

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Сумський державний університет

Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту

Кафедра економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ Олександра КАРІНЦЕВА

_____ 20__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності *051 Економіка*

освітньо-професійної програми Економіка і бізнес

на тему: **Управління ефективністю сучасного підприємства**

Здобувачки групи *ЕН-92/1е* *Матющенко Марина Миколаївна*

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.

Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Марина МАТЮЩЕНКО

Керівник завідувачка кафедри, д.е.н., професор *Олександра КАРІНЦЕВА*

Суми 2023

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА
ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувачка кафедри економіки,
підприємництва
та бізнес-адміністрування
_____ Олександра КАРІНЦЕВА
«___» _____ 20__ р.

**ЗАВДАННЯ
до кваліфікаційної роботи
для здобуття освітнього ступеня «бакалавр»**

Студентки групи *ЕН-92/1e*, 4 курсу ННІ БіЕМ
(найменування інституту)

Спеціальність: 051 «Економіка»

Освітня програма: 6.051.00.06 «Економіка і бізнес»

Матющенко Марина Миколаївна
(прізвище, ім'я, по батькові)

Тема кваліфікаційної роботи: управління ефективністю сучасного підприємства

Затверджена наказом по СумДУ № _____ від «___» _____ 20__ р.

Термін подання здобувачем вищої освіти завершеної кваліфікаційної роботи: до
«___» _____ 20__ р.

Вихідні дані до роботи:

Навчально-методична література, звітність підприємства, нормативні акти,
онлайн-ресурси баз даних та інші інтернет-джерела.

Зміст основної частини кваліфікаційної роботи (перелік питань, що підлягають
розробленню):

1. Дослідити методологічні складові ефективності підприємства, а саме:
 - 1.1. Розібратися з поняттям ефективності та ефективності в управлінні.
 - 1.2. Дослідити вплив та типи ефективності.
 - 1.3. На противагу дослідженого поняття розглянути неефективність.
2. Провести аналіз діяльності McDonald's
3. Виокремити переваги, недоліки, загрози та можливості для McDonald's, тобто створити SWOT-аналіз.
4. Дослідити ефективність використовуючи дані фінансової звітності.

5. Сформувати поради для підвищення ефективності управління підприємством. Перелік ілюстрацій (мають бути представлені під час захисту): Під час захисту представлено дві ілюстрації, перша – це SWOT-аналіз та таблиця з необхідними компонентами для розрахункової частини.

Дата видачі завдання: « ____ » _____ 20 ____ р.

Керівник кваліфікаційної роботи: д.е.н., проф. Олександра КАРІНЦЕВА

Завдання прийняв(ла) до виконання: « ____ » _____ 20 ____ р. _____
підпис студента(ки)

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота містить 48 сторінок основного тексту, 3 розділи, 10 таблиць, 7 рисунків, 4 формули і список використаної літератури із 62 джерел.

В умовах сучасного бізнес-середовища питання забезпечення, підтримки та підвищення ефективності бізнес-операцій набуває особливого значення, адже саме ефективність вимагає зменшення кількості непотрібних ресурсів, що використовуються для виробництва певного обсягу продукції. Це пов'язано з тим, що сучасне бізнес-середовище є складним, неоднорідним, динамічним і непередбачуваним й тільки розумне споживання ресурсів здатне утримати підприємство в умовах сучасного конкурентного середовища.

Метою дослідження є вивчення та аналіз підприємства МакДональдс з метою визначення шляхів підвищення його ефективності в сучасному бізнес-середовищі.

В ході виконання роботи було використано різні методи дослідження, наприклад аналітичний метод при роботі з фінансовою звітністю McDonald's та при створенні SWOT й PEST-аналізів, також був проведений літературний аналіз в поєднанні з дослідженням за допомогою інтернету, тобто вивчення наукових джерел, статей, досліджень та інших документів, що стосуються обраної теми й використання онлайн-ресурсів, баз даних та інші інтернет-джерел для збору інформації та аналізу даних.

Об'єктом дослідження є підприємство МакДональдс.

Предметом дослідження є підвищення ефективності в сучасному бізнес-середовищі.

У першому розділі досліджено методологічні засади ефективності. Розглянуто її визначення з ключовими особливостями та розумінням. Відбувається коротке ознайомлення з її типологією. Також відбувається порівняння ефективності з результативністю. А також, на противагу, розкрито значення неефективності.

У другому розділі виконана діагностика діяльності Макдональдсу. Тут надається аналіз корпорації McDonald's, де відбувається представлення характеристики підприємства в цілому, аналіз її переваг та недоліків, SWOT-аналіз.

У третьому розділі розглянуто питання можливого підвищення ефективності McDonald's, де відбувається розрахунок коефіцієнта ефективності, а також надано рекомендації з підвищення результативності в цілому та ефективності управління підприємства, так окремо покращення за сферами.

Практичне значення роботи полягає у визначенні проблемних моментів та перспектив діяльності МакДональдс.

Наукова новизна полягає у визначенні проблемних аспектів діяльності та надані практичних рекомендацій щодо розвитку діяльності компанії в майбутньому.

Результати дослідження було апробовано на конференції «Economics for ecology», теза «Management of modern enterprise efficiency».

Ключові слова: бізнес, дослідження, ефективність, загрози, управління, можливості, недоліки, переваги, підприємство, покращення, сильні сторони, слабкі сторони.

ANNOTATION

The qualification work consists of 48 pages of main text, 3 chapters, 10 tables, 7 figures, 4 formulas, and a list of references with 62 sources.

In the current business environment, ensuring, supporting, and improving the efficiency of business operations becomes particularly important. Efficiency requires reducing the use of unnecessary resources for producing a certain volume of goods. This is because the modern business environment is complex, heterogeneous, dynamic, and unpredictable, and only rational resource consumption can sustain a company in the modern competitive environment.

The purpose of this research is to study and analyze McDonald's corporation in order to identify ways to improve its efficiency in the modern business environment.

Various research methods were employed, including the analytical method when working with McDonald's financial statements and conducting SWOT and PEST analyses. Additionally, a literature review combined with internet research was conducted, involving the study of scientific sources, articles, research papers, and other relevant documents, as well as utilizing online resources, databases, and other internet sources for information gathering and data analysis.

The object of the research is McDonald's corporation, and the subject of the research is the improvement of efficiency in the modern business environment.

The first chapter examines the methodological foundations of efficiency, including its definition, key characteristics, and understanding. A brief overview of its typology is provided, and a comparison between efficiency and effectiveness is made. The significance of inefficiency is also discussed.

The second chapter performs a diagnosis of McDonald's activities. It includes an analysis of the McDonald's corporation, presenting an overview of the company as a whole, analyzing its strengths and weaknesses, and conducting a SWOT analysis.

The third chapter addresses the issue of possible efficiency improvement for McDonald's. It calculates the efficiency coefficient and provides recommendations

for overall performance enhancement and effective management, as well as specific improvements in various areas.

The practical significance of the work lies in identifying problematic aspects and prospects of McDonald's activities. The scientific novelty lies in defining problematic aspects of the corporation's operations and providing practical recommendations for its future development.

The research findings were presented at the "Economics for Ecology" conference, with the thesis titled "Management of modern enterprise efficiency."

Keywords: business, research, efficiency, threats, management, opportunities, disadvantages, advantages, company, improvement, strengths, weaknesses.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1 МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	12
1.1 Визначення та особливості ефективності.....	12
1.2 Типологія ефективності.....	14
1.3 Ефективність у порівнянні з результативністю	16
1.4 Неефективність та її типи.....	18
1.5 Що таке ефективність в управлінні.....	19
РОЗДІЛ 2 ДІАГНОСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ МАКДОНАЛЬДСА	24
2.1 Загальні характеристики.....	24
2.2 Аналіз діяльності.....	25
РОЗДІЛ 3 ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАКДОНАЛЬДСУ	40
3.1 Ефективність MCDonald's.....	40
3.2 Рекомендації для підвищення ефективності управління підприємства.....	46
3.3 Сфери для підвищення ефективності бізнесу	53
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	60

ВСТУП

В умовах сучасного бізнес-середовища питання забезпечення, підтримки та підвищення ефективності бізнес-операцій набуває особливого значення. Це пов'язано з тим, що сучасне бізнес-середовище є складним, неоднорідним, динамічним і непередбачуваним.

Управління ефективністю сучасного підприємства є важливою темою дослідження, оскільки успіх будь-якої компанії залежить від її здатності ефективно управляти своїми ресурсами та досягати поставлених цілей, тим паче коли підприємства стикаються зі зростаючим конкурентним тиском у своїх галузях й тільки оптимізація використання ресурсів та досягнення ефективності стають критичними для забезпечення конкурентоспроможності та виживання на ринку. Не менш важливим є забезпечення ефективного використання ресурсів, таких як людські ресурси, фінанси, матеріали та час. Управління ефективністю дозволяє підприємствам оптимізувати використання цих ресурсів, зменшити витрати та підвищити продуктивність.

Отже, предметом дослідження є підвищення ефективності в сучасному бізнес-середовищі.

Об'єктом дослідження стало підприємство МакДональдс.

Метою дослідження є вивчення та аналіз підприємства МакДональдс з метою визначення шляхів підвищення його ефективності в сучасному бізнес-середовищі.

Виходячи з цього виділено наступні завдання дослідження:

1. Дослідити методологічні складові ефективності підприємства, а саме:

1.1. Розібратися з поняттям ефективності та ефективності в управлінні.

1.2. Дослідити вплив та типи ефективності.

1.3. На противагу дослідженого поняття розглянути неефективність.

2. Провести аналіз діяльності McDonald's

3.Виокремити переваги, недоліки, загрози та можливості для McDonald's, тобто створити SWOT-аналіз.

4.Дослідити ефективність використовуючи дані фінансової звітності.

5.Сформувати поради для підвищення ефективності управління підприємством.

Практичне значення роботи полягає у визначенні проблемних моментів та перспектив діяльності МакДональдс.

Наукова новизна полягає у визначенні проблемних аспектів діяльності та надані практичних рекомендацій щодо розвитку діяльності компанії в майбутньому.

Результати дослідження було апробовано на конференції «Economics for ecology», теза «Management of modern enterprise efficiency».

В ході виконання роботи було використано різні методи дослідження, наприклад аналітичний метод при роботі з фінансовою звітністю McDonald's та при створенні SWOT й PEST-аналізів, також був проведений літературний аналіз в поєднанні з дослідженням за допомогою інтернету, тобто вивчення наукових джерел, статей, досліджень та інших документів, що стосуються обраної теми й використання онлайн-ресурсів, баз даних та інші інтернет-джерел для збору інформації та аналізу даних.

Загалом кваліфікаційна робота містить 48 сторінок основного тексту, 3 розділи, 10 таблиць, 7 рисунків, 4 формули і список використаної літератури із 62 джерел.

У першому розділі досліджено методологічні засади ефективності. Розглянуто її визначення з ключовими особливостями та розумінням. Відбувається коротке ознайомлення з її типологією. Також відбувається порівняння ефективності з результативністю. А також, на противагу, розкрито значення неефективності.

У другому розділі виконана діагностика діяльності Макдональдсу. Тут надається аналіз копорації McDonald's, де відбувається представлення

характеристики підприємства в цілому, аналіз її переваг та недоліків, SWOT-аналіз.

У третьому розділі розглянуто питання можливого підвищення ефективності McDonald's, де відбувається розрахунок коефіцієнта ефективності, а також надано рекомендації з підвищення результативності в цілому та ефективності управління підприємства, так окремо покращення за сферами.

РОЗДІЛ 1 МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Визначення та особливості ефективності

Термін "ефективність" означає максимальний рівень продуктивності, при якому використовується найменша кількість ресурсів для досягнення найбільшого обсягу продукції. Ефективність вимагає зменшення кількості непотрібних ресурсів, що використовуються для виробництва певного обсягу продукції, включаючи особистий час та енергію.

Ефективність - це вимірювана концепція, яку можна визначити, використовуючи відношення корисного результату до загальних витрат. Підвищення ефективності зводить до мінімуму втрати ресурсів, таких як фізичні матеріали, енергія та час, при досягненні бажаного результату.

Ефективність - це часто вимірювана здатність уникати марнотратства матеріалів, енергії, зусиль, грошей і часу при виконанні завдання. У більш загальному сенсі, це здатність робити щось добре, успішно і без втрат.

У більш математичних або наукових термінах це означає рівень продуктивності, який використовує найменшу кількість вхідних ресурсів для досягнення найбільшої кількості вихідних результатів. Часто вона конкретно включає в себе здатність конкретного застосування зусиль для отримання конкретного результату з мінімальною кількістю або обсягом відходів, витрат або непотрібних зусиль.

Письменниця Дебора Стоун зазначає, що ефективність "не є самоціллю. Це не те, чого ми прагнемо заради неї самої, а скоріше тому, що вона допомагає нам досягти більшого з того, що ми цінуємо" [2].

