП ФІРМА «ЯМУНА»

2.1. Характеристика об'єкта дослідження і аналіз динаміки основних економічних показників

МПП фірма «Ямуна» була заснована 7 квітня 1999 року. Власником підприємства є Забужко Василь Олександрович.

Виробничі потужності компанії розташовані у трьох локаціях, які знаходяться в межах одного району з максимальною відстанню до 3 км. Це дозволяє ефективно оптимізувати логістичні процеси з транспортування сировини та готової продукції між складами. Загальна площа приміщень підприємства становить близько 5 200 м².

У 2003 році компанія придбала будівлю площею 1059,2 м² разом із земельною ділянкою, де було проведено реконструкцію під адміністративно-побутові приміщення, цех фасування продовольчої продукції та складські приміщення. Локація виробництва — м. Рівне, вул. Дворецька, 182.

У 2012 році придбано склад готової продукції площею 485,9 м² за адресою с. В.Омеляна, вул. Присадибна, 1В. Це приміщення використовується як оптовий склад для зберігання готової продукції.

Через розширення виробництва у 2018 році було придбано будівлю складу-магазину площею 3658 м² за адресою м. Рівне, вул. Дворецька, 93. У цій будівлі розміщені виробничі цехи, склад сировини, склад готової продукції, а також адміністративні приміщення.

У 2019-2020 роках було придбано обладнання, яке забезпечує високоякісне виготовлення кондитерської посипки в широкому асортименті під торговою маркою Merezhko. До асортименту входить фасована кондитерська посипка у упаковках по 7 г та 15 г, набори посипок, а також великі фасування: 5 кг у ящиках та 25 кг у мішках. Крім того, мастика наразі виробляється у фасуванні 1 кг у відерцях.

Головним напрямком роботи МПП фірми «Ямуна» є фасування та оптова торгівля різними видів спецій і харчових добавок під торговими марками “Ямуна”, “IRIS”, “Перчик”, “Merezhko” (рис.2.1.). Асортиментний ряд продукції включає в себе більше 400 найменувань, серед яких ванілін, какао, лимонна кислота, лавровий лист, перець, спеції, трави, приправи власної рецептури та інше.



Рисунок 2.1. – Торгові марки МПП фірми «Ямуна»

Слід зазначити, що МПП фірма «Ямуна» постійно розвивається та вдосконалює свою діяльність, щорічно впроваджуючи у виробництво близько 10 нових номенклатурних позицій. За аналізований період підприємство започаткувало випуск нової лінійки приправ для барбекю під торговою маркою «Picante» (до шашлику, стегенець, риби, овочів та стейків). Окрім цього, до асортименту додалися приправи для випічки (до шарлотки, сирників, імбирного печива), а також льон фасуванням 200 г, кунжут білий 150 г та сухе молоко 150 г. Лінійка гарячого шоколаду поповнилася новими смаками – фундук та ірландський крем, а серія приправ отримала розширення за рахунок таких новинок, як сіль адигейська, сіль сванська та приправи до баранини.

Особливо важливим є поява желе без желатину на основі карагінану, що дозволило охопити нову категорію споживачів, які дотримуються рослинного харчування. Також окрему увагу варто приділити хлібцям «Ямуна», новому дієтичному продукту, який відповідає потребам ринку. Ця продукція представлена трьома видами: пшеничні, рисові та гречані хлібці.

Для ефективного функціонування підприємства важливо грамотно сформувати організаційну структуру. Організаційна структура підприємства - це один із найважливіших елементів внутрішнього середовища

підприємства. Вона регулює: розподіл завдань по відділах і підрозділах підприємства; компетентність відділів та підрозділів у вирішенні певних проблем, загальну взаємодію відділів та підрозділів.

На підприємстві лінійно-функціональна структура управління, яка спирається на розподіл повноважень та відповідальність за функціями управління і прийняття рішень по вертикалі. Структура дозволяє організовані управління, а функціональні відділи апарату управління підприємства лише допомагають лінійним керівникам вирішувати управлінські завдання. При лінійно-функціональній структурі управління лінійні керівники не підпорядковані керівникам функціональних відділів апарату управління. Безпосереднє управління здійснює директор, процесами взаємодії керують функціональні підрозділи, внутрішні процеси підпорядковані лінійним керівникам. До основних підрозділів відносяться фінансовий відділ, відділ збуту, відділ постачання, відділ якості, юридичний відділ. Організаційна структура підприємства наведена на рисунку 2.2.

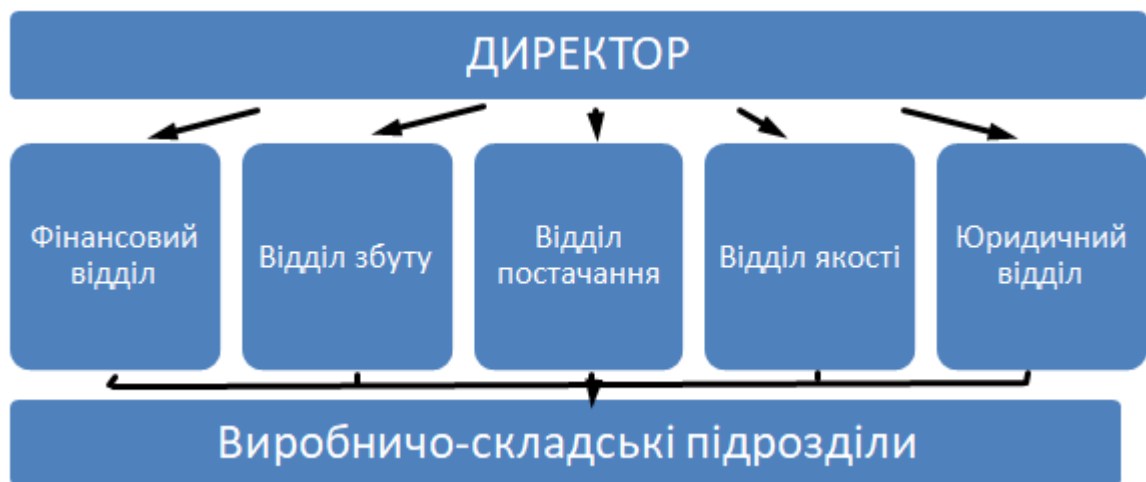


Рисунок 2.2. – Організаційна структура МПП фірми «Ямуна»

Для транспортування продукції між виробничими та складськими приміщеннями підприємство використовує власний автотранспорт, зокрема автомобілі Hyundai HD72 та MAN 12.250. Доставка продукції кінцевим покупцям здійснюється переважно за допомогою великих логістичних компаній, таких як Нова Пошта, Міст Експрес, Делівері та інші.

Підприємство оснащене сучасним обладнанням як вітчизняного, так і закордонного виробництва, що дозволяє виготовляти спеції, приправи та харчові добавки. Завдяки наявним виробничим потужностям компанія здатна випускати понад 12 мільйонів одиниць продукції щомісяця.

Компанія є прямим імпортером сировини для виробництва та фасування спецій, зокрема чорного перцю, лаврового листа, дріжджів, куркуми, чорної солі, кориці, какао, родзинок та інших продуктів. Це дозволяє значно знизити собівартість продукції та забезпечує конкурентні переваги на ринку.

Підприємство систематично проводить моніторинг ринку спецій і приправ, аналізує споживчий попит на різні товарні групи, ефективно формує цінову політику та пропонує гнучкі системи знижок для гуртових клієнтів. Окрім цього, компанія планує розширення асортименту, орієнтуючись на актуальні потреби споживачів.

Для стабільного забезпечення виробництва сировиною відділ постачання створив базу ключових трейдерів і виробничих компаній, серед яких переважають прямі імпортери. Налагоджені тісні та взаємовигідні партнерські відносини дозволяють диверсифікувати канали постачання. З метою підвищення рентабельності підприємство не лише забезпечує власні виробничі потреби, але й здійснює дрібнооптовий продаж сировини на внутрішньому ринку.

Основними конкурентами МПП фірми «Ямуна» є такі торгові марки, як ТМ «Приправка», ТМ «Еко», ТМ «Мрія», ТМ «Любисток» та ТМ «Деко». Основні їх переваги представлено у таблиці 2.1.

Збутова стратегія компанії орієнтована на співпрацю з дистриб'юторами та реалізацію продукції оптовими партіями у всі регіони України та країни ближнього зарубіжжя. Дистриб'юторська мережа складається з надійних суб'єктів господарювання, серед яких приватні підприємці та дистриб'юторські компанії, що є лідерами у своїх регіональних сегментах ринку та успішно співпрацюють із компанією понад два роки.

Таблиця 2.1. – Основні конкуренти МПП фірми «Ямуна»

Найменування, місцезнаходження	Продукція або послуга (характеристика, конкурентні переваги)	Років на ринку
ТМ «Приправка», ТМ «Услада», ПП «СПС» м.Харків	Аналогічний асортиментний ряд, перевага – знаходяться в східному регіоні, економія на логістиці, кращий контроль за даними територіями	16
ТМ «Еко» ЗАТ «Екотехніка» м.Київ	Реалізація виключно в мережах супермаркетів по всій території України	20
ТМ «Мрія» ЗАТ «Укрпромінвест» м.Київ	Реалізація виключно в мережах супермаркетів по всій території України	20
ТМ «Любисток», ТМ «Деко» ТД «Любисток» м. Рівне	Перебувають в рівному з нами становищі, переваги – більший асортимент.	12

Також, підприємство має заключені договори на поставку продукції великим торговим мережам (АТБ, Метро, Аванта, Там Там, АШАН, Велика Кишеня, Villa та ін). Розподіл часток між основними дистриб'юторами представимо у табл. 2.2.

Таблиця 2.2. – Питома вага реалізації продукції за основними каналами збуту

Канал збуту	Реалізація 2022, %	Реалізація 2023, %
Дистриб'ютори (Україна)	41,00%	40,00%
Дистриб'ютори (Експорт)	30,00%	25,00%
Торгові мережі	29,00%	35,00%

Оремо варто відмітити, що 75% всієї продукції реалізується на території України, а решта експортується до Грузії – 11%, Молдови – 7,5% та інших країн (США, Азербайджан)- 6,5%.

Одним з головних інструментів управління зовнішньоекономічною діяльністю є вивчення ринку та конкурентів. Підприємство добре орієнтоване на зовнішніх ринках, знає особливості законодавства, податкових систем та інших регуляторних механізмів інших країн. Також

відстежує динаміку зміни курсів валют та економічних показників в різних країнах. Структура імпорту продукції наведена у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3. – Структура імпорту продукції МПП фірми «Ямуна» у 2023р.

Країна	%
В'єтнам	44,21
Китай	11,62
Індонезія	8,65
Бразилія	7,45
Індія	5,28
Грузія	5,01
Єгипет	3,96

Розглядаючи діяльність підприємства, потрібно вирахувати основні техніко-економічні показники та знайти тенденції які можуть охарактеризувати напрямок розвитку фірми. У таблиці 2.4. наведені основні техніко-економічні показники підприємства показники МПП фірми «Ямуна» за 2020-2023 роки.

Як бачимо з таблиці обсяг виробленої та реалізованої продукції має тенденцію до щорічного зростання, зокрема у 2020 році він становив 171614,6 тис. грн., а у 2023 зріс до 339490,1 тис. грн.. (рис2.3.).

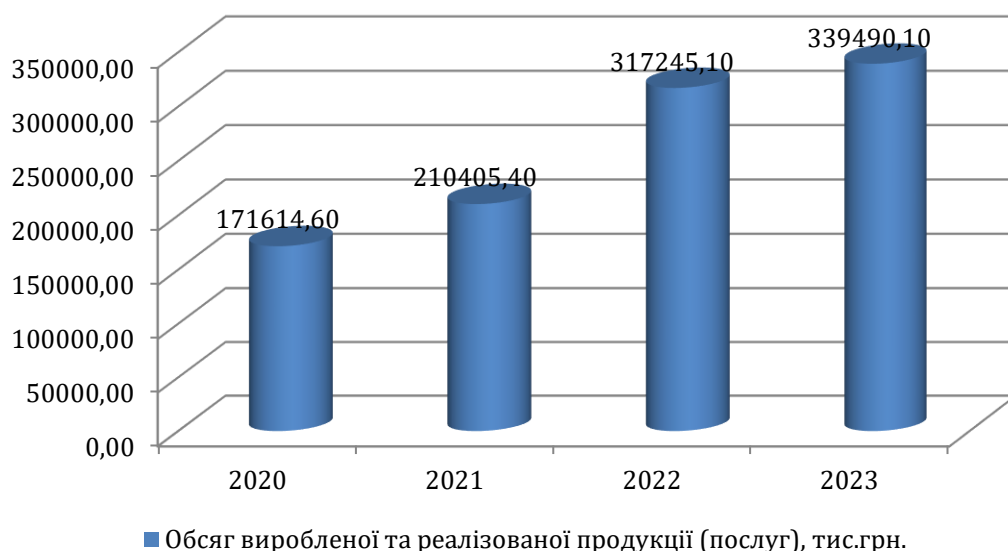


Рисунок 2.3. – Динаміка обсягу виробництва та реалізації продукції МПП фірми «Ямуна» у 2020-2023 роках

Таблиця 2.4. – Основні техніко-економічні показники МПП фірми «Ямуна» у 2020-2023 роках

№	Показники	Од. вим.	Роки				Темп росту, %		
			2020	2021	2022	2023	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022
1	Обсяг виробленої та реалізованої продукції (послуг), тис.грн.	тис. грн	171614,60	210405,40	317245,10	339490,10	122,60	150,78	107,01
2	Собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	тис. грн	142486,80	177220,50	263500,00	272950,30	124,38	148,68	103,59
3	Середньооблікова чисельність працівників	осіб	185,00	196,00	194,00	192,00	105,95	98,98	98,97
4	Продуктивність праці одного працівника, тис. грн./ос.	тис.грн./ос.	927,65	1073,50	1635,28	1768,18	115,72	152,33	108,13
5	Фонд оплати праці	тис. грн	10674,00	13040,00	13234,80	20560,80	122,17	101,49	155,35
6	Середньомісячна заробітна плата одного працівника	грн./ ос.	4808,11	5544,22	5685,05	8923,96	115,31	102,54	156,97
7	Середньорічна вартість основних засобів	тис. грн	42565,70	44893,40	48118,95	52123,60	105,47	107,18	108,32
8	Фондовіддача, грн/грн	грн./грн	4,03	4,69	6,59	6,51	116,25	140,67	98,79
9	Середньорічний розмір оборотних засобів	тис. грн	105422,80	128052,55	165267,35	211508,55	121,47	129,06	127,98
10	Коефіцієнт оборотності оборотних засобів	оберти	1,63	1,64	1,92	1,61	100,94	116,83	83,62
11	Чистий прибуток, тис. грн.	тис. грн	3433,00	4891,30	8240,40	15116,60	142,48	168,47	183,44
12	Рентабельність (збитковість) діяльності	%	2,00	2,32	2,60	4,45	116,21	111,73	171,42

Як бачимо з таблиці обсяг виробленої та реалізованої продукції має тенденцію до щорічного зростання, зокрема у 2020 році він становив 171614,6 тис. грн., а у 2023 зріс до 339490,1 тис. грн.. (рис2.4.).

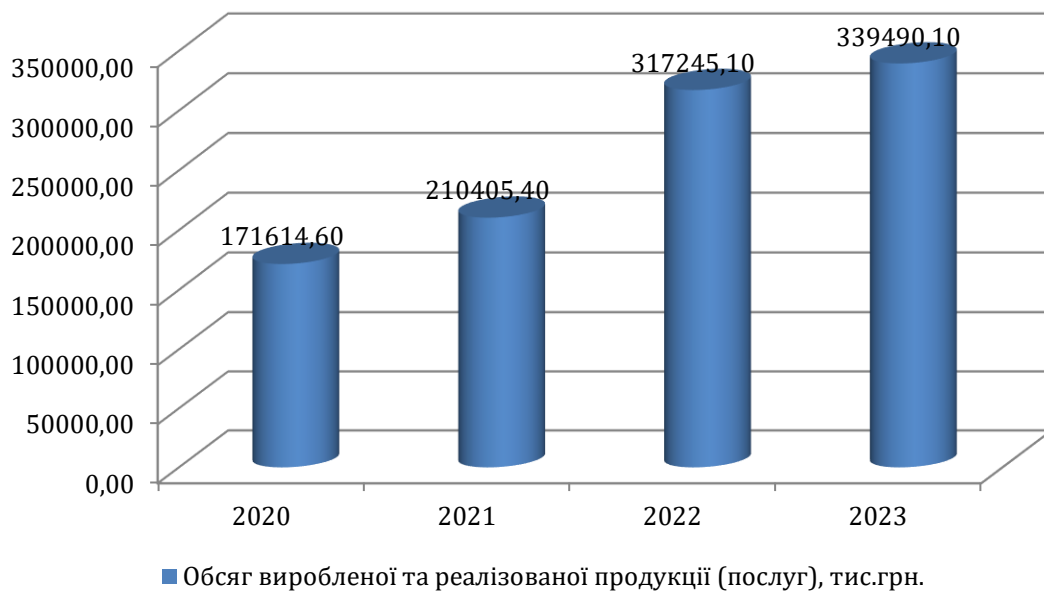


Рисунок 2.4. – Динаміка обсягу виробництва та реалізації продукції МПП фірми «Ямуна» у 2020-2023 роках

Щорічне зростання обсягів продажів забезпечується завдяки вдало сформованому асортименту продукції, ефективній ціновій стратегії, результативному маркетинговому плану, який включає проведення акцій, систему мотивації для дистриб'юторів, а також завдяки успішній рекламній кампанії. Поряд зі збільшенням обсягів виробництва та реалізації продукції спостерігається й щорічне зростання її собівартості.