Ключові особливості:

1. Ефективність виникає тоді, коли ви зменшуєте відходи для виробництва певної кількості товарів чи послуг.
2. Ефективність можна виміряти, поділивши загальний обсяг виробництва на загальний обсяг витрат.
3. Існує кілька різних видів ефективності, включаючи економічну ефективність, ринкову ефективність та операційну ефективність.
4. Ефективність є важливою характеристикою, оскільки всі ресурси є дефіцитними.
5. Ви можете виміряти ефективність ваших інвестицій за допомогою показника рентабельності інвестицій.

Рис. 1.1 – Особливості ефективності

Розуміння ефективності

Термін "ефективність" можна визначити як здатність досягати кінцевої мети з мінімальними витратами, зусиллями та енергією. Ефективність означає, що ви можете досягти результатів, використовуючи наявні у вас ресурси найкращим чином. Простіше кажучи, щось є ефективним, якщо нічого не витрачається даремно і всі процеси оптимізовані. Це стосується використання грошей, людського капіталу, виробничого обладнання та джерел енергії.

Ефективність може бути використана різними способами для опису різних процесів оптимізації. Таким чином, аналіз ефективності може допомогти зменшити витрати та збільшити прибутки. Наприклад:

Корпорації можуть вимірювати ефективність свого виробничого процесу, що може допомогти їм скоротити витрати при одночасному збільшенні обсягів виробництва, що може призвести до зростання продажів і доходів.

Споживачі можуть купувати енергоефективні прилади, щоб зменшити свої рахунки за електроенергію та скоротити викиди парникових газів.

Інвестори можуть визначити ефективність своїх інвестицій за допомогою показника рентабельності інвестицій, який показує віддачу від інвестицій у порівнянні з їхньою вартістю [1-6].

Як зазначалося вище, ефективність можна виміряти і виразити у вигляді коефіцієнта або відсотка.

Ви можете виміряти її за допомогою наступної формули:

$$\text{Ефективність} = \text{Вихід} \div \text{Витрати} \quad (1.1)$$

Де, вихід (або продуктивність праці) - це загальна кількість виконаної корисної роботи без урахування будь-яких відходів і псування. Якщо ви хочете виразити ефективність у відсотках, просто помножьте співвідношення на 100.

Ефективність вимірює будь-яку діяльність, яка використовує мінімальні ресурси для отримання максимальної кількості результатів. Простіше кажучи, ви ефективні, якщо отримуєте більше, використовуючи менше [7].

1.2 Типологія ефективності

Вплив ефективності

Ефективність є важливою характеристикою, оскільки всі ресурси є дефіцитними. Час, гроші та сировина обмежені, і важливо зберегти їх, підтримуючи прийнятний рівень виробництва.

Ефективне управління підприємство, а в подальшому і саме підприємство здатне краще служити своїм громадянам і бути конкурентоспроможним. Товари, вироблені ефективно, продаються за нижчою ціною. Досягнення в

результаті ефективності сприяють підвищенню рівня життя, наприклад, забезпеченню будинків електроенергією, водопостачанням і можливістю подорожувати.

Ефективність зменшує голод і недоїдання, оскільки товари перевозяться на більшу відстань і швидше. Підвищення ефективності також дозволяє досягти більшої продуктивності за короткий проміжок часу.

Типи ефективності

Ефективність можна розділити на багато різних категорій. Нижче я окреслити деякі з ключових типів та за різною типологією.

•Економічна ефективність

Економічна ефективність означає оптимізацію ресурсів для найкращого обслуговування кожної людини в даному економічному стані. Ефективність економіки не має встановленого порогу, але показники включають товари, виведені на ринок за найнижчою можливою вартістю, та працю, яка забезпечує найбільший можливий обсяг виробництва.

Що таке енергоефективність?

Енергоефективність - це коли ви використовуєте менше енергії для досягнення того ж результату. Енергоефективність зменшує втрати енергії та викиди парникових газів, а також попит на енергію. Це також допомагає зменшити рахунки та загальні витрати, використовуючи нові та більш ефективні способи споживання енергії.

Наприклад, споживачі можуть купувати енергоефективні прилади, щоб зменшити свої рахунки за електроенергію, а корпорації можуть замінити старе виробниче обладнання на нове, більш ефективне, щоб збільшити обсяги виробництва та зменшити виробничі витрати.

•Ефективність ринку

Ефективність ринку описує, наскільки добре ціни інтегрують наявну інформацію. Це означає, що ринки є ефективними, коли вся інформація вже включена в ціни. Неможливо обійти ринок, оскільки не існує недооцінених чи переоцінених цінних паперів.

Що таке ефективність розподілу?

Ефективний розподіл відбувається на ефективному ринку. Це коли капітал розподіляється найкращим чином, щоб принести користь кожній стороні, яка бере в ньому участь. Це дозволяє рівномірно розподіляти товари та послуги, фінансові послуги та інші ключові елементи між споживачами, підприємствами та іншими суб'єктами, щоб вони могли бути використані найкращим чином. Ефективність розподілу, яку також називають ефективністю використання ресурсів, сприяє прийняттю рішень та економічному зростанню.

- **Операційна ефективність**

Операційна ефективність вимірює, наскільки добре заробляються прибутки в залежності від операційних витрат. Чим вища операційна ефективність, тим прибутковішою є фірма або інвестиція. Це пояснюється тим, що суб'єкт господарювання здатен генерувати більший дохід або прибуток за тих самих або менших витрат, ніж альтернативні варіанти. На фінансових ринках операційна ефективність виникає тоді, коли знижуються операційні витрати і комісії.

Що таке пікова ефективність?

Пікова енергія - це найвищий рівень ефективності, якого ви можете досягти. Цей вид ефективності виникає тоді, коли весь капітал, ресурси та окремі учасники правильно розподілені і функціонують з максимальною віддачею, наскільки це можливо. Наприклад, максимальна економічна ефективність досягається тоді, коли економіка є продуктивною, а рівень життя громадян – високим [8-10].

1.3 Ефективність у порівнянні з результативністю

Ефективність дуже часто плутають з результативністю. Загалом, ефективність - це вимірне поняття, яке кількісно визначається відношенням корисного результату до загальних корисних витрат. Результативність - це більш просте поняття здатності досягти бажаного результату, який може бути

виражений кількісно, але зазвичай не вимагає складніших математичних дій, ніж додавання.

Ефективність часто можна виразити у відсотках від результату, який можна було б очікувати в ідеалі, наприклад, якщо б енергія не втрачалася через тертя або інші причини, і в цьому випадку 100% палива або інших ресурсів було б використано для отримання бажаного результату. У деяких випадках ефективність можна опосередковано виміряти не у відсотках, а у вигляді питомого імпульсу.

Поширеним, але заплутаним способом розрізнення ефективності та результативності є вислів: "Ефективність - це робити речі правильно, тоді як результативність - це робити правильні речі". Цей вислів опосередковано підкреслює, що вибір цілей виробничого процесу так само важливий, як і якість цього процесу.

Це популярний у бізнесі вислів, однак, затушовує більш загальний сенс поняття "результативність", який міг би / повинен був би дати наступну мнемоніку: " Ефективність - це робити речі правильно; результативність - це робити речі добре". Це дає зрозуміти, що результативність, наприклад, великі обсяги виробництва, можуть бути досягнуті і за рахунок неефективних процесів, якщо, наприклад, працівники хочуть або звикли працювати довше або з більшими фізичними зусиллями, ніж в інших компаніях чи країнах, або якщо їх можна примусити до цього.

Аналогічно, компанія може досягти ефективності, наприклад, великих обсягів виробництва, за рахунок неефективних процесів, якщо вона може дозволити собі використовувати більше енергії на одиницю продукції, наприклад, якщо ціни на енергоносії або вартість робочої сили, або і те, і інше є нижчими, ніж у конкурентів [11-15].

1.4 Неефективність та її типи

Неефективність - це відсутність результативності. Розрізняють такі види неефективності:

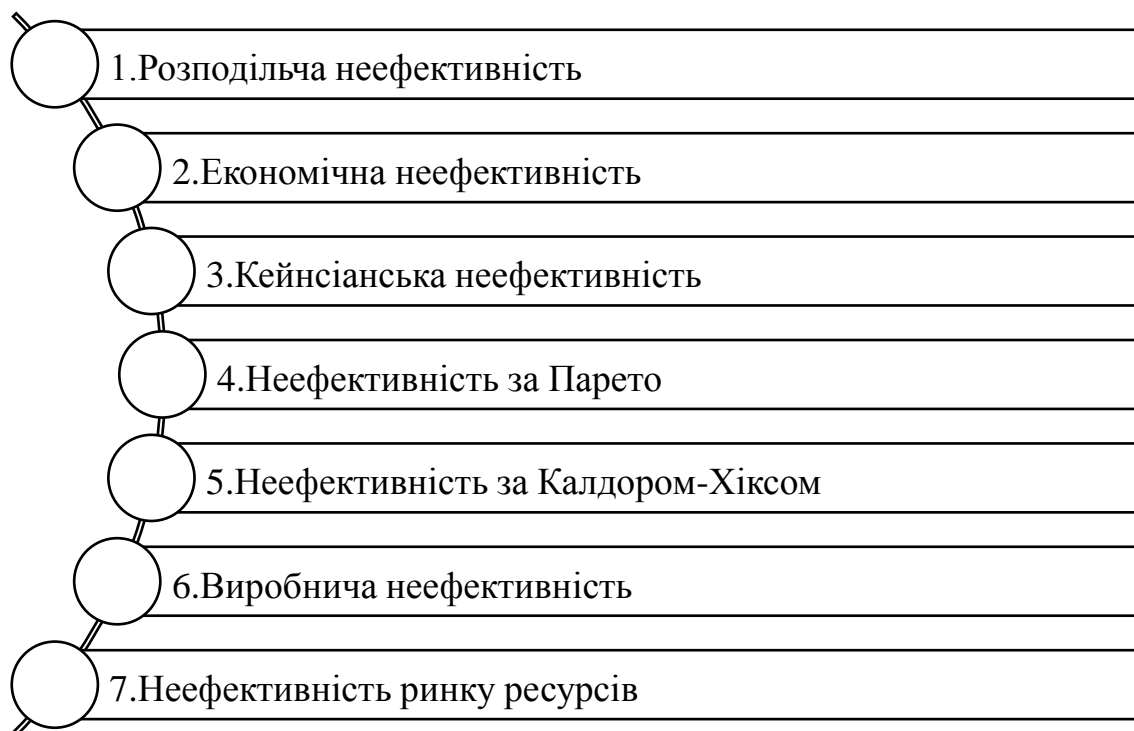


Рис. 1.2 – Типи неефективності

Розглянемо кожен з типів:

1-Розподільча неефективність

Розподільча неефективність - це ситуація, коли розподіл ресурсів між альтернативами не відповідає смакам споживачів (сприйняттю витрат і вигод).

Наприклад, компанія може мати найнижчі витрати у "виробничому" плані, але результат може бути неефективним з точки зору розподілу ресурсів, оскільки "справжні" або соціальні витрати перевищують ціну, яку споживачі готові заплатити за додаткову одиницю продукту.

Це вірно, наприклад, якщо фірма забруднює навколишнє середовище (див. також зовнішні витрати). Споживачі воліли б, щоб фірма та її конкуренти

виробляли менше продукту і продавали його за вищою ціною, щоб інтерналізувати зовнішні витрати.

Розподільча неефективність стосується неефективного розподілу доходів і багатства в суспільстві. Зменшення граничної корисності багатства теоретично припускає, що більш егалітарний розподіл багатства є більш ефективним, ніж нерівномірний. Неефективність розподілу часто пов'язана з економічною нерівністю [16-21].

2-Економічна неефективність

Економічна неефективність - це ситуація, коли компанія могла б робити кращу роботу, тобто досягати цілей з меншими витратами. Це протилежність економічній ефективності. В останньому випадку не існує способу зробити роботу краще, враховуючи наявні ресурси і технології. Іноді цей тип економічної ефективності називають ефективністю Купманса [16-18, 22].

3- Кейнсіанська неефективність

Кейнсіанська неефективність може бути визначена як неповне використання ресурсів (праці, основних засобів, природних ресурсів тощо) через неадекватний сукупний попит. Не досягається потенційний обсяг виробництва, страждаючи від циклічного безробіття. Підприємство могло б досягти кращого результату, якби застосовували дефіцитні видатки або експансивну монетарну політику [16-18, 23-26].

4- Неефективність за Парето

Неефективність за Парето - це ситуація, в якій одній людині не можна зробити краще, не погіршивши при цьому становище когось іншого. На практиці цей критерій важко застосувати у світі, що постійно змінюється, тому багато хто наголошує на ефективності та неефективності за Калдором-Хіксом [16-18, 27-31].

5- Неефективність за Калдором-Хіксом

Неефективність за Калдором-Хіксом - ситуація є неефективною, якщо комусь може стати краще навіть після компенсації тим, кому стало гірше, незалежно від того, чи відбувається компенсація насправді [16-18, 32-35].

6- Виробнича неефективність

Виробнича неефективність означає, що підприємство могло б виробляти певний обсяг продукції з меншими витратами - або могли б виробляти більше продукції за певних витрат. Наприклад, неефективна компанія матиме вищі операційні витрати і опиниться в не вигідному конкурентному становищі (або матиме нижчі прибутки, ніж інші фірми на ринку) [16-18, 36-38].

7- Неефективність ринку ресурсів

Неефективність ринку ресурсів - це бар'єри, які перешкоджають повному пристосуванню ринків ресурсів, внаслідок чого ресурси або не використовуються, або використовуються не за призначенням. Наприклад, структурне безробіття виникає через бар'єри мобільності на ринках праці, які заважають працівникам переїжджати в місця та професії, де є вільні робочі місця. Таким чином, безробітні працівники можуть співіснувати з незаповненими вакансіями [16-18, 39-41].

1.5 Що таке ефективність в управлінні

Ефективність управління - це здатність професіоналів використовувати наявні ресурси, час і гроші для досягнення цілей компанії. Ефективні члени команди зосереджуються на економії часу та ресурсів, забезпечуючи при цьому найкращий результат. Ви можете виміряти свою ефективність у компанії, відстежуючи, як ваш внесок вплинув на зміну доходу компанії та швидкість обороту запасів. Ефективні члени команди можуть допомогти компанії скоротити витрати і максимізувати прибуток, виконуючи якісні проекти [42-43].

Що таке бізнес-ефективність?

Ефективність бізнесу - це показник того, наскільки ефективно компанія створює продукти та послуги у співвідношенні з кількістю часу та грошей, необхідних для їх виробництва. Ефективні компанії максимально використовують свої ресурси, перетворюючи працю, матеріали та капітал на

продукти та послуги, які створюють прибуток для компанії. Неefективним компаніям, з іншого боку, бракує організації, що може сповільнювати їхню діяльність, витратити час і гроші та впливати на прибутковість.

Бізнес, який використовує загальні заходи з підвищення ефективності - і користується перевагами методів підвищення ефективності - може зменшити кількість відходів у своїй організації, що часто призводить до збільшення прибутку, більш щасливого і продуктивного персоналу та більш задоволених клієнтів [44-46].

Ключові моменти:

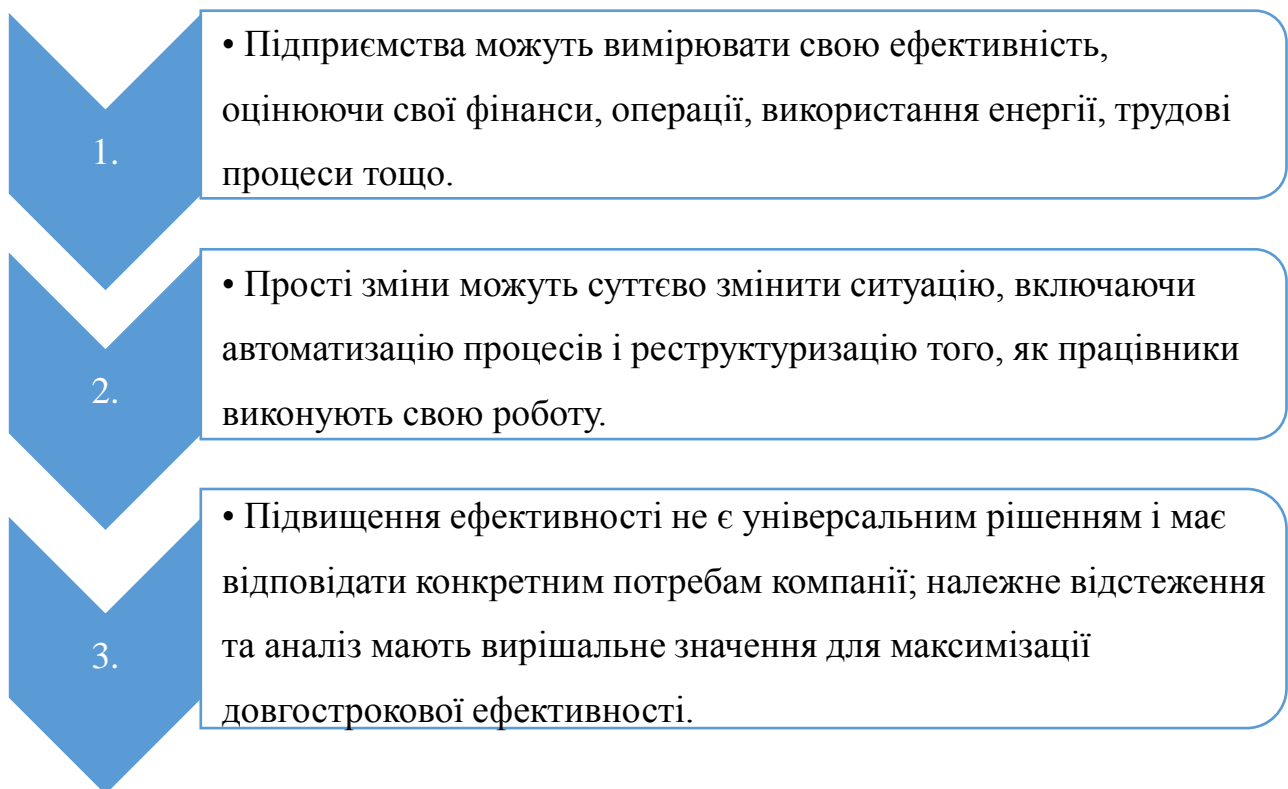


Рис. 1.2 – Ключові моменти про ефективність

Підприємства, природно, завжди шукають способи витратити менше грошей і при цьому заробляти більше. Прагнучи вдосконалити свою діяльність, багато хто переслідує дві спільні цілі: виробляти більше високоякісних

продуктів і послуг без збільшення витрат і підвищити продуктивність працівників без необхідності залучення додаткового персоналу.

Шлях до вдосконалення починається з глибокого аналізу поточної діяльності. Внутрішні заходи, такі як моніторинг рентабельності інвестицій або аналіз тенденцій прибутку, можуть допомогти бізнесу визначити, в чому полягають його сильні та слабкі сторони з точки зору максимально ефективної роботи.

Легко зрозуміти, як бізнес-лідери та особи, які приймають рішення, можуть заціклюватися на щоденних вимогах і не помічати необхідності налагоджувати та очищати процеси на всіх рівнях своїх компаній. Наприклад, одностороння затримка у виконанні замовлення клієнта через неефективну систему замовлень може здатися не такою вже й великою проблемою, але зі збільшенням кількості замовлень затримки можуть накопичуватися і створювати вузькі місця у виробництві.

Навіть якщо продажі все ще генеруються, а замовлення виконуються, якщо затримки зростають, задоволеність клієнтів може різко знизитися, що в кінцевому підсумку може призвести до того, що споживачі звертатимуться до конкурентів.

Навіть коли організація працює безперебійно, часто можна досягти покращень. У міру того, як технології стають більш досконалішими, з'являються нові співробітники або умови постачальників змінюються з часом, бізнес зазвичай може знайти місця, де можна підкоригувати операції для підвищення ефективності. Потреба у змінах також може бути зумовлена зовнішніми чинниками, наприклад, впливом на довкілля через неефективне управління відходами або нездатністю залучити працівників на конкурентному ринку праці [47-48].

Компанії вимагають від членів команди ефективності та результативності, щоб досягти успіху в бізнесі та створити конкурентну перевагу на ринку. Нижче розгляну відмінності між ефективністю та результативністю в управлінні:

➤ Фокус

Основна увага ефективних членів команди в компанії зосереджена на тому, щоб вони виконували поставлені перед ними завдання, дотримуючись правильної процедури. Вони застосовують свої професійні навички та енергію для створення якісних продуктів, не звертаючи уваги на те, скільки часу це займає або які ресурси вони використовують. Ефективні члени команди максимізують наявний час і ресурси для розробки якісних продуктів. Вони можуть виконувати проекти, які відповідають стандартам компанії та задовольняють клієнтів з обмеженим часом та ресурсами.

➤ Підхід до робочого процесу

Ефективні члени команди на робочому місці використовують системний підхід при виконанні своїх завдань. Наприклад, як ефективний професіонал, перше, що ви робите, коли ваш керівник ставить завдання, - це розбиваєте його на менші частини і встановлюєте дедлайни для кожної з них.

Створення робочого графіка допоможе вам керувати своїм часом і виконувати свої професійні обов'язки до дедлайну. Ефективні члени команди використовують підхід, орієнтований на результат, для виконання своїх професійних обов'язків. Наприклад, як ефективний професіонал, ви більше стурбовані тим, як успішно виконати своє завдання, ніж рутинною.

РОЗДІЛ 2 ДІАГНОСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ МАКДОНАЛЬДСА

2.1 Загальні характеристики

Загальні характеристики корпорації представлено у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Корпорація МакДональдс

Рік заснування:	1940, Сан -Бернардіно, Каліфорнія
Засновники:	Річард і Моріс Мак-Доналди
Власники:	The Vanguard Group, BlackRock і State Street Corporation
Штаб квартира:	Чикаго
Президент компанії:	Кріс Кемпчинський
Керування:	Франчайзинг, або комерційна концесія - вид відносин між ринковими суб'єктами, коли одна сторона передає іншій стороні за плату право на певний вид підприємництва, використовуючи розроблену бізнес-модель його ведення: діяти від свого імені, використовуючи технологію, сировину, сировину та інше.
Сфера діяльності:	Мережа фаст-фудів, закусочних, кав'ярень
Форма власності:	Публічна компанія
Продукція:	Фаст-фуд, десерти, морозиво, в ресторанах ще й пиво
Діяльність в Україні:	З 1997 року
Діяльність на 2022 рік:	111 ресторанів
Місцезнаходження:	24 міста, 5 сіл [49]

2.2 Аналіз діяльності



Рис. 2.1 – Цінності McDonald's

2.2.1 Переваги та недоліки франшизи McDonald's

McDonald's є лідером на ринку швидкого харчування протягом десятиліть, маючи один з найбільш пам'ятних брендів, продуктів і талісманів у США. Володіння франшизою McDonald's може бути безпечнішим, ніж менш відомими франшизами, оскільки ім'я та операційна модель McDonald's мають власний легіон лояльних клієнтів і найкращі в галузі практики для досягнення успіху в ресторанному бізнесі.

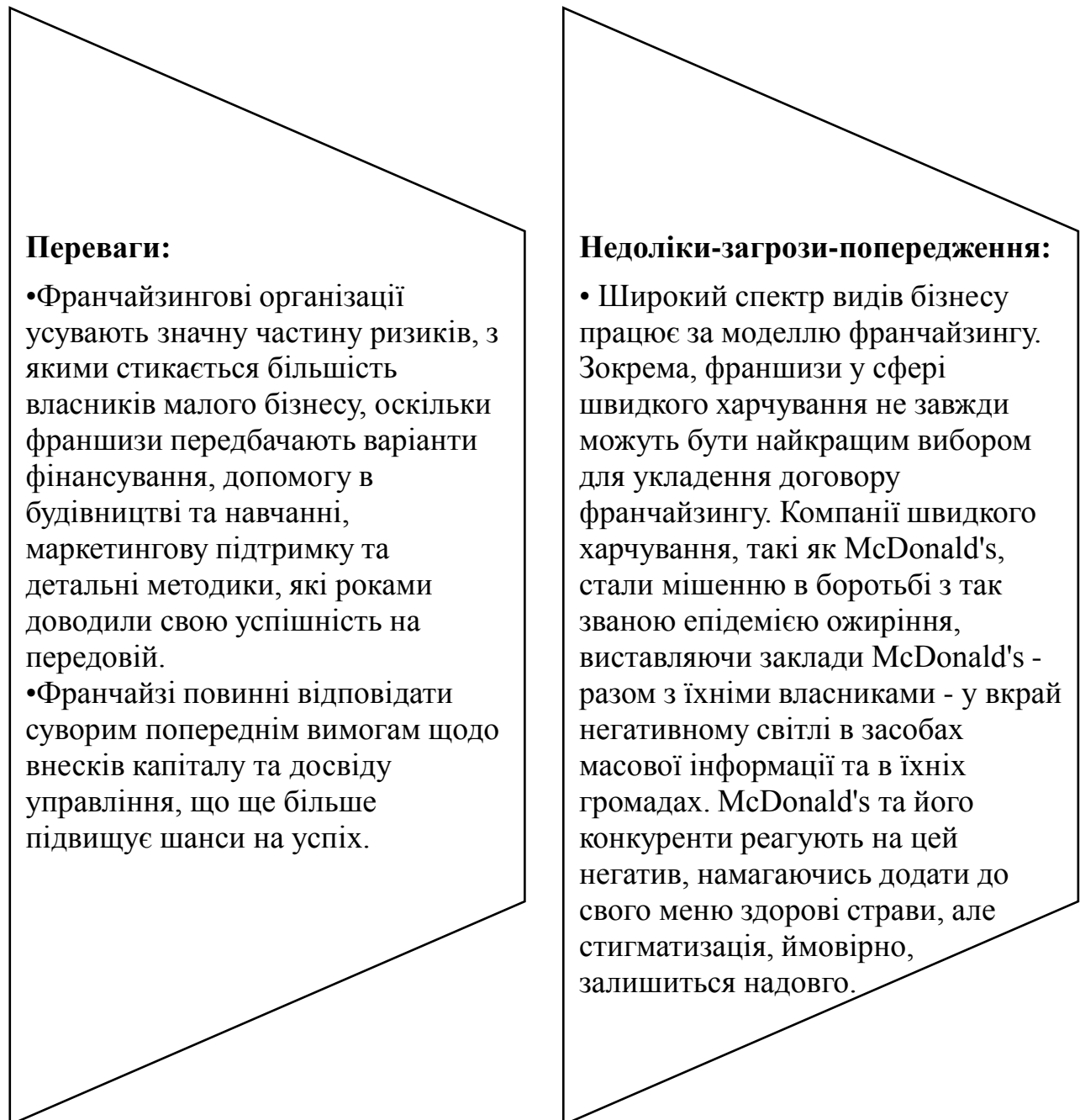


Рис. 2.2 – Переваги та недоліки франшизи McDonald's

- Значення

Володіння франшизою - це мрія багатьох підприємців. Франчайзинговий магазин, такий як McDonald's, може допомогти власникам бізнесу досягти фінансової незалежності, приєднавшись до міжнародної мережі, яка може майже гарантувати певний рівень успіху.