Середньооблікова чисельність працівників демонструє тенденцію до поступового скорочення: з 196 осіб у 2021 році до 192 осіб у 2023 році. Проте ці зміни не мають негативного впливу, оскільки одночасно фіксується стабільне зростання продуктивності праці – з 927,65 тис. грн/ос. у 2021 році до 1768,18 тис. грн/ос. у 2023 році (рис. 2.5.).

Одночасно зі зростанням продуктивності праці спостерігається щорічне збільшення розміру середньомісячної заробітної плати.



Рисунок 2.5. – Динаміка продуктивності праці МПП фірми «Ямуна» у 2020-2023 роках

Середньорічна вартість основних засобів має тенденцію до зростання до 2022 року, а у 2023 році незначно скорочується, що свідчить про незначне погіршення ефективності використання основних засобів.

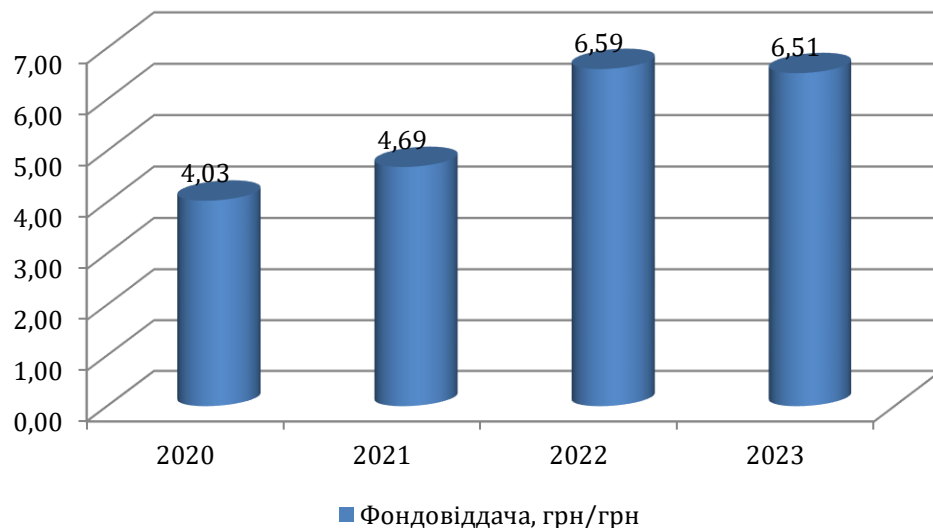


Рисунок 2.6. – Динаміка фондівіддачі підприємства у 2020-2023 роках

Такі ж тенденції спостерігаються і по ефективності оборотних активів, вони зростають до 2022 року, та скорочуються у 2023 році.

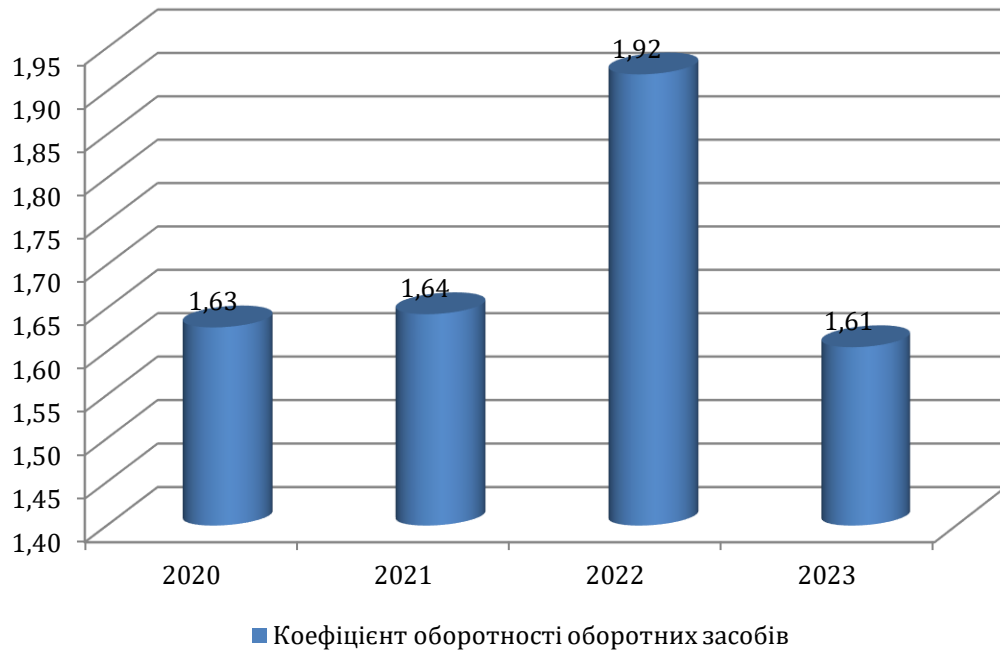


Рисунок 2.7. – Динаміка коефіцієнту оборотності оборотних засобів МПП фірми «Ямуна» у 2020-2023 роках

Чистий прибуток підприємства МПП фірми «Ямуна» протягом аналізованого періоду має тенденцію до щорічного зростання з 3433 тис. грн. у 2020 році до 15116,6 тис. грн. у 2023 році (рис.2.8.).

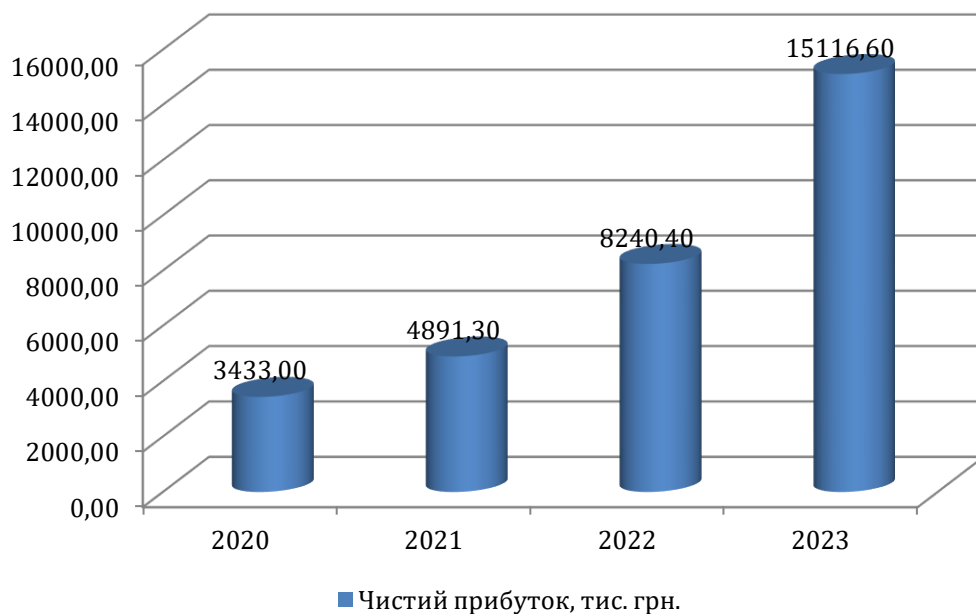


Рисунок 2.8. – Динаміка чистого прибутку МПП фірми «Ямуна» у 2020-2023 роках

Водночас зростає і рентабельність діяльності з 4,22% до 5,61%.

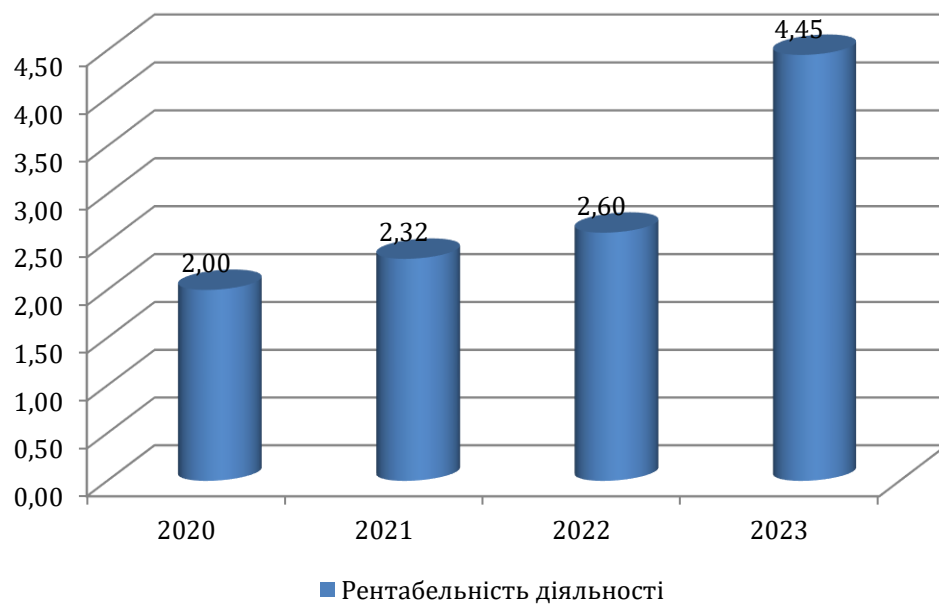


Рисунок 2.9. – Динаміка рентабельності діяльності МПП фірми «Ямуна» у 2020-2023 роках

Такі зміни є позитивним та свідчить про ефективну діяльність підприємства МПП фірми «Ямуна» у аналізованому періоді.

2.2. Аналіз ринку діяльності підприємства

На початку 90-х років минулого століття в Україні мало хто сприймав спеції та прянощі як окрему товарну групу з великим кулінарним потенціалом, особливо у промисловому виробництві. Попри те, що з давніх часів на території України вирощували такі традиційні рослини, як петрушка, кріп, часник, селера та інші, які після сушіння й подрібнення перетворювались на національні прянощі, вітчизняне виробництво прямих харчових приправ зародилося лише наприкінці 1990-х років. Саме тоді в Україну почали імпортувати спеції на основі куркуми, каррі та інших продуктів, які фасували та переробляли вже на місцевих підприємствах.

На початку XXI століття цей бізнес стрімко розвинувся, демонструючи високу прибутковість і рентабельність, що сягала 100%. Це спричинило

наплив нових імпортерів, фасувальників та пакувальників спецій і прянощів. На український ринок вийшли великі зарубіжні виробники, що призвело до сегментації ринку за ціновими категоріями: преміум, медіум та економ.

Сьогодні ринок спецій та прянощів в Україні перенасичений різноманітним асортиментом продукції, доступним у різних точках продажу – від ринків до супермаркетів. Споживачам пропонується як проста продукція, наприклад паприка, так і складні багатокomпонентні суміші, спеціально розроблені для конкретних страв. Ринок орієнтується як на роздрібного покупця, так і на сегменти HoReCa та B2B, пропонуючи продукцію в оптових форматах.

Однак ринок спецій та прянощів в Україні залишається нестабільним через складну економічну та соціальну ситуацію в країні, що негативно впливає на його розвиток та стабільність.

Спеції завжди відігравали значну роль в історії людства. У минулому вони вважалися надзвичайно цінним товаром, заради якого споряджали експедиції та навіть розпочинали військові конфлікти. Так виник Великий шлях спецій, що постачав прянощі зі Сходу на ринки Європи. У ті часи спеції часто прирівнювалися до золота за вартістю. Наприклад, за 460 г чорного перцю можна було отримати стільки ж золота, а фунт мускатного горіха прирівнювався до вартості корови або чотирьох овець.

Сьогодні спеції перестали бути товаром для обраних і перейшли до категорії продуктів масового споживання, широко використовуваних у кулінарії. Однак нестабільна економічна ситуація суттєво впливає на купівельну спроможність населення, змушуючи споживачів відмовлятися від продукції преміум-сегменту та дорогих натуральних сумішей на користь більш доступних варіантів. Крім цього, ринок спецій відчуває тиск через коливання світових цін, викликаних об'єктивними та суб'єктивними чинниками. Додаткові проблеми виникають на етапі імпорту продукції через митні труднощі.

Фахівці підраховали, що обсяги виробництва та споживання спецій, прянощів та приправ в Україні складають приблизно 16–18 тис. т на рік. Незважаючи на нестабільність, цей ринок має значний потенціал для зростання, а його перспективний обсяг оцінюється у 10–12 млн доларів щорічно. Оскільки основні види спецій не вирощуються в Україні, більша частина продукції має імпортне походження.

Згідно з даними ProConsulting, у структурі імпорту спецій за 2023 рік (рис.2.10.) перше місце посідає перець, за яким слідують імбир, куркума та кмин. Переважно спеції надходять в Україну через європейські біржі, зокрема з Голландії, де їх сортують, подрібнюють і фасують. Прямі поставки від виробників зустрічаються рідко, і зазвичай обмежуються продукцією, що не потребує переробки, як-от стручковий перець.

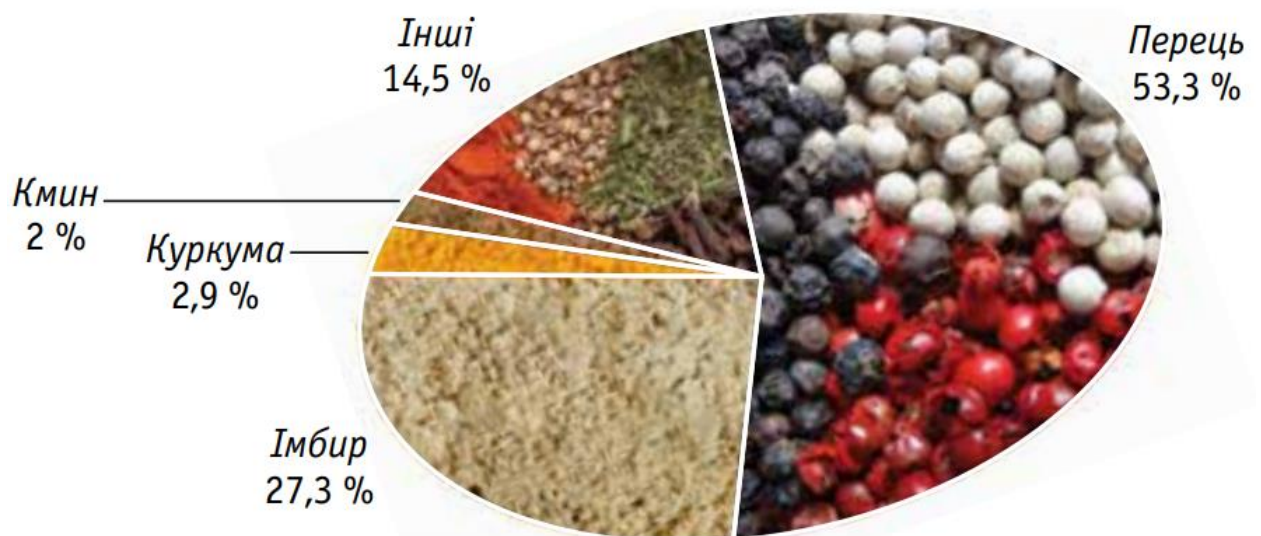


Рисунок 2.10. – Пріоритетні спеції, які займають лідируючі позиції у імпорті в Україну у 2023 році

На внутрішньому ринку України зростає попит на спеціалізовані пряні суміші для різних страв, зокрема для шашлику, м'яса-гриль, страв із птиці та риби. Однак виробництво таких продуктів у країні поки що не досягло значного розвитку через кілька ключових факторів: високу вартість обладнання для переробки й фасування, складність організації поставок

сировини, а також необхідність масштабних рекламних кампаній для просування продукції.

Конкуренцію вітчизняним виробникам створюють відомі світові бренди, такі як Vegeta, Delikat, Knorr, Maggi, McCormick, Galeo та інші. Українські торгові марки, серед яких «Мівіна», «Аромекс», «Мрія», тільки починають завойовувати позиції на ринку, пропонуючи як універсальні, так і спеціалізовані суміші для споживачів.

2.3. Оцінка тенденцій обсягів продажів підприємства

Щороку підприємство вдосконалює, розробляє та запускає у виробництво близько 10 нових номенклатурних позицій. Зокрема, у 2024 році до асортиментного ряду увійшли глазурі (вершкова та шоколадна), суміші трав (італійська), смакові приправи, трави (пажнтнік) та інше. Загалом в асортименті підприємства можна виділити 2 групи:

Таблиця 2.5. –Аналіз обсягів продажів МПП фірми «Ямуна»
за 2022-2023роки

Види продукції	Фасування	Обсяг реалізації, тис. грн		Питома вага у структурі асортименту, %	
		2022	2023	2022	2023
Спеції та приправи	пакети по 10-50 г	174484,8	186719,6	55	60
Кондитерська група	пакети по 5-50 г	142760,3	152770,5	45	40

Структуру за видами продукції МПП фірми «Ямуна» за 2022-2023роки відобразимо на рис.2.11.

Отже, як бачимо з таблиці 2.5. у структурі обсягів продажів щорічно переважають спеції та приправи з обсягом 174484,8 тис. грн.. та часткою у 55% у 2022 році та 186719,6 тис.грн. та часткою у 60%.