- Відкриття франшизи-процес

Процес відкриття франшизи "МакДональдз" може бути складним, але "МакДональдз" призначить вам франчайзингового представника, який крок за кроком проведе вас через весь процес. Почніть процес франчайзингу з ознайомлення з інформацією на їхньому веб-сайті і домовтеся про зустріч з представником. Представник проведе вас через весь процес, щоб переконатися, що ви відповідаєте всім вимогам, вибере місце, побудує або придбає магазин, відкриє ваш магазин і найме перших співробітників, а також допоможе вам отримати всі необхідні ліцензії та дозволи у вашому штаті та громаді [50-52].

2.2.2 SWOT та PEST-аналізи

SWOT-аналіз - метод стратегічного планування, що полягає у виявленні чинників внутрішнього і зовнішнього середовища організації та поділі їх на чотири категорії: (S) сильні сторони, (W) слабкі сторони, (O) можливості, (T) загрози.

- (S) сильні сторони:

Глобальна присутність. McDonald's - це міжнародна корпорація з глобальною франшизою. У 118 країнах світу вона відома своїми фаст-фудами. Як наслідок, вона має значний глобальний слід. Це робить її більш впізнаваною для широкої громадськості та сприяє підвищенню обізнаності громадськості. Як наслідок, вона може втілювати свої глобальні ідеї в життя на місцевому рівні. Це означає, що вона може переслідувати свої універсальні цілі, одночасно завойовуючи серця своїх клієнтів. Також McDonald's має високу частку ринку і є провідною компанією за розміром і світовим охопленням. Нещодавно частка McDonald's на ринку України становила близько 15 відсотків [53].

Фінансовий стан. McDonald's має міцний фінансовий фундамент. Вона має в цілому кілька ресторанів швидкого харчування. Протягом останніх 80 років вона повільно, але неухильно збільшувала свою частку на ринку. Як фірма-зірка, вона завоювала довіру громадськості. Її фінансове становище поставило її у вигідне становище, що призвело до стрімкого зростання її ринкової вартості та популярності бренду.

Цінність бренди. McDonald's є 9-м найціннішим брендом у світі. Маючи неймовірну вартість бренду, компанія керує ресторанною індустрією, незважаючи на жорстку конкуренцію. За даними Interbrand, у 2022 році вартість бренду McDonald's зросла до \$48,6 млрд (приблизно на 6% порівняно з 2021 роком). Жоден інший бренд фаст-фуду навіть не наблизився до McDonald's за вартістю бренду. Наступний близький конкурент - Starbucks з вартістю бренду \$14 млрд.

Широкий асортимент. McDonald's пропонує широкий асортимент страв, щоб задовольнити різноманітні смакові уподобання своїх клієнтів. Основний асортимент McDonald's включає такі популярні страви: різні гамбургери, чікенбургери, рибні страви, картопля фрі або діп, салати, напої, десерти, соуси, також є можливість обрати, або сформуванати меню з улюблених складових. Важливо підкреслити, що до всього вищеперерахованого додається постійне оновлення сезонних варіантів.

Смачна їжа. Картопля фрі McDonald's вважається найкращою на смак в індустрії швидкого харчування. Картопля фрі з McDonald's - найкраща на смак, згідно з опитуванням клієнтів.

McDonald's - компанія, що займається нерухомістю. Мало хто знає, що окрім продажу бургерів та картоплі фрі, McDonald's володіє багатомільярдною імперією нерухомості. Уявіть собі тисячі преміальних закладів по всьому світу.

Франшиза McDonald's працює дещо інакше. McDonald's не тільки надає франчайзі свою торгову марку, рецепти, інгредієнти, процеси, але й володіє землею, працює як орендодавець і отримує дохід від орендної плати.

Технологічні ініціативи. McDonald's впроваджує революційні технологічні ініціативи, щоб втілити в життя свою мрію про "досвід майбутнього". Такі ініціативи, як впровадження самообслуговування за допомогою кіосків, мобільних систем замовлення та оплати, сприяють зміцненню іміджу McDonald's як "ресторану майбутнього". Останнє придбання компанії "Dynamic Yield" є ще одним кроком на шляху до посилення персоналізованого маркетингу та кастомізації. Dynamic Yield - це ізраїльський стартап, який допомагає таким брендам, як McDonald's, покращити клієнтський досвід за допомогою персоналізованих пропозицій.

Навчання та розвиток персоналу. McDonald's приділяє значну увагу навчанню та розвитку свого персоналу. Основна мета - забезпечити якісне обслуговування клієнтів та зберегти високу стандартну якість у всіх своїх ресторанах по всьому світу.

Сильна маркетингова стратегія. Маркетингова стратегія McDonald's базується на кількох ключових аспектах, що допомагають бренду привернути увагу споживачів, зберегти лояльність та забезпечити стабільний ріст. Серед ключових елементів можна виділити застосування емблематичних символів, масова реклама, інновації в меню, соціальна відповідальність.

Постійний контроль якості продукції. Можна сперечатися про смак і загальний досвід клієнтів, але стандарт якості завжди був сильною стороною McDonald's. Компанія забезпечує дотримання повних протоколів безпеки та якості харчових продуктів, перш ніж купувати інгредієнти у сторонніх посередників. Ця політика також високо оцінена багатьма організаціями охорони здоров'я та групами споживачів.

McDonald's пропонує знижку працівникам передньої лінії. Гігант швидкого харчування оголосив, що продовжить 20% знижку для працівників Національної служби охорони здоров'я (NHS) до кінця 2022 року по всій Великобританії. Працівники можуть скористатися знижкою на все онлайн меню McDonald's. Знижка була задумана як ініціатива для працівників NHS, щоб заощадити гроші на їхні улюблені страви в меню на цей рік.

Однак основною причиною, чому гігант швидкого харчування запропонував цю дивовижну знижку, було бажання показати свою вдячність працівникам на передовій, оцінивши їхню важку роботу в умовах смертоносного спалаху.

- (W) слабкі сторони:

Складність управління. McDonald's є найкращим прикладом міжнародної моделі франчайзингу. Однак наявність такої складної мережі франчайзингових та власних ресторанів наражає бренд на певні ризики.

Ризики фінансового погіршення, неефективного управління, незадоволення клієнтів і низького рівня доходів. Компанія значною мірою залежить від франшиз, які працюють незалежно, а отже, не може контролювати їхню повсякденну діяльність, але це безпосередньо впливає на бренд.

Перебої в ланцюжку поставок. McDonald's, будучи однією з найбільш завантажених харчових мереж, часто стикається з проблемами через перебої в ланцюжку поставок. Крім того, це обмежує доступність продуктів, які є критично важливими для діяльності. Тому, коли франшиза стикається з такими перебоями, операційні витрати зростають, що, в свою чергу, призводить до зменшення доходів і зниження прибутковості. Наприклад, McDonald's в Японії потерпає від дефіциту своєї знаменитої картоплі фрі. Щоб задовольнити попит, японські магазини змушені різати картоплю фрі більш короткими шматочками. Покупцям доведеться зіткнутися з дефіцитом, на який значною мірою вплинули глобальні ускладнення з постачанням і дефіцит продуктів харчування. Однак гігант швидкого харчування оголосив, що вирішить цю проблему найближчим часом. McDonald's також заявив, що зіткнувся з проблемами постачання в порту Ванкувера через пошкодження, завдані повінню, що також стало невід'ємною причиною затримок.

Відсутність задоволеності працівників. Через нещодавні революції за права працівників у всьому світі та збільшення лімітів заробітної плати, багато організацій зіткнулися з критичним незадоволенням з боку працівників, McDonald's не став виключенням.

Меню сніданків McDonald's втратило свою чарівність. Протягом майже десятиліття продажі сніданків McDonald's залишалися неперевершеними, особливо в США. Однак у травні 2018 року фінансовий директор компанії визнав, що вони спостерігають падіння споживання сніданків McDonald's і повинні щось зробити, щоб це виправити. Але з такою жорсткою конкуренцією навколо, ймовірно, буде нелегко відновити популярність сніданків.

Зміни уподобань клієнтів. Наприклад, через те що споживачі стають все більш свідомими щодо здорового способу життя і харчування, збільшується популярність здорового харчування це призводить до зростання попиту на корисні альтернативи та продукти з натуральних інгредієнтів. McDonald's може мати складнощі в задоволенні цього попиту та конкуруванні з іншими ресторанами, які спеціалізуються на здоровій їжі.

Високі витрати на рекламу. Високі витрати на рекламу можуть розглядатися як фактор слабкої сторони адже McDonald's може стикатися з фінансовим навантаженням, особливо в умовах конкуренції та змін в ринкових умовах, а також формується залежність від рекламних кампаній, а отже якщо рекламна стратегія не дає очікуваного результату або споживачі змінюють свої пріоритети, витрати на рекламу можуть стати менш ефективними.

Негативна реклама. У червні 2020 року McDonald's звинуватили у звільненні працівника за те, що він подав до суду на компанію через її неспроможність захистити працівників під час нещодавньої кризи у сфері охорони здоров'я. Таке звільнення є неетичним, оскільки воно має на меті перешкодити іншим працівникам скористатися своїм правом на судовий захист проти свого роботодавця.

Критика щодо здоров'я. McDonald's отримує критику щодо свого впливу на здоров'я споживачів. По-перше, через високу калорійність та вміст нездорових жирів в своїх продуктах. По-друге, майже відсутність здорових варіантів, хоча вони й присутні в меню, але нажаль їх вибір дуже обмежений та недостатній для повноцінного прийому їжі. По-третє, через навмисний вплив на дітей завдяки своїм іграшкам та дитячим меню.

- (О) можливості

Географічне розширення. McDonald's може бути монархом у Сполучених Штатах, але йому важко конкурувати в інших країнах. Однак, якщо компанія зосередиться на розвитку на зовнішніх ринках, а не на внутрішньому, вона з більшою ймовірністю продовжить глобальну експансію.

Акцент на азійські ринки. Це великий потенціал для компанії. Багато хто воліє швидко відкусити шматочок. Оскільки в останні роки азійські країни процвітали, збільшуючи купівельну спроможність клієнтів середнього класу, McDonald's має розробити різноманітні способи розширити свою присутність на азійських ринках, таким чином збільшуючи клієнтську базу та доходи бренду.

Інноваційні продукти. McDonald's повинен докладати зусиль для впровадження нових, інноваційних позицій в меню, щоб змусити клієнтів обирати їх, а не нові заклади швидкого харчування. У 2018 році компанія почала подавати ексклюзивний напій - MIX від Sprite Tropic Berry у своїх нью-йоркських закладах. Він миттєво став хітом і, ймовірно, буде подаватися по всій території США. Запуск більшої кількості подібних позицій відповідно до географічних умов та культури може допомогти McDonald's зберегти свій шарм на довший період часу.

Розширення екологічних ініціатив. Це може бути важливим кроком для McDonald's у зусиллях зменшення екологічного впливу своєї діяльності. З найбільш розповсюджених варіантів варто звернути увагу на енергоефективність та використання відновлюваної енергії, обов'язкове сортування відходів після клієнтів, припинення використання пластику, можливе сприяння відновленню природних ресурсів. У той час як ресторани швидкого харчування намагаються боротися з іміджем "центрів виробництва сміття", McDonald's може зіграти розумно, продовжуючи свої агресивні ініціативи щодо здорових та індивідуальних пропозицій. Ці ініціативи вже почали приносити результати, а позитивні порівняльні продажі ведуть до зростання прибутків.