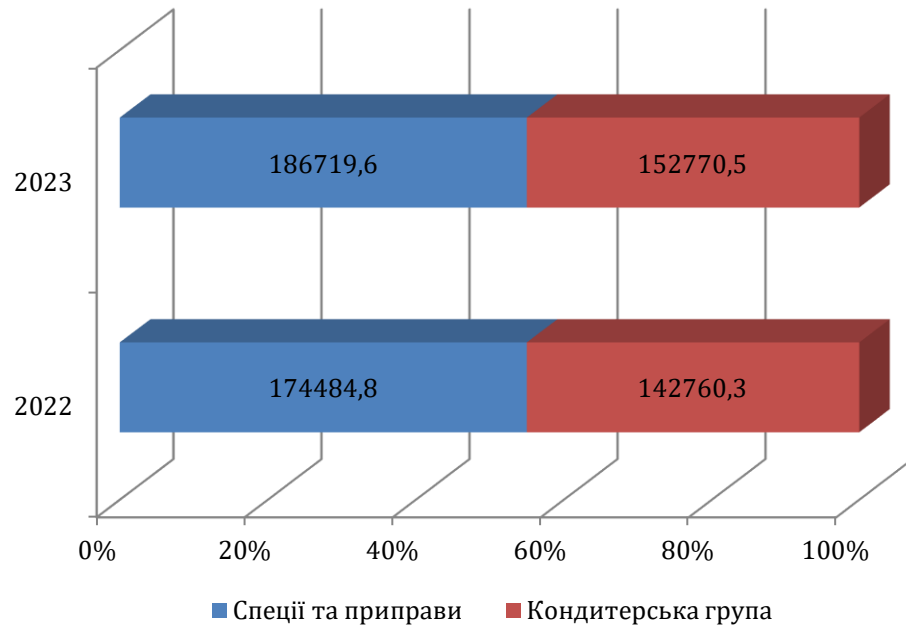


Рисунок 2.11. – Пріоритетні спеції, які займають лідируючі позиції у імпорті в Україну у 2023 році

Щодо кондитерської групи, то на неї припадає у 2022 році **142760,3** тис. грн.. та часткою у 45% у 2022 році та **152770,5** тис.грн. та часткою у 40%. Тобто пріоритетом виробництва все ж є спеції.

За останні роки розроблено рецептуру та розпочато виробництво серії приправ (кавказька, грузинська, вірменська, азербайджанська). Також розпочато випуск приправи для глінтвейну, яка користується значним попитом серед покупців. Запущено у виробництво новий продукт для ринку — гарячий шоколад, розроблена рецептура з використанням нату ральних складових та придбано обладнання для фасування продукції.

Серед асортиментного ряду продукції з’явилося желе без желатину, на основі карагінану, що дозволило охопити додатково споживачів, які не вживають рослинну їжу. Крім того асортиментного ряду продукції увійшли такі позиції як “Цукор з корицею”, “Сода харчова”, “Сіль морська йодована” та ще декілька позицій стали випускати у більш зручній для покупців упаковці.

2.4. Оцінка ефективності використання ресурсів підприємства

2.4.1. Аналіз ефективності використання основних засобів

Аналіз ефективності використання основних засобів є важливим етапом у дослідженні господарської діяльності підприємства, оскільки основні засоби є ключовим компонентом виробничого потенціалу. Від ефективності їх використання значною мірою залежить рівень продуктивності, собівартість продукції, фінансові результати та конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Основні засоби включають матеріальні активи, що використовуються підприємством у процесі виробництва продукції, надання послуг або виконання робіт протягом тривалого часу. До них належать будівлі, споруди, машини, обладнання, транспортні засоби та інші види активів, які забезпечують виробничий процес.

Ефективність використання основних засобів можна оцінити за допомогою низки показників, таких як фондівдача, фондомісткість, фондоозброєність, коефіцієнти зносу та оновлення. Аналіз цих показників дозволяє визначити, наскільки раціонально використовуються основні засоби, виявити резерви для їх покращення та обґрунтувати шляхи підвищення ефективності їх використання у майбутньому.

Проведемо аналіз наявності та ефективності використання основних засобів на МПП фірми «Ямуна» (табл. 2.6).

Отже як видно з таблиці 2.6. середньорічна вартість основних засобів щорічно збільшується в середньому на 5-8%, що свідчить про постійне оновлення основних засобів, хоч і в незначних обсягах.

Одночасно зі збільшенням середньорічної вартості ОЗ спостерігається збільшення зносу з 19576,5 тис.грн. у 2020 році до 31213,6 тис. грн.. у 2023 році, що підтверджує і динаміка коефіцієнту зносу (рис.2.6.).

Таблиця 2.6 –Аналіз ефективності використання основних засобів на МПП фірми «Ямуна» за 2020-2023роки

№ з/п	Показник	Роки				Відхилення		
		2020	2021	2022	2023	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Обсяг виробленої та реалізованої продукції, тис. грн..	171614,60	210405,40	317245,10	339490,10	122,60	150,78	107,01
2	Чистий прибуток, тис. грн..	3433,00	4891,30	8240,40	15116,60	142,48	168,47	183,44
3	Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн..	42565,70	44893,40	48118,95	52123,60	105,47	107,18	108,32
4	Знос основних засобів, тис. грн..	19576,50	23147,60	26752,70	31213,60	118,24	115,57	116,67
5	Середньооблікова чисельність працівників, осіб	185,00	196,00	194,00	192,00	105,95	98,98	98,97
6	Коефіцієнт зносу	0,46	0,52	0,56	0,60	112,11	107,83	107,71
7	Коефіцієнт придатності	0,54	0,48	0,44	0,40	89,69	91,67	90,35
8	Фондовіддача, грн./грн..	4,03	4,69	6,59	6,51	116,25	140,67	98,79
9	Фондомісткість, грн./грн..	0,25	0,21	0,15	0,15	86,02	71,09	101,22
10	Фондоозброєність праці, тис.грн/ос.	230,08	229,05	248,04	271,48	99,55	108,29	109,45
11	Рентабельність основних засобів, %	8,07	10,90	17,13	29,00	135,09	157,18	169,35

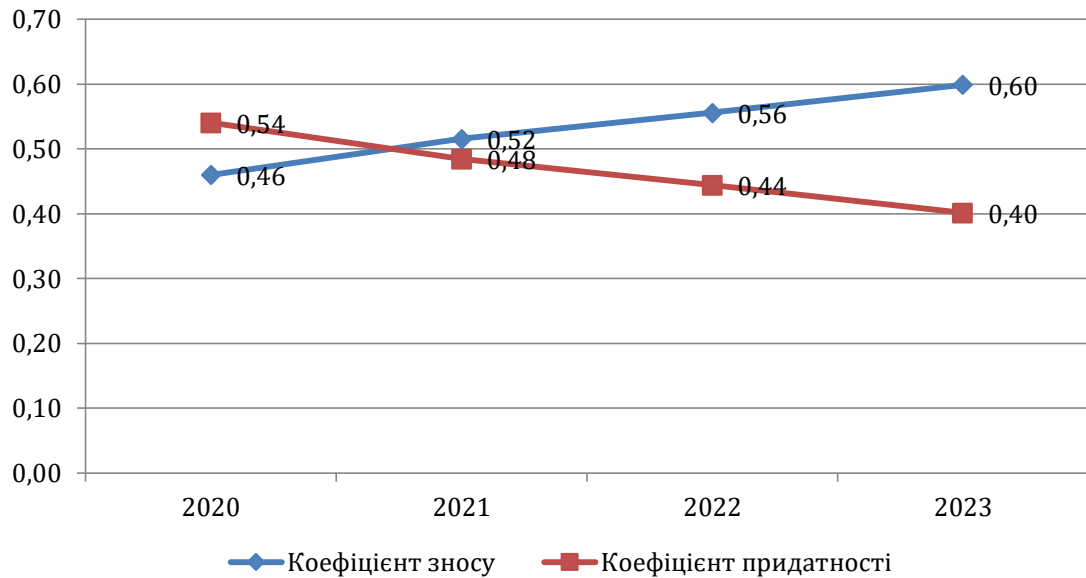


Рисунок 2.12. – Динаміка коефіцієнтів зносу та придатності основних засобів МПП фірми «Ямуна» за 2020-2023 роки

Як бачимо з рис. 2.12. з 2021 року рівень зносу перевищує рівень придатності, що свідчить про використання застарілого зношеного обладнання. Станом на 2023 рік частка зношеного обладнання становить 60%, що є негативним.

Основним показником, який характеризує ефективність використання основних засобів є фондovіддача. Її динаміку наведено на рис.2.13.

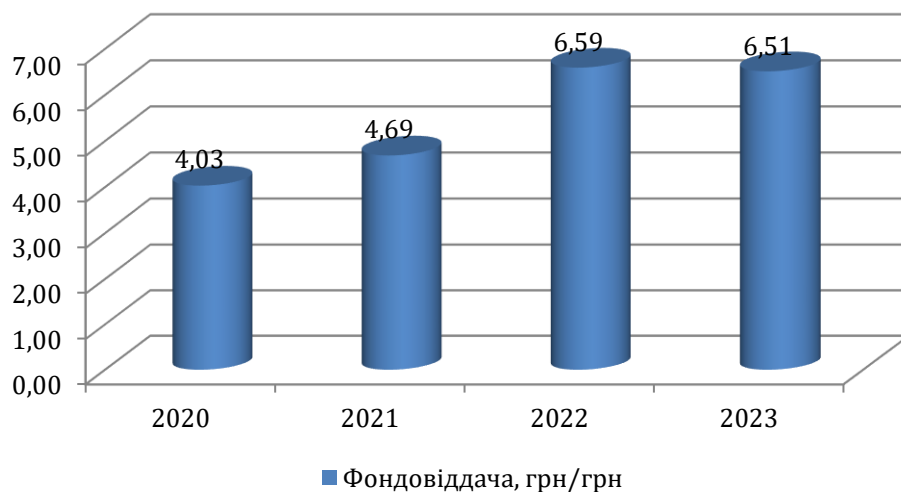


Рисунок 2.13. – Показник фондovіддачі основних засобів МПП фірми «Ямуна» за 2020-2023 роки, грн/грн

Показник фондovіддачі має тенденцію до щорічного зростання майже протягом усього аналізованого періоду, включно до 2022 року в якому досягає найвищого значення 6,59 грн/грн., однак у 2023 році показник набуває тенденції до незначного скорочення, що є негативним і свідчить про зниження обсягів виробництва в розрахунку на 1 грн продукції

Фондоозброєність праці відображає скільки вартості основних засобів припадає на одного працівника (рис.2.14.)

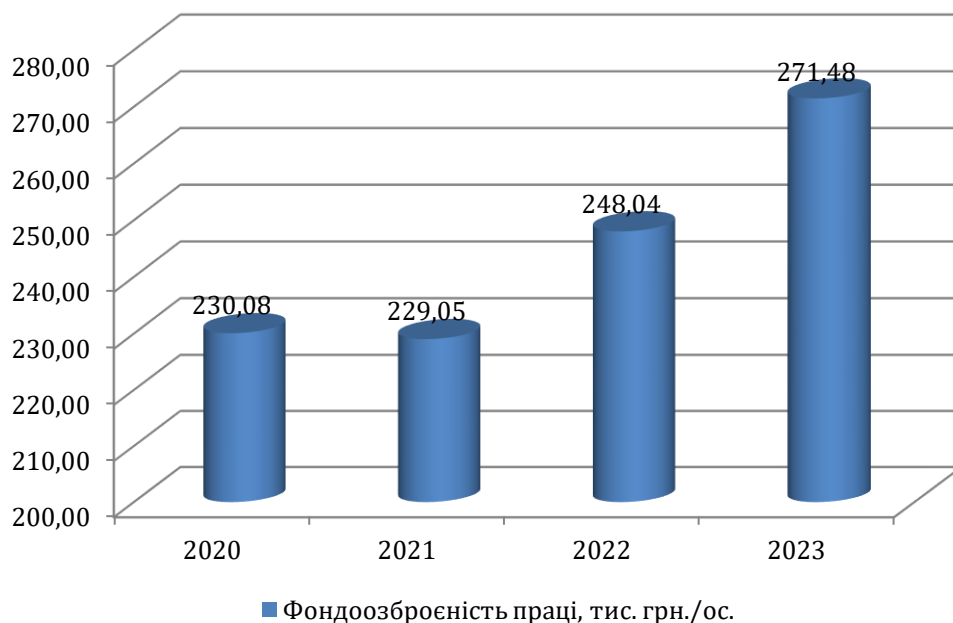


Рисунок 2.14. – Динаміка фондоозброєності праці МПП фірми «Ямуна» за 2020-2023 роки

Як бачимо показник фондоозброєності праці МПП фірми «Ямуна» за 2020-2023 роки має здебільшого тенденцію до зростання, що свідчить про збільшення автоматизації праці.

Однак, зважаючи на високий рівень зношеності цих фондів, такі тенденції не можна вважати позитивними.

Ще одним показником ефективності використання основних засобів є рентабельність основних засобів. Динаміку показника відображено на рис.2.15.

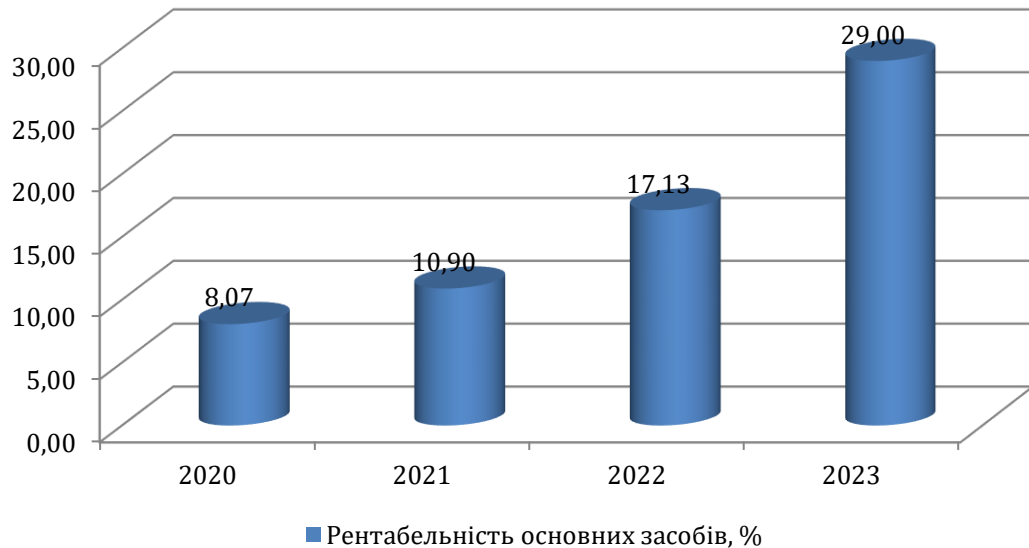


Рисунок 2.15. – Рентабельність основних засобів МПП фірми «Ямуна» за 2020-2023 роки, %

Як бачимо рентабельність основних засобів щорічно зростає з 8,07% у 2020 році до 29% у 2023 році, що є позитивним.

2.4.2. Аналіз ефективності використання оборотних активів

Оборотні активи є важливою складовою ресурсного потенціалу підприємства, які забезпечують його операційну діяльність та безперервність виробничого процесу. Ефективність їх використання безпосередньо впливає на фінансовий стан підприємства, швидкість оборотності ресурсів, рівень ліквідності та прибутковості. Раціональне управління оборотними активами дозволяє зменшити витрати, підвищити віддачу вкладених коштів та забезпечити стабільне фінансування поточної діяльності.

Аналіз ефективності використання оборотних активів є необхідним для виявлення резервів підвищення продуктивності ресурсів підприємства, а також оптимізації їх структури. В процесі дослідження важливо оцінити такі показники, як коефіцієнт оборотності оборотних активів, тривалість одного обороту та рентабельність оборотних активів (табл. 2.7.).

Таблиця 2.7 - Показники використання оборотних активів МПП фірми «Ямуна» у 2020 – 2023 роках

№	Показники	Од. вим.	Роки				Темп росту, %		
			2020	2021	2022	2023	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022
1	Обсяг реалізованої продукції	тис. грн.	171614,60	210405,40	317245,10	339490,10	122,60	150,78	107,01
2	Середньорічний залишок оборотних засобів	тис. грн.	105422,80	128052,55	165267,35	211508,55	121,47	129,06	127,98
3	Прибуток (збиток) від звичайної діяльності	тис. грн	3433,00	4891,30	8240,40	15116,60	142,48	168,47	183,44
4	Коефіцієнт оборотності оборотних засобів		1,63	1,64	1,92	1,61	100,94	116,83	83,62
5	Тривалість одного обороту оборотних засобів	днів	224,22	222,14	190,15	227,40	99,07	85,60	119,59
6	Коефіцієнт завантаження оборотних засобів	грн./грн.	0,61	0,61	0,52	0,62	99,07	85,60	119,59
7	Коефіцієнт ефективності використання оборотних засобів	%	3,26	3,82	4,99	7,15	117,30	130,53	143,34

Таким чином, згідно з даними таблиці 2.7, середньорічні залишки оборотних засобів упродовж аналізованого періоду зросли з 105422,8 тис. грн у 2020 році до 211508,55 тис. грн у 2023 році. Це свідчить про стабільну тенденцію до зростання, що зумовлено збільшенням обсягів виробництва.

Варто зазначити, що темпи зростання обсягів виробництва у 2021-2022 роках перевищували темпи збільшення середньорічних залишків оборотних коштів, що позитивно вплинуло на їх оборотність. Зокрема, коефіцієнт оборотності зріс з 1,63 обертів у 2020 році до 1,92 обертів у 2022 році. Це підтверджується й динамікою тривалості одного обороту, яка скоротилася з 224,22 днів у 2020 році до 190,15 днів у 2022 році.

Проте у 2023 році середньорічні залишки оборотних коштів збільшились швидше, ніж обсяги реалізації, що призвело до зниження оборотності. У результаті коефіцієнт завантаження оборотних засобів, який демонстрував позитивну тенденцію у 2021-2022 роках, зріс у 2023 році, вказуючи на зниження ефективності використання оборотних активів.

Динаміку змін ключових показників ефективності використання оборотних активів представлено на рисунку 2.16.

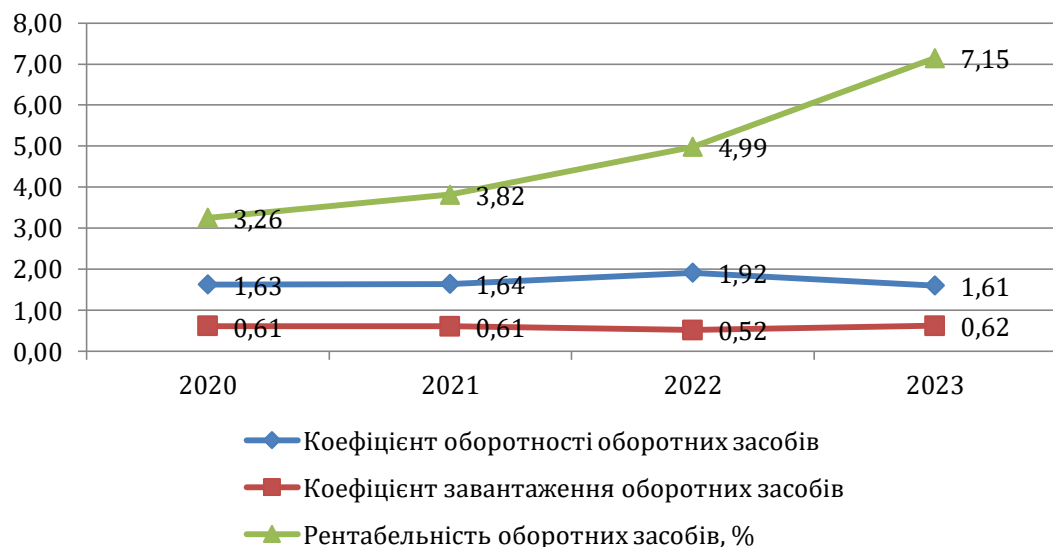


Рисунок 2.16. – Динаміка показників ефективності використання оборотних активів МПП фірми «Ямуна» у 2020 – 2023 роках

Показник ефективності використання оборотних активів також підкреслює нераціональне збільшення їх обсягу у 2023 році, оскільки це не призвело до підвищення прибутковості підприємства.

Узагальнюючи наведені тенденції, можемо стверджувати оборотні активи підприємства МПП фірми «Ямуна» використовуються ефективно, хоч у звітному році їх ефективність використання дещо знизилась..

2.4.3. Аналіз ефективності використання трудових ресурсів

Аналіз ефективності використання трудових ресурсів є важливим елементом загального дослідження діяльності підприємства, оскільки трудові ресурси є ключовим чинником забезпечення його конкурентоспроможності та фінансової стабільності. Ефективне використання трудових ресурсів передбачає оптимальне поєднання кількісних та якісних характеристик робочої сили, що безпосередньо впливає на продуктивність праці, обсяги виробництва та фінансові результати підприємства.

Проведемо аналіз ефективності використання персоналу МПП фірми «Ямуна» у табл. 2.8.

Таким чином, на підставі даних таблиці 2.8. можна відзначити щорічне скорочення чисельності працівників починаючи з 2021 року. Основними причинами такого зменшення є наслідки війни, оскільки частина працівників вимушено виїхала за кордон, а значна кількість чоловічого персоналу була мобілізована для служби у Збройних Силах України.

Що ж стосується продуктивності праці, то даний показник має тенденцію до щорічного зростання з 927,65 тис. грн.. у 2020 році до 1768,18 тис. грн., а отже персонал підприємства використовується ефективно.

Схожі тенденції спостерігались і по показнику середньомісячної заробітної плати – за аналізований період вона збільшилась з 4808,11 грн до 8923,96 грн у 2023 році і щорічно перевищувала прожитковий мінімум та мінімальну заробітну плату.

Таблиця 2.8. – Аналіз ефективності використання МПП фірми «Ямуна» за 2020-2023 роки

№ з/ п	Показник	Роки			
		2020	2021	2022	2023
1	Обсяг виробленої та реалізованої продукції (послуг), тис.грн.	171614,60	210405,40	317245,10	339490,10
2	Середньооблікова чисельність працівників, осіб	185,00	196,00	194,00	192,00
3	Продуктивність праці одного працівника, тис. грн./ос.	927,65	1073,50	1635,28	1768,18
4	Фонд оплати праці, тис. грн..	2668,50	3260,00	3308,70	5140,20
5	Середньомісячна заробітна плата одного працівника, тис. грн..	4808,11	5544,22	5685,05	8923,96
6	Темп росту продуктивності праці	-	1,16	1,52	1,08
7	Темп росту середньорічної заробітної плати	-	1,15	1,03	1,57
8	Коефіцієнт випередження	-	1,00	1,49	0,69

Динаміку коефіцієнту випередження наведемо на рис. 2.17.

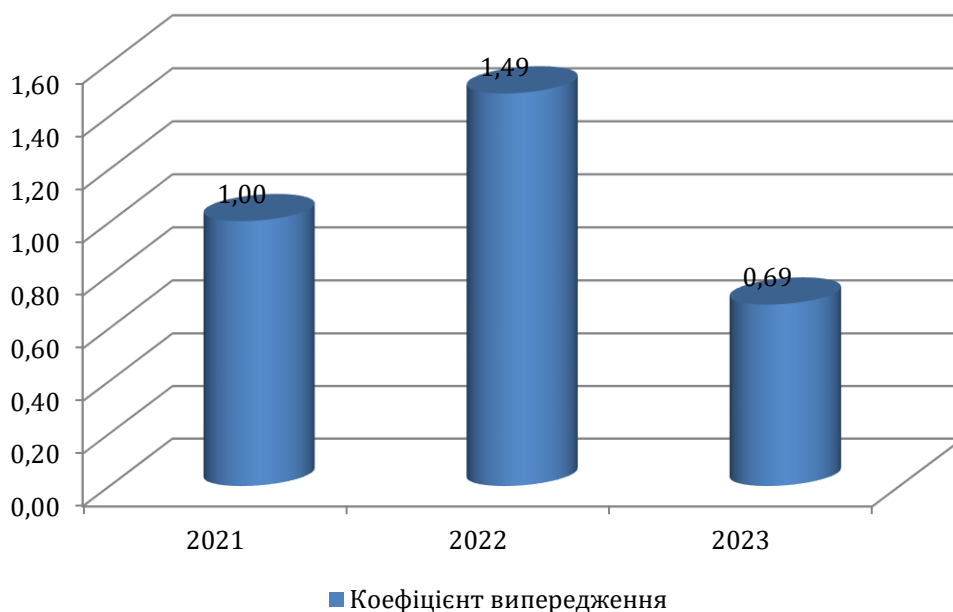


Рисунок 2.17. – Динаміка коефіцієнта випередження МПП фірми «Ямуна» за 2020-2023 роки

Отже, у 2021 та 2022 роках коефіцієнт випередження мав позитивну динаміку до зростання та перевищував нормативне значення, а отже темпи зростання продуктивності перевищували, темпи зростання заробітної плати. Однак у 2023 році показник скоротився та становив 0,69, що менше за нормативну одиницю. І хоч такі зміни і свідчать про недоцільне збільшення заробітної плати порівняно з нарощуванням потужності, однак у цьому періоді відбулось законодавче підняття розміру мінімальної заробітної плати, тому підприємство було зобов'язане збільшити її.

2.4.4. Аналіз ефективності використання фінансових ресурсів

Фінансові ресурси є основою функціонування будь-якого підприємства, оскільки вони забезпечують його операційну, інвестиційну та фінансову діяльність. Ефективне управління фінансовими ресурсами є ключовим фактором стабільності підприємства та його здатності виконувати свої зобов'язання перед контрагентами, працівниками та державою.

Важливим аспектом оцінки ефективності використання фінансових ресурсів є фінансова стійкість та ліквідність підприємства. Фінансова стійкість характеризує здатність підприємства підтримувати рівновагу між власними та залученими коштами, а також забезпечувати стабільність фінансового стану в довгостроковій перспективі. Ліквідність, у свою чергу, показує здатність підприємства швидко покривати свої короткострокові зобов'язання за рахунок наявних активів.

Аналіз фінансової стійкості дозволяє оцінити структуру капіталу підприємства, частку власних і позикових коштів, рівень залежності від зовнішніх джерел фінансування та здатність підприємства до самофінансування. Ліквідність є важливою характеристикою платоспроможності підприємства, яка демонструє його можливість своєчасно розраховуватись за поточними зобов'язаннями.

Важливість аналізу фінансових ресурсів полягає у виявленні вузьких місць у фінансовій структурі підприємства, оцінці ризиків втрати платоспроможності та розробці заходів щодо підвищення ефективності їх використання. На основі розрахунку коефіцієнтів фінансової стійкості та ліквідності можна сформулювати обґрунтовані управлінські рішення, спрямовані на забезпечення стабільного розвитку підприємства та підвищення його фінансової стійкості в умовах динамічного ринкового середовища.

Тому проведемо оцінку основних показників ефективності використання фінансових ресурсів у таблиці 2.9.

Таблиця 2.9 - Аналіз ефективності використання фінансових ресурсів
МПП фірми «Ямуна» за 2020-2023 роки

Показники	Роки				Темп росту, %		
	2020	2021	2022	2023	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022
1. Коефіцієнт покриття (1-1,5)	1,50	1,65	1,66	1,57	110,11	100,61	94,56
2. Коефіцієнт швидкої ліквідності (0,5-0,7)	0,68	0,76	0,82	1,00	112,43	108,10	121,47
3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності (0,1-0,2)	0,03	0,00	0,12	0,20	0,00	-	162,01
4. Коефіцієнт автономії (більше 0,5)	0,446	0,484	0,461	0,409	108,41	95,26	88,67
5. Коефіцієнт фінансової залежності (менше 0,5)	0,554	0,516	0,539	0,591	93,22	104,44	109,68

В першу чергу проведемо аналіз показників ліквідності динаміка яких наведена на рис.2.18.

На основі даних таблиці 2.9 та рис.2.18. можна зробити наступні висновки щодо фінансової стійкості та ліквідності МПП фірми «Ямуна» за 2020–2023 роки. Так коефіцієнт покриття (нормативне значення 1–1,5) протягом аналізованого періоду коливається в межах нормативу.

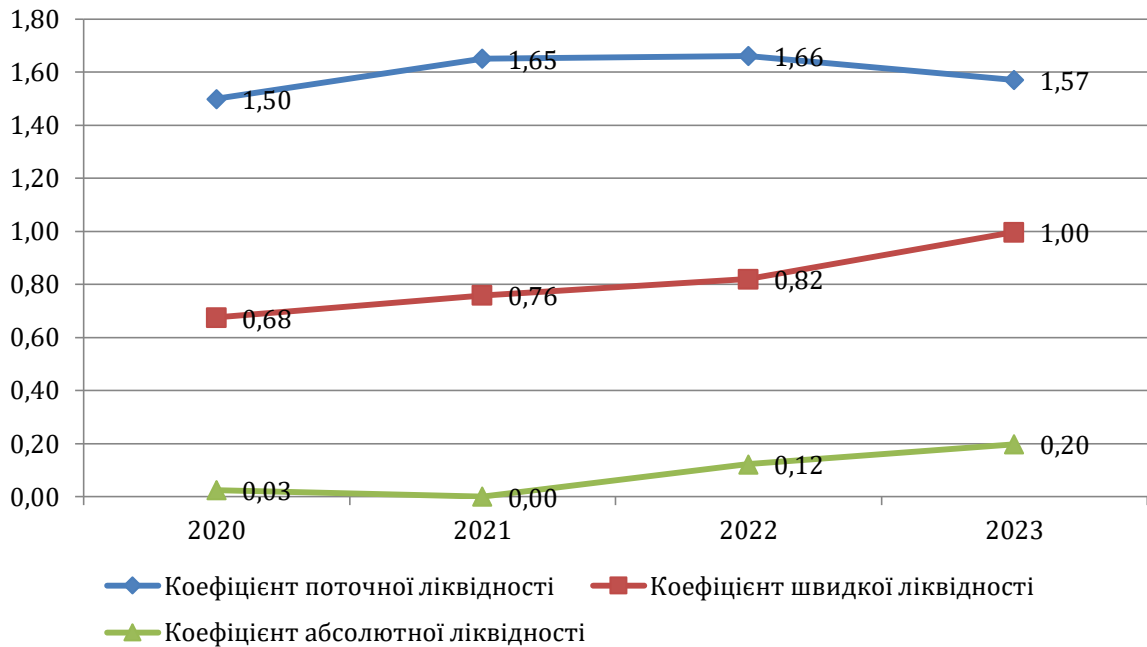


Рисунок 2.18. – Динаміка коефіцієнтів ліквідності МПП фірми «Ямуна» за 2020-2023 роки

У 2020 році показник становив 1,50, у 2021 році зріс до 1,65, а у 2022–2023 роках знизився до 1,66 та 1,57 відповідно. Незважаючи на невелике зниження у 2023 році, підприємство здатне покривати свої короткострокові зобов'язання оборотними активами.

Коефіцієнт швидкої ліквідності (норматив 0,5–0,7) демонструє позитивну динаміку. Значення показника зростає з 0,68 у 2020 році до 0,82 у 2023 році, що свідчить про посилення здатності підприємства погашати поточні зобов'язання найбільш ліквідними активами. Темпи зростання у 2023 році на рівні 121,47% підтверджують позитивну тенденцію.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності (норматив 0,1–0,2) у 2020 році дорівнював 0,03, що вказує на низький рівень ліквідності за рахунок грошових коштів. У 2021 році грошові кошти були відсутні, водночас у 2022 та 2023 роках показники набувають зростання та перевищують нормативне значення, що свідчить про високу абсолютну ліквідність.

Наступним етапом аналізу є дослідження динаміки показників фінансової стійкості (рис.2.19.).

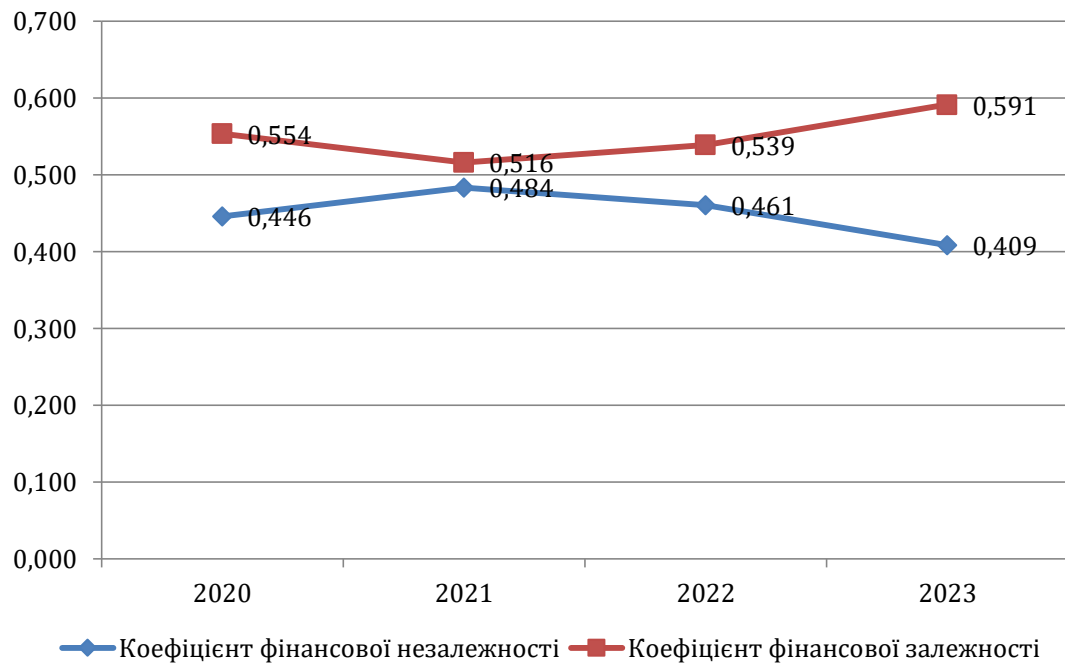


Рисунок 2.19. – Динаміка коефіцієнтів фінансової стійкості
МПП фірми «Ямуна» за 2020-2023 роки

Отже, як бачимо з таблиці 2.9. та рис.2.19. коефіцієнт автономії (норматив більше 0,5) характеризує фінансову незалежність підприємства. Показник коливається в межах 0,44–0,49, що нижче за нормативне значення, окрім того спостерігається незначне зниження коефіцієнта автономії з 0,48 у 2022 році до 0,43 у 2023 році. Це свідчить про підвищену залежність підприємства від позикових коштів. Такі ж тенденції підтверджує і коефіцієнт фінансової залежності. У 2020 році значення становило 0,55, а у 2023 році показник зріс до 0,59, що вказує на зниження фінансової стійкості підприємства через збільшення боргового навантаження.

У результаті аналізу ліквідності та фінансової стійкості можна відзначити, що підприємство має задовільний рівень ліквідності, про що свідчать позитивні значення коефіцієнтів покриття та швидкої ліквідності. Однак зростання коефіцієнта фінансової залежності та зниження коефіцієнта автономії вказують на підвищену залежність від позикового капіталу, що негативно впливає на фінансову стійкість підприємства. Підприємству необхідно вжити заходів для зменшення боргового навантаження та

підвищення рівня власного капіталу, що сприятиме зміцненню його фінансової стійкості в довгостроковій перспективі.

2.5. Аналіз ймовірності банкрутств

Сучасні умови господарювання підприємств характеризуються високим рівнем невизначеності, нестабільністю ринкової кон'юнктури та зростаючими фінансовими ризиками. У такій ситуації особливо актуальною стає проблема оцінки фінансової стійкості підприємства та прогнозування ймовірності його банкрутства. Банкрутство є не лише наслідком неефективного управління фінансами, але й результатом впливу зовнішніх факторів, таких як макроекономічні зміни, коливання валютного курсу, політична нестабільність та зміни у конкурентному середовищі. Оцінку ймовірності банкрутства можна провести використовуючи ряд моделей. Найбільш поширеними серед них є модель Альтмана та модель Ліса.