Пропонуйте більш здорові варіанти. Все більше споживачів шукають більш здорову їжу. Незважаючи на те, що McDonald's пропонує здорові страви, такі як салати та 1% нежирне молоко, їхній асортимент дуже обмежений. Компанія може збільшити кількість здорових страв, щоб залучити більше споживачів, які піклуються про своє здоров'я, і розвиватися. Також веганські продукти можуть представляти можливість для росту, оскільки зростає попит та потенційна аудиторія в даному сегменті споживачів.

Розширити мережу закладів з можливістю замовлення їжі з дому, створення мобільних додатків для таких замовлень. Пріоритетність McDonald's у створенні найкращого досвіду харчування на місці стала головним недоліком під час нещодавньої кризи у сфері охорони здоров'я, оскільки все більше

споживачів віддають перевагу замовленню їжі з доставкою, щоб споживати її вдома. McDonald's може збільшити обсяги доставки, забирання їжі з тротуарів, створити мобільні додатки для таких замовлень, щоб привабити більше клієнтів у цей складний час. Наприклад, McDonald's ініціював партнерство з UberEats та Door dash для доставки їжі в США. Ці ініціативи з мобільного замовлення та доставки допомагають McDonald's задовольняти потреби клієнтів, які постійно змінюються.

- (Т) загрози

Високоризикові технологічні інвестиції. Нові зусилля McDonald's мають велике майбутнє, але інвестиції в технології є небезпечними. Швидке впровадження нових технологій може знизити рентабельність інвестицій, в той час як переваги від покращення клієнтського досвіду можуть виявитися меншими, ніж очікувалося.

Конкуренція. З розвитком індустрії швидкого харчування на ринку з'явилося багато нових компаній. McDonald's не страждає від відсутності сильних конкурентів. Навіть якщо вони мають меншу частку ринку, деякі бренди агресивно шукають клієнтів McDonald's. Незважаючи на те, що вони мають меншу частку ринку, деякі бренди агресивно шукають клієнтів McDonald's. Крім того, більш неформальні ресторани розширюють меню бургерів і знижують ціни на них. Якщо ми нікуди не поспішаємо, то можемо віддати перевагу такому ресторану, а не фаст-фуду. Вони також є конкурентами McDonald's.

Зміна смакових вподобань споживачі. Саме така зміна може вплинути на популярність та попит продукції McDonald's, причому такі зміни досить передбачувані через популярність здорового харчування, різноманітні культурні впливи, постійне зростання числа та популярності нових брендів і ресторанів.

Економіка переживає спад. Залежно від того, як довго триватиме ця "криза", ефект "просочування" матиме негативний вплив на потоки доходів компанії, незважаючи на те, що вона має різні джерела надходжень. Під час економічного спаду приватне споживання та залучення відвідувачів може

знизитися, оскільки фінанси домогосподарств стають жорсткішими, що призводить до скорочення продажів у магазинах.

Культурна загроза під час роботи в різних країнах. Будучи глобальною мережею ресторанів швидкого харчування, McDonald's часто стикається з численними культурними загрозами в різних частинах світу, які завдають шкоди іміджу бренду.

Крім того, стає складно адаптуватися і працювати по-різному в залежності від місця розташування франшизи. Наприклад, кілька років тому McDonald's зіткнувся з великим скандалом через використання інгредієнтів, які не були не такими, як треба в мусульманських країнах. Такі суперечки ускладнюють для McDonald's задоволення очікувань клієнтів, що пов'язано з успадкованими ризиками в міжнародному операційному середовищі, погіршуючи імідж бренду.

Нові тенденції у сфері швидкого харчування. McDonald's часто для вважається старою школою з її традиційним меню та смаком. У цій ситуації конкуренти користуються всіма перевагами завдяки своєму меню, в якому часто експериментують з рецептами, щоб урізноманітнити меню.

Соціальна реклама McDonald's впливає на здоров'я молоді у світі. Згідно з новим дослідженням, було виявлено, що популярні бренди швидкого харчування, такі як McDonald's, націлюють свої соціальні рекламні кампанії на соціально незахищені або малозабезпечені верстви населення по всьому світу.

McDonald's використовує популярні соціальні мережі, такі як Instagram, Snapchat, Twitter і Facebook, для просування свого маркетингу, охоплюючи мільйони молодих людей по всьому світу. Однак у звіті також згадується, що цей маркетинг починає негативно впливати на здоров'я споживачів, що призводить до небезпечних наслідків у подальшому житті.

Таблиця 2.2 – SWOT-аналіз у короткому варіанті

(S) – сильні сторони	(W) – слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1.Глобальна присутність 2.Фінансовий стан 3.Цінність бренди 4.Широкий асортимент 5.Смачна їжа 6.McDonald's - компанія, що займається нерухомістю 7.Технологічні ініціативи 8.Навчання та розвиток персоналу 9.Сильна маркетингова стратегія 10.Постійний контроль якості продукції 11.McDonald's пропонує знижку працівникам передньої лінії 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Складність управління 2.Ризики фінансового погіршення, неефективного управління, незадоволення клієнтів і низького рівня доходів 3.Перебої в ланцюжку поставок 4.Відсутність задоволеності працівників 5.Меню сніданків McDonald's втратило свою чарівність 6.Зміни уподобань клієнтів 7.Високі витрати на рекламу 8.Негативна реклама 9.Критика щодо здоров'я
(O) - можливості	(T) – загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1.Географічне розширення 2.Акцент на азійські ринки 3.Інноваційні продукти 4.Розширення екологічних ініціатив 5.Пропонуйте більш здорові варіанти 6.Розширити мережу закладів з можливістю замовлення їжі з дому, створення мобільних додатків для таких замовлень 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Високоризикові технологічні інвестиції 2.Конкуренція 3.Зміна смакових вподобань споживачі 4.Економіка переживає спад 5.Культурна загроза під час роботи в різних країнах 6.Нові тенденції у сфері швидкого харчування 7.Соціальна реклама McDonald's впливає на здоров'я молоді у світі <p style="text-align: center;">[54-56]</p>

Таблиця 2.3 – PEST-аналіз показників

(P) - політичні	(E) - економічні
<p>Збільшення кількості міжнародних торговельних угод (можливість)</p> <p>Більш жорсткі урядові рекомендації щодо харчування та здоров'я (загроза та можливість)</p> <p>Розвиток політики у сфері охорони здоров'я (загрози та можливості)</p>	<p>Повільне, але стабільне зростання розвинених країн (можливість)</p> <p>Уповільнення китайської економіки (загроза)</p> <p>Швидке зростання країн, що розвиваються (можливість)</p>
(S) – соціальні	(T) - технологічні
<p>Зростання наявного доходу (можливість)</p> <p>Напружений спосіб життя в міському середовищі (можливість)</p> <p>Зростання культурного розмаїття (загроза та можливість)</p> <p>Зростання популярності здорового способу життя (загроза і можливість)</p>	<p>Помірна науково-дослідницька діяльність у галузі (можливість)</p> <p>Підвищення рівня автоматизації бізнесу (можливість)</p> <p>Збільшення продажів через мобільні пристрої (можливість)</p>

Також проведемо оцінку ступеню впливу кожного фактора-події на компанію по 5 бальній шкалі:

- ”п'ять“ - сильний вплив, серйозна небезпека;
- ”одиниця“ - відсутність впливу, загрози.

Таблиця 2.4 – Оцінка показників PEST-аналізу

Фактор-події	
Можливість:	
1.Збільшення кількості міжнародних торговельних угод	4
2. Більш жорсткі урядові рекомендації щодо харчування та здоров'я	4

3.Розвиток політики у сфері охорони здоров'я	4
4.Повільне, але стабільне зростання розвинених країн	3
5.Швидке зростання країн, що розвиваються	3
6.Зростання наявного доходу	3
7.Напружений спосіб життя в міському середовищі	2
8.Зростання культурного розмаїття	2
9.Зростання популярності здорового способу життя	3
10.Помірна науково-дослідницька діяльність у галузі	2
11.Підвищення рівня автоматизації бізнесу	3
12.Збільшення продажів через мобільні пристрої	4
Загроза:	
1.Більш жорсткі урядові рекомендації щодо харчування та здоров'я	4
2.Розвиток політики у сфері охорони здоров'я	3
3.Уповільнення китайської економіки	2
4.Зростання популярності здорового способу життя	4

За результатами оцінки, можна зробити наступні висновки:

1. Компанія має можливості збільшувати міжнародні торговельні угоди та реагувати на жорсткі урядові рекомендації щодо харчування та здоров'я. Також розвиток політики у сфері охорони здоров'я та зростання країн, що розвиваються, можуть створити нові можливості для компанії.

2. Повільне, але стабільне зростання розвинених країн та зростання наявного доходу також впливають на компанію, але в меншій мірі.

3. Напружений спосіб життя в міському середовищі та зростання культурного розмаїття можуть стати викликом для компанії, оскільки вони можуть вплинути на споживацькі прив'язки та попит на продукцію.

4. Зростання популярності здорового способу життя є як загрозою, так і можливістю для компанії. Вона може зазнати конкуренції з боку здорових

альтернативних продуктів, але також може використати цей тренд для просування своїх здорових продуктів.

5. Помірна науково-дослідницька діяльність у галузі, підвищення рівня автоматизації бізнесу та збільшення продажів через мобільні пристрої відкривають можливості для удосконалення процесів компанії та залучення нових клієнтів.

Ураховуючи ці фактори, компанія повинна активно реагувати на зміни в політичному, економічному, соціальному та технологічному середовищі, використовуючи можливості і стримуючи загрози для свого успіху та зростання.

РОЗДІЛ 3 ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАКДОНАЛЬДСУ

3.1 Ефективність MCDonald's

Використовуючи інтернет були знайдені наступні показник. За результатами фінансової звітності за чотири роки проаналізуємо діяльність:

Таблиця 3.1 – Баланс, млн.USD [57]

Рік	2019	2020	2021	2022
Усього активи	47510,8	52626,8	53854,3	50435,6
Усього зобов'язань	55721,1	60451,7	58455,3	56439,0
Усього акціонерного капіталу	-	-6566,2	-6003,4	-5776,1

Протягом трьох років з 2019 р. по 2021 р. MCDonald's постійно збільшувала свою власність, й тільки станом на 2022 рік показник трішки зменшився, це свідчить про те, що компанія інвестує в розширення своєї діяльності та придбання нових активів, але в останій рік бачимо різкий спад цього показника, що пояснюється економічної кризи останніх років загалом бачимо спад з 53854,3 млн.USD у 2021 році до 50435,6 млн.USD у 2022 році.

Таблиця 3.2 – Звіт про рух грошових коштів, млн.USD [58]

Рік	2019	2020	2021	2022
Операційний грошовий потік	8122,1	6265,2	9141,5	7386,7
Інвестиційний грошовий потік	-3071,1	-1545,8	-2165,7	-2678,1
Фінансовий грошовий потік	-4994,8	-2249,0	-5595,6	-6580,2
Вільний грошовий потік	32,5	2550,6	1260,1	-2125,4

Звіт про рух коштів вказує на активну діяльність компанії McDonald's. Всі грошові потоки не є стабільними та постійно змінюються, то зменшуючись, то зростаючи. Порівнюючи 2019 рік з 2022 можемо сказати, що грошовий потік від операційної діяльності зменшився з 8122,1 млн.USD до 7386,7 млн.USD, що

скоріш за все спричинено поступовим відновленням та більш обережною діяльністю компанії після спалаху коронавірусу в усьому світі. Гошовий потік від інвестиційної діяльності також зменшився з -3071,1 млн.USD до -2678,1 млн.USD, тобто також бачимо обережність в діяльності пов'язаною з інвестиціями. А ось грошовий потік від фінансової діяльності навпаки зріс з -4994,8 млн.USD до -6580,2 млн.USD, що може бути пов'язаним з закриттям різних зобов'язань, що є важливим для стабільного зростання та відсутності заборгованостей.

Таблиця 3.3 – Ключові показники [59]

Рік	2019	2020	2021	2022
Рентабельність власного капіталу, %	-73,39	-60,46	-163,99	-102,90
Рентабельність активів, %	12,68	8,99	14,01	12,25
Коефіцієнт співвідношення боргу до власного капіталу	-4,16	-4,79	-7,74	-5,98

У разі, якщо негативне значення рентабельності власного капіталу перевищує мінус 100 %, наприклад становить як в нашому випадку за 2021 рік майже -164 %, це означає, що реальна вартість активів підприємства зменшена на 64 % власного капіталу, тобто статутного, додаткового капіталу та інших складових власного капіталу не вистачило для покриття збитків. Таким чином, усіх активів підприємства не вистачає для виконання зобов'язань з погашення позичок. Але вже станом на 2022 рік, цей відсоток є зовсім незначним, що вказує на подолання компанією тимчасових складнощів викликаних реаліями карантинного року.