Модель Альтмана представляє собою найбільш широко відому модель оцінки кредитоспроможності кредитора.

Оцінка в рамках цієї моделі представляє собою лінійну функцію основних балансових коефіцієнтів.

$$Z=1,2x_1+1,4x_2+3,3x_3+0,6x_4+1,0x_5 \quad (2.1)$$

Значення показника Z оцінюється за наступною шкалою:

- 1,8 і менше – дуже висока ймовірність банкрутства;
- від 1,8 до 2,675 – висока ймовірність банкрутства;
- від 2,676 до 2,9 – можлива ймовірність банкрутства;
- 2,91 і вище – дуже низька ймовірність банкрутства.

Показник ймовірності банкрутства за моделлю Ліса визначається за формулою:

$$L = 0,063x_1 + 0,092x_2 + 0,057x_3 + 0,001x_4 \quad (2.2)$$

За критерієм Ліса граничне значення Z дорівнює 0,037, нижче якого фінансовий стан підприємства вважається нестійким і йому загрожує банкрутство. Представимо їх розрахунок у таблиці 2.10.

Таблиця 2.10. - Оцінка імовірності банкрутства МПП фірми «Ямуна»
за 2020-2023 роках

Показники	Роки				Темп росту, %		
	2020	2021	2022	2023	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022
Модель Альтмана							
X1=оборотний капітал/сума активів	0,33	0,39	0,40	0,36	118,36	100,94	91,31
X2=нерозподілений прибуток/сума активів	0,20	0,16	0,15	0,15	80,29	90,13	104,07
X3=операційний прибуток/сума активів	7,44	4,56	5,25	7,51	61,32	115,07	142,95
X4=співвідношення власного і залученого капіталу	0,81	0,94	0,85	0,69	116,29	91,21	80,84
X5=обсяг продажу(виручка)/сума активів	1,25	1,25	1,51	1,31	99,54	120,82	87,15
Z	26,99	17,57	20,04	27,16	65,12	114,01	135,54
Модель Ліса							
X1=оборотний капітал/сума активів	0,33	0,39	0,40	0,36	118,36	100,94	91,31
X2= прибуток від реалізації/сума активів	0,21	0,24	0,25	0,29	112,95	104,17	116,00
X3=нерозподілений прибуток/сума активів	0,20	0,16	0,15	0,15	80,29	90,13	104,07
X4=власний капітал/сума активів	0,45	0,48	0,46	0,41	108,41	95,26	88,67
L	0,05	0,06	0,06	0,06	107,87	100,37	103,14

Таким чином, за результатами моделі Альтмана, підприємство МПП фірми «Ямуна» у період 2020-2023 років демонструє стійкий фінансовий стан та низький ризик банкрутства, оскільки значення показників щорічно вище за нормативне у 2,91. Незначні коливання в середині періоду (2021-

2022 роки) можуть бути пов'язані з тимчасовими труднощами чи зовнішніми факторами впливу, проте загальна тенденція є позитивною.

Зростання показника Ліса МПП фірми «Ямуна» у 2021 році та його стабілізація на рівні 0,06 протягом 2022-2023 років свідчить про відносно успішну діяльність підприємства, ефективне управління ресурсами та відсутність загроз негайного фінансового краху. Підприємство знаходиться у зоні фінансової безпеки, що забезпечує йому стабільність навіть у разі впливу негативних зовнішніх факторів.

Отже, ймовірність банкрутства підприємства МПП фірми «Ямуна» низька.

2.6. Оцінка фінансових результатів та показників рентабельності діяльності підприємства

Фінансові результати та рентабельність діяльності є ключовими показниками ефективності функціонування підприємства, які відображають його здатність генерувати прибуток та раціонально використовувати наявні ресурси. Аналіз фінансових результатів дозволяє оцінити прибутковість підприємства, виявити динаміку основних показників, а також визначити чинники, що впливають на формування прибутку. Рентабельність, у свою чергу, характеризує рівень ефективності діяльності

Отже, представимо аналіз формування прибутку МПП фірми «Ямуна» за 2020-2023 роки у таблиці 2.11.

Як бачимо з таблиці у період з 2020 по 2023 рік відбулось зростання фінансових результатів підприємства. Чистий дохід від реалізації продукції демонструє стабільну позитивну динаміку, збільшившись з 171614,60 тис.грн у 2020 році до 339490,10 тис.грн у 2023 році, що свідчить про активізацію діяльності та розширення обсягів реалізації.

Таблиця 2.11 – Аналіз формування фінансових результатів МПП фірми «Ямуна» у 2020 – 2023 роках, тис. грн..

№	Показники	Роки				Темп росту, %		
		2020	2021	2022	2023	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022
1	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (послуги)	171614,60	210405,40	317245,10	339490,10	122,60	150,78	107,01
2	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	142486,80	177220,50	263500,00	272950,30	124,38	148,68	103,59
3	Валовий прибуток (збиток)	29127,80	33184,90	53745,10	66539,80	113,93	161,96	123,81
4	Інші операційні доходи	2995,00	1579,10	9570,20	5744,80	52,72	606,05	60,03
7	Інші операційні витрати	21918,60	27056,90	52247,20	52856,70	123,44	193,10	101,17
1	Фінансові результати від операційної діяльності	10204,20	7707,10	11068,10	19427,90	75,53	143,61	175,53
3	Інші доходи	1231,10	1558,70	24,60	80,00	126,61	1,58	325,20
5	Інші витрати	7248,70	3300,80	862,90	881,40	45,54	26,14	102,14
6	Фінансові результати від звичайної діяльності	4186,60	5965,00	10229,80	18626,50	142,48	171,50	182,08
7	Чистий прибуток	3433,00	4891,30	8240,40	15116,60	142,48	168,47	183,44

Водночас собівартість реалізованої продукції також зростає, що вказує на збільшення витрат на виробництво товарів та послуг. Однак валовий прибуток підприємства зберігає позитивну динаміку, зростаючи з 29127,80 тис. грн у 2020 році до 66539,80 тис. грн у 2023 році, що свідчить про ефективне управління витратами.

Фінансові результати від операційної діяльності демонструють коливання у динаміці, проте у 2023 році показник зріс до 19427,90 тис. грн, що є суттєвим зростанням порівняно з попередніми роками.

Чистий прибуток підприємства за аналізований період значно зріс — з 4343,00 тис. грн у 2020 році до 15116,60 тис. грн у 2023 році, що свідчить про покращення загальної фінансової ефективності діяльності підприємства.

Динаміку загального та чистого прибутку відобразимо на рис.2.20.

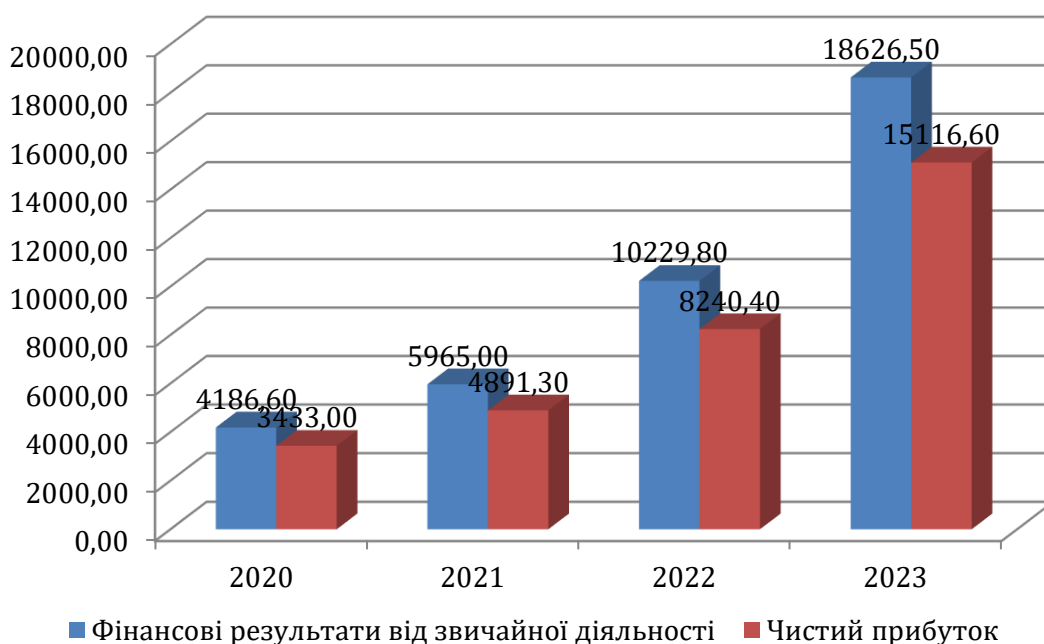


Рисунок 2.20 – Динаміка загального та чистого прибутку МПП фірми «Ямуна» за 2020-2023рр.

Таким чином, підприємство продемонструвало позитивні тенденції у динаміці ключових фінансових показників. Зростання доходів, прибутку та ефективності діяльності свідчить про успішне стратегічне планування, оптимізацію витрат і нарощування виробничо-реалізаційного потенціалу.

Наступним етапом проведемо аналіз показників рентабельності, який представимо у таблиці 2.12.

Таблиця 2.12 – Показники рентабельності МПП фірми «Ямуна»
у 2020 – 2023 роках

№	Показники	Роки			
		2020	2021	2022	2023
1	Рентабельність діяльності	2,00	2,32	2,60	4,45
2	Рентабельність активів	2,50	2,90	3,91	5,84
3	Рентабельність основних засобів	8,07	10,90	17,13	29,00
4	Рентабельність оборотних активів	3,26	3,82	4,99	7,15

Динаміку розрахованих показників можемо відобразити на рис. 2.21.

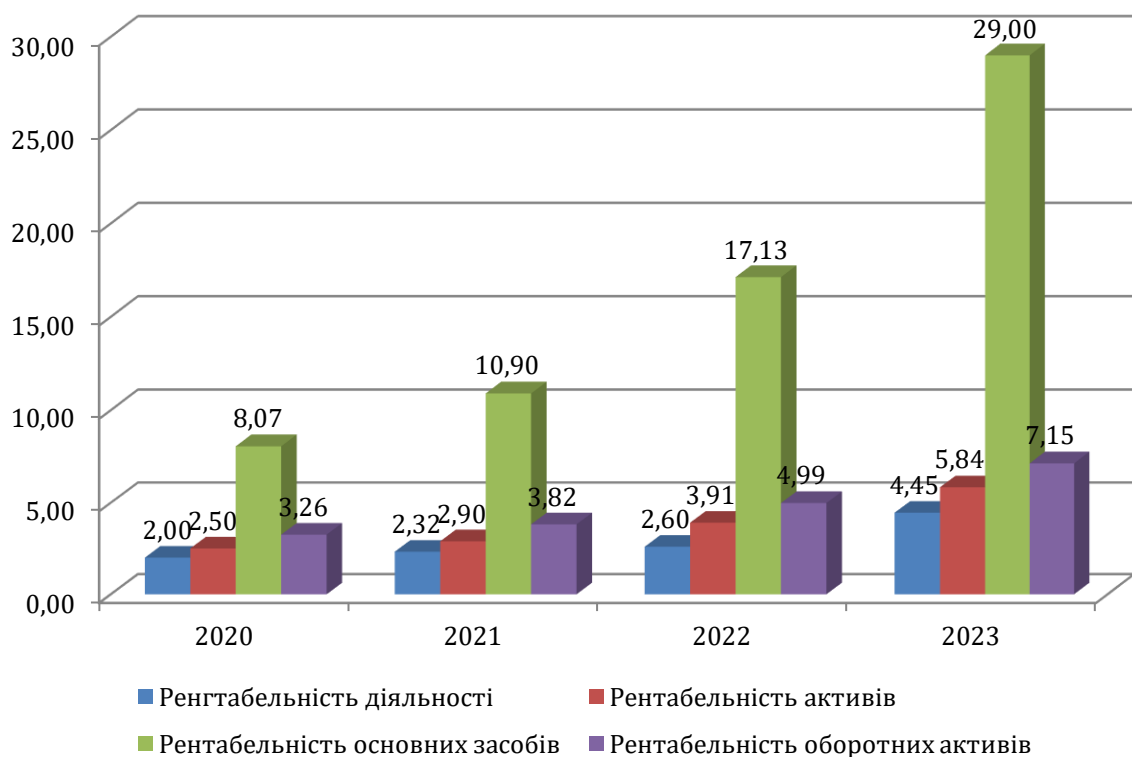


Рисунок 2.21. – Динаміка показників рентабельності МПП фірми «Ямуна» за 2020-2023рр.

Аналіз динаміки показників рентабельності підприємства за 2020–2023 роки свідчить про позитивні тенденції у його фінансово-господарській діяльності. Зокрема, значне зростання рентабельності основних засобів демонструє ефективніше використання виробничих ресурсів, що може бути

результатом модернізації обладнання чи оптимізації виробничих процесів. Також помітне зростання показників рентабельності оборотних активів вказує на покращення управління запасами та оборотним капіталом підприємства. Рентабельність діяльності та рентабельність активів зростали помірними темпами, що свідчить про стабільне покращення ефективності операційної діяльності та використання майна підприємства для отримання прибутку. Загалом підприємство демонструє позитивну динаміку, що свідчить про поступове підвищення ефективності діяльності та раціональне використання наявних ресурсів.

Висновки до розділу 2

МПП фірма «Ямуна» є успішним та динамічно зростаючим підприємством, яке спеціалізується на фасуванні та оптовій торгівлі спеціями, приправами, кондитерськими добавками та іншими харчовими продуктами. Підприємство має значний досвід роботи на ринку, адже було засноване у 1999 році, а за більш ніж два десятиліття успішної діяльності закріпило свої позиції як на внутрішньому ринку України, так і на ринках ближнього зарубіжжя.

Підприємство має три стратегічно розташовані виробничі локації у межах одного району, що забезпечує ефективну логістику та зниження витрат на транспортування сировини і готової продукції. Загальна площа виробничих та складських приміщень становить 5200 м². Постійні інвестиції у виробничі приміщення (2003, 2012, 2018 роки) свідчать про орієнтацію на довгостроковий розвиток та модернізацію інфраструктури.

Асортимент компанії є вкрай різноманітним і нараховує понад 400 найменувань товарів, включаючи спеції, приправи, кондитерську посипку, желе на рослинній основі, дієтичні хлібці тощо. Постійне оновлення продуктового портфеля та впровадження нових номенклатурних позицій (10 на рік) забезпечують задоволення потреб сучасного споживача. Зокрема,

останніми роками додано приправи для барбекю, приправи для випічки, нові смаки гарячого шоколаду та інноваційний продукт – желе без желатину.

Головними конкурентами фірми є ТМ «Приправка», ТМ «Еко», ТМ «Мрія», ТМ «Любисток» та інші. Серед ключових переваг «Ямуни» можна відзначити широкий асортимент, конкурентну цінову політику та можливість закупівлі сировини напряду у закордонних трейдерів. Це дозволяє знижувати собівартість продукції та підтримувати високий рівень конкурентоспроможності.

Аналіз техніко-економічних показників свідчить про стійке зростання обсягів виробництва та реалізації продукції. Зокрема, обсяг реалізованої продукції зріс з 171,6 млн грн у 2020 році до 339,4 млн грн у 2023 році, що демонструє позитивний темп росту, особливо у 2021-2022 роках (150,78%), і свідчить про ефективну діяльність підприємства МПП фірми «Ямуна» у аналізованому періоді.

У структурі обсягів продажів щорічно переважають спеції та приправи з обсягом 174484,8 тис. грн.. та часткою у 55% у 2022 році та 186719,6 тис.грн. та часткою у 60%.

Показник фондівддачі має тенденцію до щорічного зростання майже протягом усього аналізованого періоду, включно до 2022 року в якому досягає найвищого значення 6,59 грн/грн., однак у 2023 році показник набуває тенденції до незначного скорочення, що є негативним і свідчить про зниження обсягів виробництва в розрахунку на 1 грн продукції

Коефіцієнт оборотності зріс з 1,63 обертів у 2020 році до 1,92 обертів у 2022 році. Це підтверджується й динамікою тривалості одного обороту, яка скоротилася з 224,22 днів у 2020 році до 190,15 днів у 2022 році. Проте у 2023 році середньорічні залишки оборотних коштів збільшились швидше, ніж обсяги реалізації, що призвело до зниження оборотності. У результаті коефіцієнт завантаження оборотних засобів, який демонстрував позитивну тенденцію у 2021-2022 роках, зріс у 2023 році, вказуючи на зниження ефективності використання оборотних активів. Узагальнюючи наведені

тенденції, можемо стверджувати оборотні активи підприємства МПП фірми «Ямуна» використовуються ефективно, хоч у звітному році їх ефективність використання дещо знизилась.

Можна відзначити щорічне скорочення чисельності працівників починаючи з 2021 року. Основними причинами такого зменшення є наслідки війни, оскільки частина працівників вимушено виїхала за кордон, а значна кількість чоловічого персоналу була мобілізована для служби у Збройних Силах України.

У 2021 та 2022 роках коефіцієнт випередження мав позитивну динаміку до зростання та перевищував нормативне значення, а отже темпи зростання продуктивності перевищували, темпи зростання заробітної плати. Однак у 2023 році показник скоротився та становив 0,69, що менше за нормативну одиницю. І хоч такі зміни і свідчать про недоцільне збільшення заробітної плати порівняно з нарощуванням потужності, однак у цьому періоді відбулось законодавче підняття розміру мінімальної заробітної плати, тому підприємство було зобов'язане збільшити її.

У результаті аналізу ліквідності та фінансової стійкості можна відзначити, що підприємство має задовільний рівень ліквідності, про що свідчать позитивні значення коефіцієнтів покриття та швидкої ліквідності. Однак зростання коефіцієнта фінансової залежності та зниження коефіцієнта автономії вказують на підвищену залежність від позикового капіталу, що негативно впливає на фінансову стійкість підприємства. Підприємству необхідно вжити заходів для зменшення боргового навантаження та підвищення рівня власного капіталу, що сприятиме зміцненню його фінансової стійкості в довгостроковій перспективі. Однак оцінка ймовірності банкрутства підприємства МПП фірми «Ямуна» низька.

Загалом підприємство демонструє позитивну динаміку, що свідчить про поступове підвищення ефективності діяльності та раціональне використання наявних ресурсів.

РОЗДІЛ 3
ОЦІНКА ВПЛИВУ ЗАХОДІВ ЩОДО ДИВЕРСИФІКАЦІЇ
ВИРОБНИЦТВА НА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ СТАН МПП
ФІРМА «ЯМУНА» В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

3.1. Диверсифікація діяльності підприємства за рахунок виробництва фріпсів

Диверсифікація діяльності підприємства МПП «Ямуна» шляхом впровадження виробництва фруктових чіпсів є актуальною з огляду на нинішні виклики, такі як повномасштабне вторгнення, обстріли енергетичних об'єктів, відключення світла та часті повітряні тривоги. Ці фактори підвищують потребу населення у продуктах тривалого зберігання, які забезпечують енергію і підкріплення.

Фріпси, фруктові чіпси без консервантів і додавання цукру, стають все більш популярними завдяки своїм чудовим смаковим якостям і користю для здоров'я. Вони здатні замінити звичайні фрукти, збагачують організм цінними мікро- та макроелементами, вітамінами і ферментами, що необхідні для функціонування імунної системи та інших органів.

Процес виробництва фруктових чіпсів є простим і доступним, особливо з використанням сушарок для фруктів або дегідраторів, що дозволяють підтримувати оптимальні температурні умови для видалення вологи з продуктів без втрати корисних речовин. Фрукти ретельно миються, нарізаються на слайси завтовшки 0,5-0,7 см, викладаються на решітки, покриті папером для випічки, і сушаться при температурі 50-60 градусів за Цельсієм. Тривалість сушіння залежить від типу фруктів, таких як ківі (4 години), банани (6 годин), яблука та груші (8-16 годин). Готові чіпси можна використовувати окремо або додавати до каш, смузі, пластівців.

Отже, готувати фріпси можна з різних фруктів та ягід. Для прикладу фріпси з овочів можуть мати наступний вигляд:



Рисунок 3.1. – Фруктові фріпси

Почнемо з того, що ще раз відзначимо – готуються фруктові чіпси без цукру, підсолоджувачів та будь-яких інших добавок. При цьому вони не варяться, не смажаться, а просто висушуються, позбавляючись вологи.

Ідеально робити фруктові чіпси в сушарці для фруктів або дегідратор. Сушильна шафа обладнана термостатом, тому дозволить у ході всього процесу сушіння підтримувати оптимальні температурні показники. В такому випадку волога поступово видаляється з продуктів, просушується не тільки їх поверхня, а й середина, при цьому зберігається максимальна кількість корисних речовин.

Процес приготування не викликає складнощів:

- ретельно помити фрукти у гарячій воді;
- нарізати слайсами завтовшки 0,5-0,7 см;
- викласти на решітку, попередньо вкриту папером для випічки;
- виставити температуру на рівні 50-60 градусів та запустити обладнання.

Важливо зазначити, що фріпси зберігають до 95% вітамінів після сушіння і можуть зберігатися до року в герметичних банках, і їх краще ставити в прохолодному місці без вологи. Саме це робить їх ідеальним

продуктом для тих, хто дотримується здорового харчування, спортсменів, людей на дієті та дітей.

Щоб зрозуміти, чому натуральні фруктові чіпси безсумнівно повинні входити в раціон, необхідно об'єктивно оцінити рівень їх користі для людини. А взагалі варто відзначити, що такі продукти збагачують організм цінними ферментами, амінокислотами, мікро- і макроелементами, вітамінами, які необхідні для повноцінної роботи імунної системи та інших систем, а також окремих органів.

Але варто пам'ятати, що це — фруктовий концентрат. Наприклад, жменька ананасових чіпсів рівноцінна цілому ананасу.

Тому, на нашу думку, диверсифікація діяльності підприємства МПП Фірма«Ямуна» за рахунок виробництва фріпсів є актуальною.

Організація виробництва фріпсів потребуватиме закупівлі відповідного обладнання, такого як конвекційна сушильна камера ILMAX IL1431 (рис.3.2.), яка призначена для виготовлення сухофруктів, сушених трав, а також м'ясних та рибних продуктів.



Рисунок 3.2. – Конвекційна сушильна камера ILMAX IL1431

Сушильна камера забезпечує дегідратацію продуктів при температурах від +10 до +150°C. Нагрівальний елемент дегідратора передає тепле повітря продукту, що висушується, уздовж розташування лотків з продуктами, забезпечуючи рівномірний прогрів і висушування. Продукти не перегріваються на нижніх лотках і достатньо нагріваються на верхніх. Камера має місткість 20 лотків. Вартість такої сушильної камери становить 55 тис. грн.

Окрім цього, знадобиться придбати слайсер, призначений для нарізки овочів і фруктів. Доцільно буде закупити професійний слайсер FY 220 Celme Family, вартість якого складає 13,5 тис. грн.



Рисунок 3.3. – Професійний слайсер FY 220 Celme Family

Наступним важливим етапом буде найм працівників, оскільки для реалізації цієї ідеї необхідні двоє людей на повний робочий день. Їхня робота включатиме підготовку, нарізку, укладання фруктів і овочів, контроль за процесом сушіння, збір фріпсів і їх пакування. Середня заробітна плата працівників становитиме 10 тис. грн на місяць. Для зберігання продукції буде використовуватися складське приміщення основного виробництва.

Представимо витрати на організацію бізнесу у вигляді таблиці 3.1.

Таблиця 3.1. – Витрати на організацію випуску фріпсів у перший рік

№ з/п	Стаття витрат	Кількість	Сума. тис. грн
1.	Конвекційна сушильна камера ILMAX IL1431	4	220
2	Професійний слайсер FY 220 Celme Family	2	27,0
Усього витрат на обладнання			247,0
3	Заробітна плата працівників за рік	2	240,0
4	Витрати електроенергії	6	28,0
Усього витрат на організацію випуску фріпсів			515,0

Отже, як видно з таблиці, витрати на запуск виробництва у перший рік становитимуть 515,0 тис. грн. Що стосується сировини для фріпсів, то закупівля сезонних овочів та фруктів відбуватиметься у відповідні періоди, коли їхня середня вартість є найнижчою. Це дозволить зробити запаси готових фріпсів, які можуть зберігатися до 12 місяців, тобто до наступного сезону.

Важливо зазначити, що для виробництва 100 грамів сушених полуничних чіпсів необхідно 1,5 кілограма ягід. Наприклад, за ціною полуниці на ринку 60 грн станом на 10.06., ціна за 50 грам фріпсів становить 75 грн. Провівши елементарні розрахунки, ми можемо побачити, що купівля 1,5 кг полуниці за 90 грн принесе дохід 150 грн за 100 грамів готового продукту. Проте ці значення не є остаточними, оскільки полуницю можна придбати оптом, і відповідно її ціна буде ще нижчою. Завдяки промисловим масштабам виробництва різниця між покупною ціною сировини і середньоринковою ціною може досягати не менше 50%.

Припустимо, що в перший рік підприємство буде щодня переробляти 50 кг овочів та фруктів, з урахуванням безперебійного виробництва та середнього виходу готових виробів у вазі 10% від початкової маси. Це дозволяє розрахувати річний обсяг виробництва.

$$O=50*365*0,1=1825 \text{ (кг)}$$

Отже, за рік буде виготовлено 1825 кг фріпсів.

Розрахуємо чистий дохід за умови що один пакетик фріпсів вагою 50 грам буде в середньому коштувати 70 грн.

$$\text{ЧД}=1825/50*70=2555 \text{ (тис. грн.)}$$

Отже, за рік підприємство отримує 2555 тис. грн. чистого доходу від даного виду діяльності.

Розрахуємо валовий прибуток від продажу фріпсів, виходячи з того що вигода буде становити 50% від реалізаційної ціни:

$$\text{ВП}=2555*0,5=1277,5 \text{ (тис. грн.)}$$

Отже, за рік підприємство отримає 1277,5 тис. грн.. валового прибутку від реалізації продукції фріпсів.

Розрахуємо чистий прибуток від реалізації заходу вирахувавши витрати із отриманого валового прибутку:

$$\text{ЧП}=1277,5-515=762,5 \text{ (тис. грн.)}$$

Отже, в результаті реалізації заходу з впровадження у виробництво фріпсів підприємство отримає 762,5 тис. грн.. чистого прибутку та диверсифікує свою діяльність що дозволить покращити ефективність його діяльності.

Варто зазначити, що під час виробництва цитрусових фріпсів є можливість розширити асортимент основної продукції. У процесі сушіння утворюється тверда скоринка, яку можна окремо зібрати, подрібнити та запропонувати як нову кондитерську приправу – цедру, що стане чудовим доповненням для випічки.

3.2. Диверсифікація діяльності підприємства за рахунок розширення асортименту посипок ТМ Merezhko

Кондитерські посипки виступають важливим елементом декору випічки, десертів, морозива та інших солодких страв. Вони не лише прикрашають продукцію, але й створюють потужний естетичний фон, який притягує увагу споживачів.

Зазвичай стандартні посипки, такі як різнобарвні стружки чи цукрові кульки, продаються у період свят присвячених вербній неділі та Пасці. Ось чому українські підприємства, які традиційно випускають тільки стандартні посипки, зустрічаються з сезонним просіданням продажів у період завершення великоднього сезону.

З цього приводу, перспективним рішенням стає диверсифікація асортименту та запуск лінійки тематичних кондитерських посипок. Потреба у такій продукції наростає, оскільки сучасні споживачі ставлять усе більший наголос на сезонність, тематичний дизайн та трендові продукти.

Аналіз ринку кондитерських добавок та декору показує стрімке зростання попиту, обумовленого рядом факторів. Збільшення святкових традицій, зокрема уваги до оформлення страв до свят, стимулює попит на тематичні посипки та декор. Ринок також прийняв додаткові сезонні свята, як-от Хеловін, День святого Валентина та Новий рік, що підвищує потребу в різноманітних декоративних рішеннях. Популяризація кондитерських трендів через блоги та соціальні мережі сприяє поширенню креативних ідей прикрашання десертів, що також зумовлює збільшення попиту на оригінальні та естетичні рішення. Крім того, зростання ринку домашньої випічки в умовах популяризації кулінарних хобі підсилює потребу в різноманітних добавках та декорі для десертів.

Тематичні кондитерські посипки мають низку переваг, які роблять їх виробництво актуальним та вигідним.

По-перше, вони відповідають сезонному попиту, оскільки асортимент змінюється відповідно до календаря свят, що забезпечує стабільний інтерес споживачів протягом усього року.

По-друге, впровадження такої продукції підвищує конкурентоспроможність підприємства завдяки інноваційному підходу та можливості зайняти нову нішу на ринку.

По-третє, тематичні посипки сприяють розширенню цільової аудиторії, оскільки вони цікаві не лише професійним кондитерам та пекарям, а й аматорам домашньої випічки.

Окрім цього, святкова продукція має вищу додану вартість, що дозволяє підприємству отримувати більші прибутки завдяки підвищеній націнці. Нарешті, якісна та різноманітна продукція сприятиме формуванню довгострокової лояльності клієнтів, які повертатимуться за новими пропозиціями до кожного сезону.

Для прикладу розширити асортимент МПП Фірма«Ямуна» можна за рахунок таких видів посипок:

1. Новорічні посипки можуть надати особливої атмосфери та святкового вигляду десертам. Вони виконуються в різних формах і кольорах, що дозволяє створити унікальне оформлення для кожного випічки. Серед таких посипок часто можна зустріти зірочки та сніжинки, виконані в білому або сріблястому кольорі, що нагадують засніжену зиму. Дзвіночки та ялинкові кульки, яскравих червоного, зеленого, золотого і срібного кольорів, символізують новорічні іграшки на ялинці. Сніжинки з цукрової пудри створюють ефект морозної глазури, а перлини та блискітки додають блиску і саява десертам. Маленькі ялиночки, які переносять у атмосферу затишного лісу та ін. (рис. 3.4.).

2. Посипки до дня Валентина у формі сердець, троянд та амурчиків можуть додати святкового вигляду та романтики до десертів, особливо в день святого Валентина. Ці посипки виготовляються з різних матеріалів і можуть мати різні кольори, що дозволяє створювати унікальні та привабливі десерти.



Рисунок 3.4. – Приклади новорічної посипки

Серця символізують любов і є центральним мотивом для Дня Валентина. Амурчики додають святкового настрою і створюють відчуття романтичної атмосфери (рис.3.5.).



Рисунок 3.5. – Приклади посипки до Дня Валентина

3. Хеловінська лінія посипок може додати містичної та святкової атмосфери до десертів. Вони виконуються в різних формах і кольорах, що дозволяє створити оригінальне оформлення для кожного десерту. Хеловінські посипки можуть включати оранжеві та чорні кольори, символізуючи сезон осені та свято Хеловін. Малі силуети гарбузів, павучків, летючих мишей і привидів виглядають дуже ефектно на торті чи печиві, створюючи відчуття загадковості та страху. Темні блискітки та штрихи додають трохи магії до випічки, надаючи їй святкового вигляду (рис.3.6.).



Рисунок 3.6. – Приклади новорічної посипки

Отже, диверсифікація діяльності МПП Фірма«Ямуна» за рахунок розширення асортименту посипок дозволить досягнути більш стабільного

попиту та знизити залежність від сезонності (раніше основні обсяги продавались у період перед Пасхою). Отже проведемо оцінку такого заходу.

Планові витрати на реалізацію проекту з аналізом ринків, відбором постачальників, запуском виробництва складуть 530 тис. грн..

Виходячи з аналізу ринку, очікуваний попит на тематичні посипки зростатиме на 20-30% щороку. Прогнозований обсяг продажів на перший рік – 50 тис. одиниць продукції з середньою ціною 50 грн за упаковку.

Розрахуємо чистий дохід від реалізації посипки за рік.

$$\text{ЧД} = 50 * 50 = 2500 \text{ (тис. грн.)}$$

Отже, за рік підприємство отримує 2500 тис. грн. чистого доходу від продажу тематичної посипки.

Розрахуємо валовий прибуток від продажу посипки, виходячи з того що вигода буде становити 40% від реалізаційної ціни:

$$\text{ВП} = 2500 * 0,4 = 1000 \text{ (тис. грн.)}$$

Отже, за рік підприємство отримає 1 млн.грн.. валового прибутку від реалізації тематичної посипки.

Розрахуємо чистий прибуток від реалізації заходу вирахувавши витрати із отриманого валового прибутку:

$$\text{ЧП} = 1000 - 530 = 470 \text{ (тис. грн.)}$$

Отже, в результаті реалізації заходу з впровадження у виробництво тематичної кондитерської посипки підприємство отримає 470 тис. грн.. чистого прибутку та диверсифікує свою діяльність що дозволить покращити її ефективність.

3.3. Диверсифікація діяльності підприємства, за рахунок виробництва приправ без солі та цукру

В останні роки, завдяки зусиллям масової інформації та популяризації здорового харчування через соціальні мережі та блогерів, люди звертають більше уваги на склад продуктів, які вони споживають. Вони шукають продукти, що не містять додаткових солі та цукру, включаючи приправи. Тому виробництво таких приправ стає особливо актуальним для задоволення нових потреб споживачів, які прагнуть контролювати своє харчування і знизити ризики серцево-судинних захворювань та діабету.

Популярність здорового способу життя зростає, і багато людей в містах обирають альтернативи традиційним продуктам, що містять натрій та цукор. Виробництво приправ без солі та цукру дозволяє зберегти смак, роблячи їх доступними для тих, хто хоче зменшити споживання натрію та вуглеводів. Це важливо, оскільки в даний час на ринку є великий попит на продукти, які не тільки смачні, але й корисні для здоров'я. Таким чином, виробники приправ без солі мають можливість зайняти нішу на швидко зростаючому ринку здорових продуктів, що забезпечує стабільний попит і прибутки.

Розширення асортименту спецій і можливість створення унікальних поєднань для різних страв дають змогу задовольнити потреби споживачів, які хочуть експериментувати з гастрономією, але при цьому дотримуватися обмежень щодо солі та цукру. Це також приваблює широке коло споживачів, включаючи гурманів і тих, хто дотримується дієтичних обмежень. Таким чином, виробництво приправ без солі та цукру дозволяє задовольнити потреби не лише тих, хто слідує певним дієтичним напрямкам, але й любителів здорового харчування загалом.

Отже, реалізація такого заходу з диверсифікації асортименту спецій приправами без солі та цукру для МПП Фірма«Ямуна» є актуальною. Однак для її реалізації необхідно буде зробити додаткові вкладення на розробку упаковки та маркетинг.

Розробка упаковки та маркетинг є ключовими аспектами успіху при запуску продукту на ринку. Оскільки продукт буде позиціонуватися на здоровому ринку, важливо забезпечити, щоб упаковка була не лише привабливою для споживачів, але й екологічно чистою та безпечною для використання. Тому орієнтовні витрати на упаковку можна оцінити в від 100 тис.грн., що дозволить створити якісну, привабливу та функціональну упаковку, яка відповідає стандартам здорового харчування.