Таблиця 3.4 – Фінансова звітність [59, 60]

Рік	2019	2020	2021	2022
Показники ліквідності	0,98	1,01	1,78	1,43

Чистий прибуток	6025,4	4730,5	7545,2	6177,4
-----------------	--------	--------	--------	--------

Показник ліквідності McDonald's зазвичай перевищує 1, або знаходиться на рівні 1, що свідчить про те, що компанія здатна виконувати свої короткострокові зобов'язання. Коефіцієнт ліквідності компанії збільшився з 0,98 у 2019 році до 1,43 у 2022 році. Це свідчить про те, що компанія змогла підтримати здоровий рівень ліквідності, який є важливим для діяльності компанії.

McDonald's стабільно генерувала чистий прибутки протягом останніх досліджуваних років. Загалом чистий прибуток компанії постійно коливався, адже за 2020 рік він склав 4730,5 млн. USD, що на 21,49% менше, ніж у 2019 році, у 2021 році він склав 7545,2 млн. USD, що на 59,50% більше, ніж у 2020 році й у 2022 рік склав 6177 млн. USD, що на 18,13% менше, ніж у 2021 році. Незважаючи на це можна сказати, що прибуток McDonald's залишається високим і є відображенням здатності компанії генерувати дохід, контролювати витрати та підтримувати сильний імідж бренду.

Загалом, McDonald's є однією з найбільших мереж швидкого харчування в світі і має значний вплив на глобальну галузь ресторанного бізнесу. Незважаючи на складні часи для всього світу й тим паче для економічної стабільності та конкуруючого ринкового середовища McDonald's демонструє впевнені та високі показники, підкреслюючи міць своєї позиції та місця в даній галузі.

Коефіцієнт ефективності - показник, що дорівнює відношенню витрат до доходів і виражений у відсотковому співвідношенні. З урахуванням декількох його варіацій, цей коефіцієнт дає оцінку обсягу витрат, понесених на отримання доходів окремою особою або компанією.

Таблиця 3.5 – Необхідні компоненти для розрахунку ефективності [61]

Компонент аналізу, млн.USD	2022	2021	2020	2019
-------------------------------	------	------	------	------

Загальний дохід	23182,6	23222,9	19207,8	21364,4
Витрати	12837,8	12866,9	11883,8	12294,6
Вартість активів	6177,4	7545,2	4730,5	6109,4
Собівартість (операційні доходи)	10344,8	10356,0	7324,0	9069,8
Чистий прибуток після сплати податків	6177,4	7545,2	4730,5	6109,4

1. Як вже писала раніше, формула для розрахунку ефективності:

$$\text{Ефективність} = (\text{дохід} / \text{витрати}) * 100\% \quad (3.1)$$

$$\text{Коефіцієнт ефективності (2022)} = (23182,6 / 12837,8) * 100\% = 180,58\%$$

$$\text{Коефіцієнт ефективності (2021)} = (23222,9 / 12866,9) * 100\% = 180,49\%$$

$$\text{Коефіцієнт ефективності (2020)} = (19207,8 / 11883,8) * 100\% = 161,63\%$$

$$\text{Коефіцієнт ефективності (2019)} = (21364,4 / 12294,6) * 100\% = 173,77\%$$

Коефіцієнт ефективності за 2022 рік складає 180,58% - це означає, що підприємство McDonald's отримує більше прибутку, ніж витрачає на свою діяльність. Тобто кожен витрачений долар приносить прибуток майже удвічі більше від витрат.

Коефіцієнт ефективності підприємства McDonald's, який був розрахований для років 2019-2022, показує стабільну тенденцію зростання. За цей період часу ефективність підприємства зросла з 173,77% в 2019 році до 180,58% в 2022 році. Це означає, що підприємство отримує більше прибутку, ніж витрачає на свою діяльність.

2. Рентабельність виробництва

$$\text{Рентабельність виробництва} = (\text{Чистий прибуток} / \text{Собівартість}) * 100\% \quad (3.2)$$

$$\text{Рентабельність виробництва (2022)} = (6177,4 / 10344,8) * 100\% = 59,72\%$$

$$\text{Рентабельність виробництва (2021)} = (7545,2 / 10356,0) * 100\% = 72,86\%$$

$$\text{Рентабельність виробництва (2020)} = (4730,5 / 7324,0) * 100\% = 64,59\%$$

$$\text{Рентабельність виробництва (2019)} = (6109,4 / 9069,8) * 100\% = 67,36\%$$

Рентабельність виробництва за 2022 рік складає 59,72% - це свідчить про те, що підприємство успішно здійснює свою діяльність і може ефективно

контролювати витрати, щоб забезпечити прибутковість своїх виробничих операцій. McDonald's генерує достатній прибуток зі своїх виробничих зусиль. Тобто на кожен долар витрат припадає майже 60 центів прибутку.

Рентабельність виробництва підприємства McDonald's, яка була розрахована для років 2019-2022, демонструє певну коливання, але в цілому залишається на достатньо високому рівні. Хоча рентабельність виробництва в 2022 році трохи знизилась порівняно з попередніми роками, підприємство все ще генерує високий рівень прибутку зі своїх виробничих зусиль. Зростання рентабельності виробництва з 2019 по 2021 роки і деяке зниження в 2022 році може бути результатом різних факторів, наприклад складна політична ситуація в світі, наприклад в Україні протягом 2022 року тимчасово припинили свою роботу деякі заклади McDonald's, або ж фактор зміни витрат, конкурентної ситуації на ринку.

3. Рентабельність активів

Рентабельність активів = (Чистий прибуток / Вартість активів) * 100% (3.3)

Рентабельність активів (2022) = (6177,4 / 6177,4) * 100% = 100%

Рентабельність активів (2021) = (7545,2 / 7545,2) * 100% = 100%

Рентабельність активів (2020) = (4730,5 / 4730,5) * 100% = 100%

Рентабельність активів (2019) = (6109,4 / 6109,4) * 100% = 100%

Рентабельність активів за всі роки складає 100% - це означає, що чистий прибуток, отриманий підприємством, дорівнює вартості його активів, такий показник свідчить про успішність управління активами та здатність підприємства забезпечувати стабільний прибуток з наявних ресурсів з року в рік.

4. Рентабельність продажів

Рентабельність продажів = (Чистий прибуток / Загальний дохід) * 100% (3.4)

Рентабельність продажів (2022) = (6177,4 / 23182,6) * 100% = 26,65%

Рентабельність продажів (2021) = (7545,2 / 23222,9) * 100% = 32,49%

Рентабельність продажів (2020) = (4730,5 / 19207,8) * 100% = 24,63%

Рентабельність продажів (2019) = (6109,4 / 21364,4) * 100% = 28,60%

Рентабельність продажів підприємства McDonald's, яка була розрахована для років 2019-2022, коливається в межах 24,63% - 32,49%. У 2022 році рентабельність продажів склала 26,65%.

Цей показник рентабельності продажів вказує на те, що підприємство отримує чистий прибуток на рівні від 24,63% до 32,49% від загального доходу. Це означає, що з урахуванням всіх витрат та доходів, McDonald's ефективно управляє своїми операціями з продажу та забезпечує високий рівень прибутковості від своїх продажів.

Таблиця 3.6 – Розраховані показники

Показники,%	Рік	2019	2020	2021	2022
Коефіцієнт ефективності		180,58	180,49	161,63	173,77
Рентабельність виробництва		59,72	72,86	64,59	67,36
Рентабельність активів		100	100	100	100
Рентабельність продажів		26,65	32,49	24,63	28,60

На основі створенної таблички можемо зробити висновок:

1. Коефіцієнт ефективності:

- Показник коефіцієнта ефективності демонструє незначний спад протягом років 2019-2021, але зростання в 2022 році.
- Цей спад може бути пов'язаний зі складним карантинним спадом та відновленням після реалій коронавірусу.

2. Рентабельність виробництва:

- Показник рентабельності виробництва показує зростання протягом років 2019-2020, але спад у 2021 році та невелике підвищення в 2022 році.
- Фактори, що можуть вплинути на цей спад та наступне підвищення, можуть включати зміни витрат на виробництво, конкуренцію на ринку або зміни в цінах на інгредієнти.

3. Рентабельність активів:

- Показник рентабельності активів залишається стабільним на рівні 100% протягом всіх років.
- Це свідчить про ефективне управління активами та здатність підприємства генерувати прибуток з наявних ресурсів.

4. Рентабельність продажів:

- Показник рентабельності продажів показує коливання протягом років, зі спадом у 2021 році та підвищенням у 2022 році.
- Ці зміни можуть бути обумовлені факторами, такими як зміни витрат на маркетинг та рекламу, конкуренція на ринку або зміни в цінах на продукцію.

3.2 Рекомендації для підвищення ефективності управління підприємства

Ось кілька рекомендацій, як підвищити ефективність управління підприємства та ефективність конкретного робітника:

1. Орієнтуватися на результат
2. Підтримання позитивного ставлення до роботи
3. Зосередитись на завданні
4. Уникати прокрастинації
5. Спілкування з членами команди
6. Зменшення робочого стресу
7. Визначення пріоритетності важливих завдань
8. Автоматизація всіх можливих завдань
9. Заохочення співробітників до спілкування в чаті, віч-на-віч
10. Обмеження переривання
11. Проведення щоденних 10-хвилинних зборів компанії
12. "Однозадачність", щоб встигати більше
13. Відмова від зустрічей на кшталт "Є хвилинка?"
14. Дотримання встановленого процесу
15. Використання програмного забезпечення для управління завданнями
16. Культура відкритого спілкування
17. Потрібно вчасно зупинитися

Рис. 3.1 – Рекомендацій, як підвищити ефективність управління підприємства та ефективність конкретного робітника

1. Орієнтуватися на результат

Можна підвищити ефективність в управлінні, якщо зосередитись насамперед на очікуваннях компанії або клієнта. Не потрібно витратити час на створення стратегії та плану. Необхідно починати негайно і зупинятися тоді, коли буде отримано бажаний результат. Замість того, щоб думати про те, як виконати завдання, варто зосередитись на тому, щоб зробити його правильно.

2. Підтримання позитивного ставлення до роботи

Для успішного виконання завдань робітникам потрібен позитивний настрій. Перш ніж приступити до виконання професійного завдання, кожному варто переконатися, що він перебуває в гарному настрої, щоб виконати завдання належним чином. Кожен може підтримувати позитивний настрій, думаючи про очікуваний результат, це також може слугувати позитивною мотивацією.

3. Зосередитись на завданні

Важливий спосіб підвищити ефективність на робочому місці - зосередитися на виконанні одного завдання, перш ніж приступити до іншого. Варто уникати багатозадачності, оскільки вона може знизити продуктивність робітника. Якщо зосередитись на виконанні одного завдання за раз це призведе до успішного завершення різних проектів.

4. Уникати прокрастинації

Прокрастинація - це звичка відкладати завдання на більш пізній термін. Кожен може підвищити ефективність на робочому місці, якщо буде виконувати завдання, вчасно. Щоб уникнути прокрастинації, співробітнику варто встановити дедлайни для своїх завдань, щоб створювати мотивування підтримувати робочий темп.

5. Спілкування з членами команди

Спілкування є важливим фактором, який може підвищити продуктивність компанії. Спілкування з членами команди - це чудовий спосіб знайти рішення. Робітники можуть дізнатися нову інформацію про бізнес-концепцію завдяки спілкуванню, підвищуючи свою ефективність.

6. Зменшення робочого стресу

Кожен співробітник має виробити звички, які допоможуть їм зменшити стрес на робочому місці. Різні люди по-різному справляються зі стресом на роботі. Наприклад, комусь варто піти у відпустку або зайнятися фізичними вправами, щоб отримати достатню мотивацію для відновлення і підвищення продуктивності. Якщо повернутися до роботи після вправ, що знімають стрес або відпочинку, робітник зможе стати більш ефективними у виконанні проектів компанії.

7. Визначення пріоритетності важливих завдань

Кожен може підвищити свою ефективність в компанії, розставивши свої обов'язки в порядку важливості. Це може мотивувати конкретного робітника до виконання інших завдань, якщо він закінчить найважливіше завдання у особистому списку. Визначення пріоритетності важливих завдань також може допомогти зосередитися і докласти потрібну кількість енергії для завершення складних завдань, перш ніж приступити до інших.

8. Автоматизація всіх можливих завдань

Незалежно від того, чи це надсилання квитанцій про зарплату співробітникам, чи квитанції постачальникам, варто автоматизувати все, що можливо.

Автоматизація бізнесу - це просто розкіш, як багато хто думає зараз. Та це й необхідність у сучасному конкурентному середовищі. Автоматизація монотонних завдань економить час співробітників і дозволяє їм виконувати більш продуктивні завдання, які вимагають критичного мислення або людського дотику.

Хоча, на початку, впровадження автоматизованих процесів може коштувати дорожче, в довгостроковій перспективі це дозволить скоротити витрати, а також підвищити ефективність бізнесу [67,78,79,80,83,88,95,96,103,104,105,].

9. Заохочення співробітників до спілкування в чаті, віч-на-віч

Будь то швидке надсилання електронного листа або повідомлення в чаті колезі - воно може здатися більш ефективним способом отримати відповідь. Часто це може мати протилежний ефект, оскільки подальша переписка може зайняти більше часу, ніж швидке спілкування віч-на-віч.