Окрім того підприємству необхідно буде витрати 150 тис. грн. на розробку маркетингової стратегії, створення привабливих рекламних матеріалів, а також інвестиції в рекламу для забезпечення високої видимості продукту серед цільової аудиторії. Такий підхід дозволить не лише заявити про себе на ринку, але й привернути увагу до продукту, підвищивши його популярність серед споживачів, що дотримуються здорового способу життя.

Отже, сумарні витрати на реалізацію заходу впровадження виробництва приправ без солі та цукру будуть становити 250 тис. грн.

Розрахуємо чистий дохід від реалізації заходу з виробництва приправ без солі та цукру виходячи з прогнозів ринку 60 тис. упаковок за рік по ціні 30 грн.

$$\text{ЧД}=60*30=1800 \text{ (тис. грн.)}$$

Отже, за рік підприємство отримує 1800 тис. грн. чистого доходу від продажу приправ без солі та цукру.

Розрахуємо валовий прибуток від продажу приправ без солі та цукру, виходячи з того що вигода буде становити 20% від реалізаційної ціни:

$$\text{ВП}=1800*0,2=360 \text{ (тис. грн.)}$$

Отже, за рік підприємство отримає 360 тис.грн. валового прибутку від реалізації приправ без солі та цукру.

Розрахуємо чистий прибуток від реалізації заходу приправ без солі та цукру вирахувавши витрати із отриманого валового прибутку:

$$\text{ЧП} = 360 - 250 = 110 \text{ (тис. грн.)}$$

Отже, в результаті реалізації заходу з впровадження у виробництво приправ без солі та цукру підприємство в перший рік отримає 110 тис. грн.. чистого прибутку та диверсифікує свою діяльність що дозволить покращити її ефективність.

3.4. Влив запропонованих заходів на ефективність діяльності підприємства

На основі проведених розрахунків у попередніх пунктах третього розділу можемо визначити вплив від реалізації кожного заходу на показники ефективності діяльності підприємства МПП Фірма«Ямуна» (табл.3.2.).

Отже, перший захід: диверсифікація діяльності підприємства за рахунок виробництва фріпсів дозволить досягнути збільшення виручки на 2555,0 тис. грн., собівартість зросте – на 1277,5 тис. грн., а валовий прибуток відповідно – на 1277,5 тис. грн. При витратах на проект 515 тис. грн., підприємство отримає 762,5 тис. грн. чистого прибутку, щодозволить збільшити рентабельність на 0,19%, а отже захід є доцільним адже підвищує ефективність діяльності підприємства.

Другий захід: диверсифікація діяльності підприємства за рахунок розширення асортименту посипок ТМ Merezhko дозволить досягнути збільшення виручки на 2500,0 тис. грн., собівартість зросте – на 1500 тис. грн., а валовий прибуток відповідно – на 1000 тис. грн. При витратах на проект 530 тис. грн., підприємство отримає 470 тис. грн. чистого прибутку, щодозволить збільшити рентабельність на 0,10%, а отже захід є доцільним адже підвищує ефективність діяльності підприємства.

Таблиця 3.2 - Оцінка впливу заходів на показники ефективності діяльності підприємства МПП Фірма«Ямуна»

Показники	Значення показника		Оцінка впливу	
	до впровадження	Після впровадження	абс.	%
Диверсифікація діяльності підприємства за рахунок виробництва фріпсів				
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (послуги)	339490,10	342045,10	2555,00	100,75
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	272950,30	274227,80	1277,50	100,47
Валовий прибуток (збиток)	66539,80	67817,30	1277,50	101,92
Витрати на реалізацію заходу	0,00	515,00	515,00	#ДЕЛ/0 !
Чистий прибуток	15116,60	15879,10	762,50	105,04
Рентабельність діяльності	4,45	4,64	0,19	104,26
Диверсифікація діяльності підприємства за рахунок розширення асортименту посипок ТМ Merezhko				
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (послуги)	339490,10	341990,10	2500,00	100,74
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	272950,30	274450,30	1500,00	100,55
Валовий прибуток (збиток)	66539,80	67539,80	1000,00	101,50
Витрати на реалізацію заходу	0,00	530,00	530,00	#ДЕЛ/0 !
Чистий прибуток	15116,60	15586,60	470,00	103,11
Рентабельність діяльності	4,45	4,56	0,10	102,36
Диверсифікація діяльності підприємства, за рахунок виробництва приправ без солі та цукру				
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (послуги)	339490,10	341290,10	1800,00	100,53
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	272950,30	274390,30	1440,00	100,53
Валовий прибуток (збиток)	66539,80	66899,80	360,00	100,54
Витрати на реалізацію заходу	0,00	250,00	250,00	#ДЕЛ/0 !
Чистий прибуток	15116,60	15226,60	110,00	100,73
Рентабельність діяльності	4,45	4,46	0,01	100,20

Третій захід: Диверсифікація діяльності підприємства, за рахунок виробництва приправ без солі та цукру дозволить досягнути збільшення

виручки на 1800,0 тис. грн., собівартість зростає – на 1440 тис. грн., а валовий прибуток відповідно – на 360 тис. грн. При витратах на проект 250 тис. грн., підприємство отримає 110 тис. грн. чистого прибутку, що дозволить збільшити рентабельність на 0,01%, а отже захід є доцільним адже підвищує ефективність діяльності підприємства.

Висновки до розділу 3

Впровадження виробництва фруктових чіпсів на підприємстві МПП «Ямуна» є актуальним рішенням, яке відповідає сучасним викликам, таким як перебої з електропостачанням та потреба в продуктах тривалого зберігання. Завдяки простому процесу виготовлення, високій харчовій цінності та відсутності додавання цукру чи консервантів, фруктові чіпси можуть стати цінним продуктом для здорового харчування. Інвестиції в обладнання та початкові витрати є виправданими, адже вони дозволять підприємству не тільки диверсифікувати свою діяльність, але й підвищити прибутковість завдяки рентабельному виробництву.

Впровадження тематичних кондитерських посипок також є перспективним кроком для МПП Фірма «Ямуна», оскільки це дозволяє диверсифікувати асортимент та знизити залежність від сезонних продажів, які фокусуються на Великодньому періоді. Розширення продуктового асортименту відповідає зростаючому попиту на тематичні декорації, стимульованому збільшенням святкових подій та популяризацією кулінарних трендів. Оперативне впровадження нових продуктів може привести до стабільного попиту та суттєвого збільшення прибутків завдяки вищій доданій вартості святкової продукції.

Реалізація заходу з виробництва приправ без солі та цукру є перспективним кроком для МПП Фірма «Ямуна», що дозволить диверсифікувати діяльність та підвищити її ефективність. Враховуючи зростаючий попит на здорові продукти та актуальність таких приправ для

споживачів, орієнтованих на здоровий спосіб життя, проект має високу ринкову доцільність. Фінансові розрахунки демонструють, що за перший рік очікується отримання чистого доходу в розмірі 1,8 млн грн, валового прибутку — 360 тис. грн, і чистого прибутку після вирахування витрат на маркетинг та розробку упаковки — 110 тис. грн. Таким чином, виробництво приправ без солі та цукру є економічно обґрунтованим і забезпечує підприємству можливість розширити асортимент, зайняти нову нішу на ринку здорового харчування, зміцнити конкурентні позиції та створити платформу для подальшого розвитку.

Отже, перший захід: диверсифікація діяльності підприємства за рахунок виробництва фріпсів дозволить досягнути збільшення виручки на 2555,0 тис. грн., собівартість зросте – на 1277,5 тис. грн., а валовий прибуток відповідно – на 1277,5 тис. грн. При витратах на проект 515 тис. грн., підприємство отримає 762,5 тис. грн. чистого прибутку, що дозволить збільшити рентабельність на 0,19%.

Другий захід: диверсифікація діяльності підприємства за рахунок розширення асортименту посипок ТМ Merezhko дозволить досягнути збільшення виручки на 2500,0 тис. грн., собівартість зросте – на 1500 тис. грн., а валовий прибуток відповідно – на 1000 тис. грн. При витратах на проект 530 тис. грн., підприємство отримає 470 тис. грн. чистого прибутку, що дозволить збільшити рентабельність на 0,10%.

Третій захід: Диверсифікація діяльності підприємства, за рахунок виробництва приправ без солі та цукру дозволить досягнути збільшення виручки на 1800,0 тис. грн., собівартість зросте – на 1440 тис. грн., а валовий прибуток відповідно – на 360 тис. грн. При витратах на проект 250 тис. грн., підприємство отримає 110 тис. грн. чистого прибутку, що дозволить збільшити рентабельність на 0,01%.

А отже всі заходи є доцільним адже підвищує ефективність діяльності підприємства.

ВИСНОВКИ

Широкий діапазон трактувань поняття «ефективність» дозволяє кожному суб'єкту господарювання ринкової економіки самостійно оцінювати, виходячи з власних потреб, ефективність власної діяльності чи окремих бізнес-процесів, визначати динаміку, фактори впливу, тенденції розвитку та систему показників для визначення масштабу досягнутого ефекту. Це призводить до формування нових ідей, підходів і методів, особливостей розвитку систем управління бізнесом та їх структурних елементів залежно від їх стадії розвитку, сфери діяльності та впливу різноманітних зовнішніх і внутрішніх факторів.

Оскільки діяльність будь-якої організації має мету і спрямована на досягнення певного результату, процес отримання якого супроводжується витратами, питання про співвідношення витрат і результатів є надзвичайно важливим і досі актуальним. А отримані результати діяльності характеризуються поняттям ефективності.

Економічна ефективність діяльності підприємства є багатограним показником, що залежить від співвідношення використаних ресурсів і отриманих результатів. Вона формується під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, таких як рівень техніки, технологій, організація праці, а також макроекономічні умови (зміна валютного курсу, вартість енергоносіїв, доступ до інвестицій).

Зміна структури витрат часто впливає на загальну ефективність: зменшення витрат на працю може призводити до зростання технологічних витрат, що короткостроково знижує фондівіддачу. При цьому вимірювання ефективності залежить від обраного методу: ринкового, дохідного чи витратного підходу. Кожен із них має свої переваги і недоліки, що слід враховувати при оцінці результативності діяльності підприємства.

Таким чином, підприємства повинні оптимізувати використання ресурсів, застосовувати інновації та враховувати ринкові реалії для

підвищення своєї конкурентоспроможності, прибутковості та стійкості в умовах обмеженості ресурсів і мінливого зовнішнього середовища.

Отже, диверсифікація виробництва може бути ефективним способом збільшення прибутковості суб'єкта господарювання і підвищення його конкурентоспроможності.

Протягом дослідження було визначено, що для підприємств, що працюють в умовах високого економічного тиску, дуже важливо мати гнучку стратегію та готовність до швидкого реагування на зміни в економічному та політичному середовищі. Диверсифікація виробництва може стати ефективним рішенням для забезпечення стабільності та розвитку, зокрема в сучасних умовах економічного спаду.

Також вдалося встановити важливість правильного вибору стратегії диверсифікації для підприємства, що залежить від ринкових умов, фінансових можливостей підприємства, його технічних можливостей та ресурсів. У статті було розглянуто не лише теоретичні засади диверсифікації виробництва, а й практичні приклади.

З огляду на результати проведеного дослідження, більш глибоке вивчення сучасних прикладів диверсифікації виробництва вітчизняних підприємств та формування на їх основі механізму диверсифікації виробництва в умовах війни з метою пошуку нових шляхів підвищення прибутковості суб'єктів господарювання та забезпечення їх фінансової стійкості, є перспективами майбутніх наукових досліджень у даному напрямі.

МПП фірма «Ямуна» є успішним та динамічно зростаючим підприємством, яке спеціалізується на фасуванні та оптовій торгівлі спеціями, приправами, кондитерськими добавками та іншими харчовими продуктами. Підприємство має значний досвід роботи на ринку, адже було засноване у 1999 році, а за більш ніж два десятиліття успішної діяльності закріпило свої позиції як на внутрішньому ринку України, так і на ринках ближнього зарубіжжя.

Підприємство має три стратегічно розташовані виробничі локації у межах одного району, що забезпечує ефективну логістику та зниження витрат на транспортування сировини і готової продукції. Загальна площа виробничих та складських приміщень становить 5200 м². Постійні інвестиції у виробничі приміщення (2003, 2012, 2018 роки) свідчать про орієнтацію на довгостроковий розвиток та модернізацію інфраструктури.

Асортимент компанії є вкрай різноманітним і нараховує понад 400 найменувань товарів, включаючи спеції, приправи, кондитерську посипку, желе на рослинній основі, дієтичні хлібці тощо. Постійне оновлення продуктового портфеля та впровадження нових номенклатурних позицій (10 на рік) забезпечують задоволення потреб сучасного споживача. Зокрема, останніми роками додано приправи для барбекю, приправи для випічки, нові смаки гарячого шоколаду та інноваційний продукт – желе без желатину.

Головними конкурентами фірми є ТМ «Приправка», ТМ «Еко», ТМ «Мрія», ТМ «Любисток» та інші. Серед ключових переваг «Ямуни» можна відзначити широкий асортимент, конкурентну цінову політику та можливість закупівлі сировини напряду у закордонних трейдерів. Це дозволяє знижувати собівартість продукції та підтримувати високий рівень конкурентоспроможності.

Аналіз техніко-економічних показників свідчить про стійке зростання обсягів виробництва та реалізації продукції. Зокрема, обсяг реалізованої продукції зріс з 171,6 млн грн у 2020 році до 339,4 млн грн у 2023 році, що демонструє позитивний темп росту, особливо у 2021-2022 роках (150,78%), і свідчить про ефективну діяльність підприємства МПП фірми «Ямуна» у аналізованому періоді.

У структурі обсягів продажів щорічно переважають спеції та приправи з обсягом 174484,8 тис. грн.. та часткою у 55% у 2022 році та 186719,6 тис.грн. та часткою у 60%.

Показник фондівддачі має тенденцію до щорічного зростання майже протягом усього аналізованого періоду, включно до 2022 року в якому

досягає найвищого значення 6,59 грн/грн., однак у 2023 році показник набуває тенденції до незначного скорочення, що є негативним і свідчить про зниження обсягів виробництва в розрахунку на 1 грн продукції

Коефіцієнт оборотності зріс з 1,63 обертів у 2020 році до 1,92 обертів у 2022 році. Це підтверджується й динамікою тривалості одного обороту, яка скоротилася з 224,22 днів у 2020 році до 190,15 днів у 2022 році. Проте у 2023 році середньорічні залишки оборотних коштів збільшилися швидше, ніж обсяги реалізації, що призвело до зниження оборотності. У результаті коефіцієнт завантаження оборотних засобів, який демонстрував позитивну тенденцію у 2021-2022 роках, зріс у 2023 році, вказуючи на зниження ефективності використання оборотних активів. Узагальнюючи наведені тенденції, можемо стверджувати оборотні активи підприємства МПП фірми «Ямуна» використовуються ефективно, хоч у звітному році їх ефективність використання дещо знизилася.

Можна відзначити щорічне скорочення чисельності працівників починаючи з 2021 року. Основними причинами такого зменшення є наслідки війни, оскільки частина працівників вимушено виїхала за кордон, а значна кількість чоловічого персоналу була мобілізована для служби у Збройних Силах України.

У 2021 та 2022 роках коефіцієнт випередження мав позитивну динаміку до зростання та перевищував нормативне значення, а отже темпи зростання продуктивності перевищували, темпи зростання заробітної плати. Однак у 2023 році показник скоротився та становив 0,69, що менше за нормативну одиницю. І хоч такі зміни і свідчать про недоцільне збільшення заробітної плати порівняно з нарощуванням потужності, однак у цьому періоді відбулось законодавче підняття розміру мінімальної заробітної плати, тому підприємство було зобов'язане збільшити її.

У результаті аналізу ліквідності та фінансової стійкості можна відзначити, що підприємство має задовільний рівень ліквідності, про що свідчать позитивні значення коефіцієнтів покриття та швидкої ліквідності.

Однак зростання коефіцієнта фінансової залежності та зниження коефіцієнта автономії вказують на підвищену залежність від позикового капіталу, що негативно впливає на фінансову стійкість підприємства. Підприємству необхідно вжити заходів для зменшення боргового навантаження та підвищення рівня власного капіталу, що сприятиме зміцненню його фінансової стійкості в довгостроковій перспективі. Однак оцінка ймовірності банкрутства підприємства МПП фірми «Ямуна» низька.

Загалом підприємство демонструє позитивну динаміку, що свідчить про поступове підвищення ефективності діяльності та раціональне використання наявних ресурсів.

Впровадження виробництва фруктових чіпсів на підприємстві МПП «Ямуна» є актуальним рішенням, яке відповідає сучасним викликам, таким як перебої з електропостачанням та потреба в продуктах тривалого зберігання. Завдяки простому процесу виготовлення, високій харчовій цінності та відсутності додавання цукру чи консервантів, фруктові чіпси можуть стати цінним продуктом для здорового харчування. Інвестиції в обладнання та початкові витрати є виправданими, адже вони дозволять підприємству не тільки диверсифікувати свою діяльність, але й підвищити прибутковість завдяки рентабельному виробництву.

Впровадження тематичних кондитерських посипок також є перспективним кроком для МПП Фірма «Ямуна», оскільки це дозволяє диверсифікувати асортимент та знизити залежність від сезонних продажів, які фокусуються на Великодньому періоді. Розширення продуктового асортименту відповідає зростаючому попиту на тематичні декорації, стимульованому збільшенням святкових подій та популяризацією кулінарних трендів. Оперативне впровадження нових продуктів може привести до стабільного попиту та суттєвого збільшення прибутків завдяки вищій доданій вартості святкової продукції.