Skype, Google Meet/Chat, Telegram, WhatsApp, Gmail та інші інструменти онлайн-спілкування завжди стають у нагоді, коли потрібно швидко передати повідомлення колегам. Однак особиста взаємодія дійсно прискорює процес вирішення проблеми, відповіді на питання або з'ясування чогось важливого.

Як можна забезпечити оптимальний баланс між цими двома формами взаємодії для досягнення оптимальної ефективності? – Банально, але просто – варто заохочувати співробітників відкрито спілкуватися один з одним, коли їм це потрібно.

Хоч чат і електронна пошта мають своє місце, але саме коли співробітникам комфортно спілкуватися віч-на-віч, можна забезпечити ефективний рух бізнесу, і проблема, яку можна було вирішити за п'ять хвилин спілкування, не перетвориться на 100500 повідомлень в електронному листуванні.

10. Обмеження переривання

Якщо у співробітників виникають проблеми з ефективним виконанням завдань, це може бути наслідком постійних переривань. Потрібно спробувати запланувати кілька зустрічей на один день, а не розкидати їх по всьому тижню, і виділити в календарі час для активної роботи. Виділення часу для безперервної роботи може допомогти робітникам краще зосередитися і, як наслідок, працювати ефективніше.

Але наради - не єдині порушники: постійні сповіщення електронною поштою, спливаючі повідомлення в чаті та сповіщення від внутрішнього програмного забезпечення для управління проектами - все це може відволікати увагу та переривати потік роботи.

Загалом, відновлення ефективної роботи після перерви займає близько хвилини. Існує безліч інструментів і додатків, які не відволікають від роботи, що може допомогти працювати більш ефективно.

11. Проведення щоденних 10-хвилинних зборів компанії

Так, наради зазвичай вважаються необхідністю, але вони можуть затягнутися до такої міри, що поглинатимуть робочий день. Я пропоную коротші та ефективніші зустрічі, які охоплюють основні питання хвилин за 5-10.

Це не тільки хороший спосіб тримати всіх співробітників в курсі всіх нових подій в компанії, але й спрощує процес проведення зустрічей, скорочуючи час, який витрачається даремно. Цей процес продовжує працювати ефективно, оскільки усуваються непотрібні зустрічі.

12. "Однозадачність", щоб встигати більше

Кожен вважає себе чудовими багатозадачним користувачем, зараз у мене на ноутбучі відкрито 15 вкладок - і це консервативна цифра порівняно з деякими днями.

Однак існує думка, що хоча люди потенційно можуть працювати в режимі багатозадачності, вони не обов'язково стають більш продуктивними. Ось тут і виникає ідея "однозадачності" (або зосередження на одному завданні до його завершення).

Робота над підвищенням рівня "однозадачності" і не переходити до наступного проекту, поки поточний не буде завершено, безумовно, допоможе. Однозадачність дозволяє робити більш швидко, не дозволяючи проектам гнити на лозі, коли вони майже завершені. Зосередження на "однозадачності", поки проект не буде завершено, допоможе робітникам насправді виконати його, а не розбиватися на стільки різних проектів, що жоден з них ніколи не буде завершено.

13. Відмова від зустрічей на кшталт "Є хвилинка?"

Це незаплановані зустрічі, які зазвичай відволікають від продуктивності. Чому такі зустрічі погано впливають на ефективність офісу? Реальність така,

що майже нічого важливого не можна зробити за одну хвилину, а це означає, що одна хвилина перетворюється на 10, 15 хвилин або довше, що в підсумку призводить до жахливо неефективного управління часом.

Натомість намагайтеся планувати короткі зустрічі з чітко визначеним часовим проміжком і дотримуватися теми, яку ви хочете обговорити. Навіть простий електронний лист із проханням: "Чи можемо ми зустрітися на 5 хвилин о 14:45, щоб обговорити завершення проекту?" досягає мети: зустріч має бути короткою, запланованою та особистою.

14. Дотримання встановленого процесу

Якщо у робітник має проект, який вже виконується, спроба прискорити його виконання може призвести до того, що він буде зрізати кути. Якщо він намагається зрізати кути, щоб прискорити процес, щось може бути упущено, що потім доведеться виправляти, а це коштує часу і грошей.

Справи йдуть більш гладко, якщо кожен дотримується процесу, з якого починав. Чи означає це, що ніколи нічого не змінювати? Звичайно ні! Але якщо змінюється процес, варто зробити це свідомо, а не просто з примхи чи через те, що утворюється відставання від графіка. Процеси можна змінювати, але це слід робити навмисно і повідомляти про це всю команду після того, як потенційна зміна буде схвалена.

15. Використання програмного забезпечення для управління завданнями

Електронна пошта не є ідеальним методом комунікації або співпраці в команді. Програмне забезпечення для управління завданнями для визначених команд може допомогти всім працювати разом більш ефективно, відстежувати прогрес і не відстаючи від поставлених завдань. Воно економить час на перевірку електронних листів, а також дозволяє ефективніше відстежувати прогрес.

16. Культура відкритого спілкування

Як і в пораді номер 2, варто заохочувати співробітників до відкритого спілкування. Але це виходить за рамки ідеї спілкування віч-на-віч для вирішення проблем. Чи відчують робітники себе комфортно, висловлюючи

свої занепокоєння або надаючи зворотній зв'язок про те, як управляється компанія? Найкращий спосіб підвищити ефективність бізнесу - це заохочувати зворотній зв'язок, ідеї та комунікацію між відділами.

Керівники не можуть бути всюди одночасно, і не можуть побачити всього. Саме співробітники можуть помітити сферу діяльності компанії, яку можна зробити більш ефективною, або процес, який можна оптимізувати. Варто переконатись, що вони не соромляться висловлювати свої думки та надавати зворотній зв'язок, особливо коли йдеться про підвищення ефективності. Заохочуючи колег бути частиною процесу підвищення ефективності, можна створити більш продуктивну та ефективну команду.

17. Потрібно вчасно зупинитися

Звичайно ж важливо згладити якомога більше перегинів, щоб допомогти компанії працювати ефективніше, але керівники також повинні знати, де провести межу. Не кожен процес можна або потрібно автоматизувати, так само як і не кожна зустріч завжди закінчується в запланований час. Але надмірне зосередження на ефективності може відволікти від того, що дійсно важливо для бізнесу: зростання.

Важливо прагнути до ефективності, але не дозволяйте меті ведення більш ефективного бізнесу затьмарювати інші цілі. Методом проб і помилок, а також завдяки зворотному зв'язку з співробітниками протягом усього процесу, керівник зможе відстежувати, що працює, а що ні, і підвищувати ефективність бізнесу, продовжуючи при цьому рости і зміцнювати бізнес.

3.3 Сфери для підвищення ефективності бізнесу

Деякі бізнес-процеси вже можуть бути оптимізовані для досягнення максимальної ефективності, тоді як інші потребують додаткового стимулювання. Пропонуємо ознайомитися з сімома ключовими бізнес-функціями, які компанії можуть проаналізувати, щоб визначити, наскільки ефективними є їхні процеси зараз і де вони можуть покращити їх.



Рис. 3.2 – Напрями ефективності

Детальніше розберемо кожен з напрямів:

➤ Рентабельність інвестицій

Компанія може почати оцінювати ефективність, вимірявши рентабельність інвестицій, тобто, скільки доходу було отримано порівняно з тим, скільки коштувало отримання цього доходу. На додаток до аналізу рентабельності інвестицій у попередні ініціативи, компанія повинна оцінити потенційну рентабельність майбутніх інвестицій.

Наприклад, інвестиції в нове заводське обладнання, яке прискорює виробничий процес, можуть збільшити дохід бізнесу в майбутньому, якщо це означає, що продукція швидше потрапить до рук споживачів.

➤ Ефективність процесу

Ефективність процесу - це сила внутрішніх процесів [66-74,76,77,81,82,84-87,89-91,98-100,108-111]. Наприклад, ефективний процес управління запасами дозволить компанії швидко розпаковувати, розподіляти та використовувати матеріали для виробництва продукції, яка відповідає замовленням, тоді як неефективні процеси створюють вузькі місця та уповільнюють роботу.

Якщо розподіл матеріалів здійснюється неефективно, наприклад, щось може накопичуватися на складі, займаючи цінний простір і збільшуючи транспортні витрати, поки воно чекає на використання для виконання замовлень. Його також буде важко знайти, коли воно знадобиться, і це ще одна втрата часу. Неефективність на будь-якому етапі процесу часто призводить до однакових результатів: вищих витрат для компанії та довшого часу очікування для клієнтів.

➤ Операційна ефективність

Операційна ефективність фокусується на основних операціях компанії - як на конкретних відділах, так і на міжвідомчій інтеграції та комунікації.

Наприклад, дані компанії, які не є централізованими або постійно оновлюються, можуть призвести до непослідовних або помилкових рішень і стратегій у різних сферах бізнесу. Аналогічно, чим довше триває передача кваліфікованих потенційних клієнтів у відділ продажів, тим більша ймовірність того, що потенційні клієнти підуть до інших відділів. Операційна ефективність розглядає як внутрішні, так і зовнішні фактори, які можуть вплинути на результати бізнесу.

➤ Екологічна ефективність

Щоб проаналізувати екологічну ефективність компанії, представники бізнесу можуть виміряти і порівняти рівень забруднення, використання енергії та відходів з конкурентами та екологічно свідомими орієнтирами [65,69,75,94,97,106,107,112,113]. Деякі компанії проводять внутрішній аналіз, тоді як інші наймають зовнішніх аналітиків для оцінки своїх організацій. Сталі бізнес-практики, такі як використання перероблених та відновлюваних матеріалів, не лише допомагають захистити довкілля, але й можуть зменшити витрати. Навіть якщо "зелені" ініціативи є більш витратними в короткостроковій перспективі, вони можуть мати позитивний вплив на сприйняття компанії громадськістю та призвести до збільшення продажів, що приносить більший прибуток.

➤ Енергоефективність

Компанії, які використовують енергоефективне обладнання та поновлювані джерела, такі як сонячна енергія, можуть зменшити свої витрати на електроенергію [63,64,92,102,111]. Підприємства також можуть оцінити кількість енергії, що використовується на кожному етапі життєвого циклу продукту, і знайти шляхи оптимізації виробничих процесів для зменшення енергоспоживання. Відносно невеликі інвестиції, наприклад, встановлення освітлення, яке автоматично вимикається, коли офіс компанії порожній, можуть зменшити використання енергії та знизити витрати. Але це може коштувати великих грошей, водночас.

➤ Ефективність праці та продуктивність

Це та сфера, яка є темою кваліфікаційної роботи власне. Компанії часто шукають способи максимізувати продуктивність. Автоматизація певних процесів, таких як нарахування заробітної плати та виставлення рахунків, за допомогою програмного забезпечення звільняє працівників від нудних завдань, щоб вони могли зосередити свої навички та увагу на більш стратегічній, високоцінній роботі.

Автоматизація також підвищує точність багатьох повторюваних завдань, таких як ручне введення даних, скорочуючи час, що витрачається на перевірку і виправлення помилок. Встановлення контрольних показників, використання новітніх технологій та належне управління командою може забезпечити ефективну роботу співробітників - і те, що вони будуть залучені до роботи, яка приносить їм задоволення.

➤ Фінансова ефективність

Фінансова ефективність компанії вимірюється шляхом визначення того, який відсоток від її доходу йде на витрати. Якщо витрати компанії перевищують її доходи, вона може страждати від фінансової неефективності, яку необхідно усунути. Чим вища фінансова ефективність, тим більше бізнес може інвестувати в розширення та інші вдосконалення.

ВИСНОВКИ

У роботі представлено огляд теоретичних та практичних досліджень розвитку як самої ефективності підприємства, так і покращення управління ефективності підприємства. Зроблено висновок, як можна підвищити ефективність підприємства МакДональдс.

Питання підвищення ефективності бізнес-операцій набуває особливого значення в умовах сучасного бізнес-середовища. Для менеджерів великий виклик полягає в тому, як досягти і зберегти, не кажучи вже про те, як підвищити ефективність в дуже неоднорідному, складному, невизначеному і непередбачуваному бізнес-середовищі.

Вагомими джерелами ефективності підприємства в сучасному бізнес-середовищі є реструктуризація підприємства, ділова активність, а також комплексний підхід до управління витратами, який стає все більш важливим фактором успіху бізнесу та джерелом конкурентних переваг.

Джерела ефективності підприємства мають динамічний характер і можуть змінюватися відповідно до змін і тенденцій бізнес-середовища. У сучасному бізнес-середовищі підтримання, не кажучи вже про підвищення ефективності підприємства, є справжнім викликом.