Реалізація заходу з виробництва приправ без солі та цукру є перспективним кроком для МПП Фірма «Ямуна», що дозволить

диверсифікувати діяльність та підвищити її ефективність. Враховуючи зростаючий попит на здорові продукти та актуальність таких приправ для споживачів, орієнтованих на здоровий спосіб життя, проект має високу ринкову доцільність. Фінансові розрахунки демонструють, що за перший рік очікується отримання чистого доходу в розмірі 1,8 млн грн, валового прибутку — 360 тис. грн, і чистого прибутку після вирахування витрат на маркетинг та розробку упаковки — 110 тис. грн. Таким чином, виробництво приправ без солі та цукру є економічно обґрунтованим і забезпечує підприємству можливість розширити асортимент, зайняти нову нішу на ринку здорового харчування, зміцнити конкурентні позиції та створити платформу для подальшого розвитку.

Отже, перший захід: диверсифікація діяльності підприємства за рахунок виробництва фріпсів дозволить досягнути збільшення виручки на 2555,0 тис. грн., собівартість зросте – на 1277,5 тис. грн., а валовий прибуток відповідно – на 1277,5 тис. грн. При витратах на проект 515 тис. грн., підприємство отримає 762,5 тис. грн. чистого прибутку, що дозволить збільшити рентабельність на 0,19%.

Другий захід: диверсифікація діяльності підприємства за рахунок розширення асортименту посипок ТМ Merezhko дозволить досягнути збільшення виручки на 2500,0 тис. грн., собівартість зросте – на 1500 тис. грн., а валовий прибуток відповідно – на 1000 тис. грн. При витратах на проект 530 тис. грн., підприємство отримає 470 тис. грн. чистого прибутку, що дозволить збільшити рентабельність на 0,10%.

Третій захід: Диверсифікація діяльності підприємства, за рахунок виробництва приправ без солі та цукру дозволить досягнути збільшення виручки на 1800,0 тис. грн., собівартість зросте – на 1440 тис. грн., а валовий прибуток відповідно – на 360 тис. грн. При витратах на проект 250 тис. грн., підприємство отримає 110 тис. грн. чистого прибутку, що дозволить збільшити рентабельність на 0,01%. А отже всі заходи є доцільним адже підвищує ефективність діяльності підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Berry, C.H. (1971), "Corporate growth and diversification", Journal of Law and Economics, vol. 14, no. 2, pp. 371-383.
2. Forbes Ukraine. Втримати гіганта. Як найбільший агрохолдинг України зміг вижити під час війни. Інтерв'ю з CEO Kernel Євгеном Осиповим. 2022.
3. Gort, M. (1962), Diversification and Integration in American, Princeton University Press, Princeton, New Jersey, USA.
4. Kotler, Ph. and Armstrong, G. (2011), Principles of Marketing, Pearson Education, URL: <https://nit-edu.org/wp-content/uploads/2021/09/Principles-of-Marketing-Kotler-Armstrong.pdf> (дата звернення: 12.12.2024).
5. Ачкасова Л. М. Система управління ефективністю діяльності підприємства. Економіка транспортного комплексу. 2023. Вип. 41. С. 5-17. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ektk_2023_41_3
6. Баран Р. Я. Оцінка ефективності безпекового управління ресурсами інноваційно орієнтованих підприємств індустрії гостинності в контексті посилення стимулюючого маркетингу та зовнішньоекономічної діяльності. Інвестиції: практика та досвід. 2024. № 10. С. 19-24.
7. Батракова Т. І. Сутність поняття «економічна ефективність» діяльності підприємства в ринкових умовах. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2015. № 1 (69), ч. 1. С. 172-178.
8. Беленкова О. Ю. Алгоритм управління диверсифікацією діяльності підприємства. Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин. 2021. Вип. 47(2). С. 132-144. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/shpebfrv_2021_47\(2\)__15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/shpebfrv_2021_47(2)__15)
9. Богуславський Є.І., Черниченко А.О. Вибір оптимального методу диверсифікації підприємств. Ефективна економіка. № 10, 2013. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2424> (дата звернення: 12.12.2024)

10. Братанич М.В., Полозова Т.В. Визначення сутності економічної ефективності та класифікація її видів. Економіка промисловості. 2010. № 4. С. 153-155

11. Вдовенко Н. М. Управлінські засади моделювання державних пріоритетів в інноваційній економіці: диверсифікація підприємницької діяльності та адаптування ринку. Економіка та держава. 2021. № 9. С. 19-23. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2021_9_5

12. Воробйова Л. Д. Підвищення ефективності діяльності машинобудівного підприємства та визначення показників ефективності. Ефективна економіка. 2024. № 2. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2024_2_19

13. Гарматюк О. В. Методичні підходи до оцінювання ефективності збутової діяльності підприємств. Економічний простір. 2024. № 190. С. 3-7. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2024_190_3

14. Глушко А. Д. Управління ефективністю операційною діяльністю підприємства в аспекті забезпечення фінансово-економічної безпеки. Економічний простір. 2023. № 184. С. 143-147. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2023_184_27

15. Говорушко Т.А. Ефективність як економічна категорія. Наукові праці НУХТ. 2007. № 20. С. 74–76.

16. Горин В. П. Соціальне підприємництво як інструмент диверсифікації фінансування соціальної політики. Агросвіт. 2021. № 15. С. 29-35. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2021_15_6

17. Гривківська О. В. Визначення впливу інвестиційної діяльності на ефективність функціонування аграрних підприємств як економічних систем. Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. 2023. Т. 28, Вип. 2. С. 54-58. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2023_28_2_13

18. Гривківська О. В. Методичний підхід до визначення ризикостійкості підприємства у забезпеченні ефективної діяльності

підприємства в умовах невизначеності. Економіка і управління. 2023. № 1. С. 22-27. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econupr_2023_1_5

19. Гуцаленко Л. Напрями діджиталізації аудиту безперервності діяльності підприємств – передумова підвищення його ефективності. Вісник економіки. 2024. Вип. 2. С. 92-105. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu_2024_2_9

20. Давиденко Н. М. Оцінювання ефективності корпоративного управління акціонерними товариствами / Н. М. Давиденко // Вісник Львівської комерційної академії. Серія: Економічна. – 2011. – Вип. 35. – С. 108–111.

21. Далик В. П. Забезпечення ефективності діяльності підприємства. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія : Економічні науки. 2023. № 10(1). С. 73-85. ULR: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2023_10\(1\)_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2023_10(1)_10)

22. Данилович О. Т. Методичні засади оцінювання ефективності інфраструктурного забезпечення інноваційної діяльності підприємств. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія : Економічні науки. 2023. № 5(1). С. 36-41. ULR: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2023_5\(1\)_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2023_5(1)_6)

23. Дергачова Г. М. Роль управлінських факторів в концепції стратегії диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Науковий погляд: економіка та управління. 2022. № 4. С. 54-62. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamsue_2022_4_10

24. Дивнич О. Д. Диверсифікація виробничої діяльності аграрних підприємств рослинницького напрямку в Україні. Інфраструктура ринку. 2022. Вип. 69. С. 38-43. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ifrctr_2022_69_9

25. Дмитренко Д. М. Формування системи інформаційного забезпечення підтримки рішень у діагностиці ефективності управління фінансово-господарською діяльністю підприємства. Економіка. Фінанси. Право. 2023. № 7. С. 31-36.

26. Забедюк М.С. Стратегія диверсифікації як шлях підвищення ефективності діяльності підприємства. Економічний форум. 1 (2), 2020. С. 91–92.

27. Згурська О. М. Концептуальна характеристика категоріального апарату "диверсифікація діяльності підприємства. Економіка та держава. 2021. № 5. С. 22-27. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2021_5_6

28. Згурська О. М. Організаційно-економічний механізм управління підприємством в умовах імплементації стратегій диверсифікації діяльності. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2021. № 4. С. 42-49. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2021_4_9

29. Згурська О.М. Диверсифікація як метод підвищення економічної ефективності підприємства. Інвестиції: практика та досвід. № 13, 2018. С. 17.

30. Касянчук Ю. А. Організаційно-економічний механізм підвищення ефективності діяльності промислового підприємства (на прикладі ПАТ «Завод «МАЯК»). Київ, 2018. ULR: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/25060/1/Kosjanchuk_magistr.pdf (дата звернення 12.12.2024)

31. Кириченко С. О. Диверсифікація виробництва як спосіб збільшення прибутковості підприємств у сучасних умовах. Ефективна економіка. 2023. № 5. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2023_5_55 (дата звернення 12.12.2024)

32. Козик В. В. Диверсифікація як метод забезпечення стабільного розвитку підприємства. Бізнес Інформ. 2024. № 2. С. 153-159.

33. Костирко Л. А. Методичне забезпечення аналізу ефективності інвестиційної діяльності підприємств. Економіка. Фінанси. Право. 2024. № 2. С. 31-37.

34. Кравченко М. С. Економічні детермінанти стратегічного управління інтеграційними та диверсифікаційними процесами корпоративних підприємств. Управління економікою: теорія та практика. 2023. 2023. С. 105-118. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ue_2023_2023_10

35. Кубай О. Г. Диверсифікація діяльності як фактор збалансованого розвитку аграрних підприємств. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 21. С. 85-92. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2021_21_15
36. Курдиш Р. Ф. Методологічні особливості оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємств. Формування ринкових відносин в Україні. 2024. № 6. С. 49-57. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2024_6_9
37. Кучеренко О. І. Науково-прикладні компоненти формування стратегії інституційно-орієнтованої диверсифікації діяльності будівельних підприємств. Управління розвитком складних систем. 2021. Вип. 47. С. 109-118. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Urss_2021_47_16
38. Лагодієнко В. В. Теоретичне обґрунтування оцінювання ефективності диверсифікації виробництва аграрного підприємства. Innovation and Sustainability. 2022. Iss. 2. С. 100-106. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/innsus_2022_2_13
39. Лерніченко К. В. Підвищення ефективності підприємницької діяльності круїзних компаній шляхом розширення каналів залучення туристів. Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. 2024. Вип. 1. С. 131-146. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rmegt_2024_1_12
40. Лупак Р. Л. Теоретичний базис управління забезпеченням економічної ефективності діяльності підприємства на засадах інноваційного розвитку. Проблеми економіки. 2024. № 1. С. 64-69.
41. Мадрига Г. М. Теоретичні підходи до аналізу факторів впливу на ефективність діяльності малих підприємств. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2012. Вип. 739 : Менеджмент. С. 16–21.
42. Мангушев Д. В. Маркетинговий консалтинг як засіб ефективної діяльності підприємств. Бізнес Інформ. 2023. № 5. С. 257-262. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2023_5_36

43. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. / А. О. Старостіна, Н. П. Гончарова, Є. В. Крикавський та ін.; за ред. А. О. Старостіної. Київ: Знання, 2009. 1070 с.

44. Міньковська А. В. Теоретичні аспекти інноваційного менеджменту в підвищенні ефективності діяльності аграрного підприємства. Бізнес Інформ. 2023. № 8. С. 295-300. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2023_8_37

45. Місько Г. А. Сутність поняття результативність та ефективність в менеджменті. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2020. №3-4 (276-277). С. 97-102.

46. Навольська Н.В. Оцінювання та забезпечення економічної ефективності діяльності підприємств: дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. Тернопіль, 2006. 191 с.

47. Нетребя І. О. Застосування індикаторів ефективності діяльності в системі діагностики кризового стану торговельного підприємства. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія : Економічні науки. 2023. № 3. С. 146-151. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2023_3_20

48. Нетудихата К. Л. Оцінка та шляхи удосконалення процесу управління ефективністю операційної діяльності підприємства. Ефективна економіка. 2023. № 2. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2023_2_51

49. Омелянович О. Р. Обґрунтування стратегій диверсифікації діяльності автотранспортного підприємства та їх експериментальна перевірка. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія : Економічні науки. 2021. № 12(2). С. 30-36. ULR: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2021_12\(2\)__6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2021_12(2)__6)

50. Орленко О. М. Перспективні напрями диверсифікації діяльності підприємств олійно-жирового сектора. Бізнес Інформ. 2021. № 9. С. 164-169. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2021_9_23

51. Перерва П. Г. Комплаєнс-программа промислового підприємства: сущность и задачи. Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24 (1246). С. 153-158

52. Перерва П. Г., Кравчук А. В. Ефективність як економічна категорія. Вісник НТУ «ХПІ». 2018. № 15(1291). С. 137-143.
53. Перерва П. Г., Савенкова О. Н. Анализ финансового состояния предприятия. Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. Харків : НТУ "ХПІ", 2002. № 11-2. С. 118-121.
54. Петченко М. В. Безпекові засади ефективного управління ресурсами інноваційно активних підприємств в системі активізації маркетингової та зовнішньоекономічної діяльності. Інвестиції: практика та досвід. 2024. № 9. С. 87-92.
55. Печко В. С. Школа кількісного економіко-математичного підходу в системі забезпечення ефективності управлінської діяльності підприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2023. № 16. С. 85-89.
56. Пилипчук В. П. Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності промислових підприємств та його ефективність. Маркетинг і цифрові технології. 2023. Т. 7, № 1. С. 140-148 . ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mardigt_2023_7_1_14
57. Погребняк А.Ю., Ліннік І.М. Методичні підходи щодо оцінки ефективності діяльності підприємства. Сучасні проблеми економіки і підприємництва. 2017. Випуск 19. С. 187-192.
58. Покровська Н. М. Теоретичні аспекти управління ефективністю діяльності фармацевтичного підприємства [Електронний ресурс] / Н. М. Покровська, П. І. Щерба. // Ефективна економіка. - 2024. - № 5. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2024_5_99
59. Полінкевич О. М. Центри відповідальності у формуванні ефективної діяльності підприємств зернопродуктового комплексу. Економіка. Фінанси. Право. 2024. № 1. С. 56-60.
60. Попело О. В. Механізм забезпечення ефективного управління маркетингово-логістичною діяльністю підприємств в епоху цифровізації. Інвестиції: практика та досвід. 2023. № 8. С. 48-52.

61. Прохорова В. В. Інструменти цифрової економіки в контексті підвищення ефективності діяльності промислових підприємств. Бізнес Інформ. 2024. № 3. С. 174-182.

62. Рудаченко О. О. Дослідження впливу діяльності суб'єктів підприємництва на показники ефективності країни. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія : Економічні науки. 2023. № 7. С. 141-147. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2023_7_19

63. Савчук В. Релевантна аналітика – визначальний чинник ефективного управління діяльністю підприємства. Вісник економіки. 2023. Вип. 4. С. 104-117. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu_2023_4_9

64. Семененко Ю. С. Максимізація ефективності діяльності підприємства в умовах нестабільного ринку. Ефективна економіка. 2024. № 4. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2024_4_61

65. Серединська В.М., Загородна О.М., Федорович Р.В. Теорія економічного аналізу. Тернопіль: “Укрмедкнига”, 2002. 319 с.

66. Серьогіна Н. В. Підтримка ефективності діяльності будівельних підприємств в нестабільних умовах. Ефективна економіка. 2024. № 2. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2024_2_77

67. Сітковська А. О. Вплив факторів на ефективність діяльності аграрних підприємств. Агросвіт. 2024. № 2. С. 54-58.

68. Сітковська А. О. Диверсифікація виробництва як напрямок стратегічного розвитку аграрного підприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2024. № 2. С. 111-114.

69. Скоробогатов М.М., Куцерубова О.І. Диверсифікація як один із шляхів підвищення ефективності діяльності підприємств у сучасних умовах. Економічний вісник Донбасу. № 3 (25), 2011. С. 18-20.

70. Станіславик О. В. Проблемні аспекти управління ефективністю експортної діяльності вітчизняних підприємств в умовах військового стану. Економіка. Фінанси. Право. 2023. № 3. С. 16-21.

71. Стренковська А. Ю. Аналіз методичних підходів до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства. Маркетинг і цифрові технології. 2023. Т. 7, № 1. С. 149-157. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mardigt_2023_7_1_15

72. Тульчинська С. О. Вимірювання ефективності операційної діяльності підприємства. Economic synergy. 2023. Iss. 1. С. 20-31. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econsyn_2023_1_4

73. Управління інноваційною діяльністю. Маркетинг: Підручник / Перерва П. Г., Старостіна О. А., Гончарова Н. П., Крикавський Є. В., та ін., за ред. О. А. Старостіної. Київ : Знання, 2009. 1070 с.

74. Устіловська А. С. Основні теоретико-методичні засади визначення ефективності діяльності підприємств. Ефективна економіка. 2024. № 2. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2024_2_23 (дата звернення 12.12.2024)

75. Халатур С. М. Модель вибору ефективної фінансової стратегії діяльності аграрних підприємств. Інвестиції: практика та досвід. 2023. № 21. С. 58-62.

76. Чикуркова А. Д. Теоретичні аспекти розвитку диверсифікації діяльності сільськогосподарських підприємств. Агросвіт. 2021. № 21-22. С. 80-86. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2021_21-22_13

77. Чобіток В. І. Ефективність використання інструментів e-commerce в розвитку маркетингової діяльності підприємств. Бізнес Інформ. 2024. № 2. С. 363-369.

78. Шалева О. І. Можливості диверсифікації діяльності роздрібного торговельного підприємства шляхом створення інтернет-магазину. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки. 2023. № 3. С. 59-68. ULR: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk_2023_3_11

79. Шашина М. В. Вплив соціальних мереж на ефективність збутової діяльності підприємств: порівняльний аналіз. Інвестиції: практика та досвід. 2024. № 13. С. 96-100.

80. Юр'єв В. В. Вплив організаційно-економічних умов діяльності сільськогосподарських підприємств на процес диверсифікації./ В. В. Юр'єв // Причорноморські економічні студії. 2021. Вип. 72(2). С. 36-43. ULR: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2021_72\(2\)__8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2021_72(2)__8)

81. Ярославський А. О. Економічна ефективність діяльності підприємства: теоретичний аспект. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. Випуск 20. Частина 3. С. 174-177.

ДОДАТКИ