Практики управління ефективністю змінюються зі зміною бізнес-середовища та сучасних технологій. Таким чином, необхідно інтегрувати різні ініціативи з управління ефективністю управління підприємства, а також інтегрувати ініціативи з управління самою ефективністю того ж працівника окремо. Лише комплексне та взаємодоповнююче застосування альтернативних джерел покращення ефективності може призвести до позитивного впливу на продуктивність підприємства в довгостроковій перспективі. Однак, важко просто сказати, що інтеграція неминуче призведе до підвищення ефективності управління, а в подальшому продуктивності підприємства.

Зрозуміло, що не кожен бізнес потребує однакового підвищення ефективності. Наприклад, два конкуруючі виробники можуть мати однакоvu норму прибутку, але дуже різні витрати.

Виробник А може мати тісні стосунки з транспортною компанією і може транспортувати свої товари дешево і швидко, але його дохід може постраждати від ненадійного процесу замовлення, через що він часто відчуває дефіцит сировини і не може виконати замовлення.

Тим часом виробник Б може оптимізувати процес замовлення, але якщо він покладається на єдиного постачальника сировини, який має власні проблеми, виробництво може зупинитися. Обидві компанії повинні вирішити різні проблеми, щоб створити більш ефективний бізнес.

Як приклад, McDonald's використовує працівників для створення позитивного іміджу у свідомості співробітників, зацікавлених сторін та зовнішніх клієнтів. Це пов'язано з тим, що вони визначають прибутковість і фінансову стабільність організації. Організація не може працювати без їхньої підтримки та відданості. Роботодавці повинні підтримувати і контролювати образ, створений у свідомості працівників, акціонерів і клієнтів, щоб забезпечити прибутковість, яка виникає з побудови справжньої відданості, самореалізації, гордості і приналежності до істинного духу і слів. А саме ж підприємство має коефіцієнт ефективності 1,8, то є добре, бо це значить, що на цілих 80% робить свою справу навіть краще. А це означає, що нинішня культура, технології, реклама, працівники роблять своє діло. Залишилось тільки попрацювати над покращенням середовища роботи можливостей підприємства у майбутньому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вікіпедія. Ефективність. Взято з <https://uk.wikipedia.org/wiki/Ефективність>
2. Stone, Deborah, 2012. Policy paradox: the art of political decision making. New York: Нью-Йорк: W. W. Norton & Company Inc.
3. Гупало А.О. Визначення змісту понять: «ефект», «ефективність» та «результативність». Взято з http://www.confcontact.com/20121221/3_gupalo.htm
4. О.І.Момот, А.О.Демченкою. Про сутність понять «ефективність» та «результативність» в економіці. Економічний вісник Донбасу №3 (33), 2013. Взято з <http://dspace.nbuu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/123349/27-Demchenko.pdf?sequence=1>
5. А.В.Череп. 2013. Ефективність як економічна категорія. Взято з <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1727>
6. Букліб. 16.1.Суть ефективності як економічної категорії. Взято з <https://buklib.net/books/29450/>
7. Словопедія. Коефіцієнт ефективності. Взято з <http://slovopedia.org.ua/38/53402/380608.html>
8. Р.В.Шамрін. 2012. Вплив ефективності діяльності підприємства на ціноутворення за умов ринку // Ефективна економіка №3, 2012. Взято з <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1021>
9. Братанич М.В. Класифікація видів і форм прояву ефективності. Взято з http://www.rusnauka.com/31_PRNT_2010/Economics/73189.doc.htm#:~:text=За%20Оцією%20ознакою%20можна%20виділити,%20С%20соціальну%20та%20соціально-економічну.
10. Економіка підприємств. Поняття і види ефективності економічна суть і загальна методологія визначення. Взято з https://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/19420/

11. Вікіпедія. Ефективність суспільного виробництва. Взято з [https://uk.wikipedia.org/wiki/Ефективність суспільного виробництва](https://uk.wikipedia.org/wiki/Ефективність_суспільного_виробництва)

12. О.М.Савицька. 2019, Червень 27. Ефективність діяльності та управління підприємством: особливості використання теорії, методології та результативності аналітичних досліджень. Взято з http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/6_2019/57.pdf

13. Інноваційне підприємство. Тема 9. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємства. Взято з: <https://elearn.nubip.edu.ua/mod/book/view.php?id=357320>

14. О.А.Кравченко, В.В.Ільницький, О.І.Ульяновський. 2013. Забезпечення результативності виробничої діяльності підприємства. Економіка промисловості та організація виробництва. УДК 330.341.2. Взято з <https://economics.net.ua/files/archive/2013/No3/29-35.pdf>

15. Мороз О.С. Результативність та ефективність публічного управління та адміністрування. Взято з https://old-zdia.znu.edu.ua/gazeta/monodrupradmin_385.pdf

16. Словник української мови. Неефективність. Взято з <http://sum.in.ua/s/neefektyvnistj>

17. Uk.economy-pedia. Нефективність. Взято з <https://uk.economy-pedia.com/11032266-inefficiency>

18. Словник.ua. Неефективний. Взято з <https://slovnyk.ua/index.php?swrd=неефективний#:~:text=Який%20не%20приводить%20до%20потрібних%20чи%20бажаних%20результатів%2C%20наслідків.>

19. Вікіпедія. Ефективність використання ресурсів. Взято з https://uk.wikipedia.org/wiki/Ефективність_використання_ресурсів#:~:text=Розподільна%20ефективність%20означає%2C%20що%20ресурси,найбажаніші%20й%20найпотрібніші%20для%20суспільства.

20. Економічний енциклопедичний словник. Розподільча ефективність (ефективність Парето). Взято з <https://subject.com.ua/economic/slovník/6611.html>

21. Фінансова енциклопедія. 2021, Квітень 27. Ефективність розподілу. Взято з <https://ua.nesrakonk.ru/allocationalefficiency/>
22. Вікіпедія. Економічна ефективність. Взято з https://uk.wikipedia.org/wiki/Економічна_ефективність
23. Вікіпедія. Неокласична економіка. Взято з https://uk.wikipedia.org/wiki/Неокласична_економіка
24. Економічна теорія. Система макроекономічного регулювання. Взято з https://osvita.ua/vnz/reports/econom_theory/22264/
25. Володимир Дубровський. Кейнсіанство: хвороба «лівизни» у капіталізмі. Взято з https://zn.ua/ukr/promyshliennost/keynsianstvo_hvoroba_livizni_u_kapitalizmi.html
26. Віктор Козюк Кейнсіанство – ідеологія, риторика та маніпуляція. Взято з <https://www.epravda.com.ua/columns/2017/02/9/620279/>
27. Вікіпедія. Оптимум Парето. Взято з https://uk.wikipedia.org/wiki/Оптимум_Парето
28. Pidru4niki. Критерій ефективності Парето. Взято з https://pidru4niki.com/2015101166681/politekonomiya/kriteriy_efektivnosti_pareto
29. Stud.com.ua. Ефективність за Парето. Взято з https://stud.com.ua/143706/ekonomika/efektivnist_pareto
30. Саша Корж. Оптимальність за Парето: поняття, основні питання, приклади. Взято з <https://what.com.ua/optimalnist-za-pareto-poniatt/>
31. Фінансова енциклопедія. Ефективність Парето. Взято з <https://ua.nesrakonk.ru/pareto-efficiency/#:~:text=Ефективність%20Парето%2С%20або%20оптимальність%20Парето,не%20означає%20рівності%20та%20справедливості.>
32. Вікіпедія. Економіка добробуту. Взято з https://uk.wikipedia.org/wiki/Економіка_добробуту
33. Лук'яненко І.Г., Краснікова Л.І. Співвідношення між рівністю та ефективністю при оцінці державних програм, 2011. Взято з

<https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/737307ef-75d0-4186-9be9-bfb44b031985/content>

34. Р.В.Лавров. 2014. Забезпечення макрофінансової рівноваги в контексті розвитку фінансових інноваційних технологій. Електронний журнал «Державне управління: удосконалення та розвиток» №3, 2014. Взято з <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=688>

35. Галушка З.І., Дутчак А.В. 2015. Економічна та соціальна ефективність функціонування ринкового розподілу доходів: підходи до оцінки. Взято з <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomichna-ta-sotsialna-efektivnist-funktsionuvannya-rinkovogo-rozpodilu-dohodiv-pidhodi-do-otsinki>

36. Вікіпедія. Ефективність виробництва. Взято з https://uk.wikipedia.org/wiki/Ефективність_виробництва#:~:text=Ефективність%20виробництва%20—%20це%20показник%20діяльності,ресурсів%20із%20метою%20виробництва%20товарів.

37. Knoow.net. Виробнича ефективність. Взято з <https://knoow.net/uk/ekonomika-i-biznes/ekonomika/virobnycha-efektivnist/>

38. Віталій Кравченко. 2022, Червень 1. Ефективність виробництва. Взято з <https://livingfo.com/efektyvnist-vyrobnytstva/>

39. Ftplec.nlu.edu.ua. Тема: Ефективність ринків у теорії поведінкової економіки. Взято з <http://ftplec.nlu.edu.ua/Навчально-методичні%20матеріали/Кафедра%20економічної%20теорії/051.%20Економіка.%20Бакалаври/Поведінкова%20економіка/Презентации/ПЕ%20Тема%209.pdf>

40. Олександр Бандура. Ефективність ринків і економічна ефективність: проблеми вимірювання і зв'язок з економічним циклом. УДК 330. 101.541: 330.33. Взято з <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/daf46c47-f6dd-4970-9730-ff8bb85e07b1/content>

41. Esu. com. Економічна ефективність. Взято з <https://esu.com.ua/article-18769>

42. Pidru4niki. Ефективність управління. Взято з https://pidru4niki.com/85120/menedzhment/efektivnist_upravlinnya
43. Studies. Ефективність управління. Взято з <https://studies.in.ua/polit-men-shpora/2566-efektivnst-upravlnnya.html#:~:text=Ефективність%20управління%20–%20це%20ефективне%20керівництво,%2C%20продуктивно%2C%20з%20висок ою%20віддачею.>
44. Олександр Федоренко. 2020, Червень 14. Як використовувати КРІ. Взято з <https://waytobi.com/ua/blog/tracking-of-kpi.html>
45. Будуй своє. Бізнес-метрики: як рахувати ключові показники і що з ними робити. Взято з <https://buduysvoe.com/publications/biznes-metryky-yak-rahuvaty-klyuchovi-pokaznyky-i-shcho-z-nymy-robyty>
46. Vlog.imena.ua. Як визначити ефективність свого бізнесу. Взято з <https://www.imena.ua/blog/metric-of-business-efficiency/>
47. Роман Никулишин. Як оцінити ефективність бізнесу онлайн. П'ять прикладних інструментів. Взято з <https://forbes.ua/business/kak-otsenit-effektivnost-biznesa-onlayn-pyat-prikladnykh-instrumentov-01032021-930>
48. Володимир Ломійчук. 2019, Листопад 18. Що таке ефективність бізнесу у вимірюваних параметрах. Взято з <https://biz.nv.ua/ukr/experts/chto-takoe-effektivnost-biznesa-v-izmeryaemyh-parametrah-chetyre-etapa-ocenki-50054027.html>
49. Вікіпедія. McDonald's: вебсайт. Взято з <https://uk.wikipedia.org/wiki/McDonald%27s>
50. Kursak.com. Франчайзинг, його переваги та недоліки. Як вибрати франшизу. Взято з <https://www.kursak.com/franchayzynh-yoho-perevahy-ta-nedoliky-yak-vybraty-franshyzu/>
51. Андрій Конотопський. Франшиза МАкдоналдс: ціна в Україні в 2023 році, вартість, як отримати, вимоги. Взято з <https://itstatti.in.ua/18-biznes/705-franshiza-makdonalds.html>

52. Роби бізнес, Укр. 2019, Травень 20. Франшиза: вебсайт. URL: <https://робибізнес.укр/teoriya/franshiza/>

53. Пісаренко, А. (2023). Символ мирного життя: як McDonald's підвищив ціни після відкриття у Києві і чому для компанії важливий український ринок. PSM7 Business. Взято з <https://psm7.com/uk/business/simvol-mirnogo-zhittya-yak-mcdonalds-pidvishhiv-cini-pislya-vidkrittya-u-kiyevi-i-chomu-dlya-kompani%D1%97-vazhlij-ukra%D1%97nskiy-rinok.html#:~:text=Чому%20український%20ринок%20важливий%20для%20McDonald's&text=Сьогодні%20підприємство%20McDonald's%20з%20часткою,по%207%2C9%20мільярдів%20гривень.>

54. Офіційний сайт Макдональдс. Взято з <https://www.mcdonalds.com/ua/uk-ua/eat/fullmenu.html>

55. Koshachek. SWOT-аналіз Макдональдса. Взято з <https://ua.koshachek.com/articles/swot-analiz-makdonaldsa-upravlinnja.html>

56. Ni.biz. SWOT аналіз McDonalds. Взято з http://ni.biz.ua/8/8_9/8_98124_SWOT-analiz-McDonalds.html

57. Macrotrends. McDonald's Balance Sheet 2009-2023. Взято з <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/MCD/mcdonalds/balance-sheet>

58. Macrotrends. McDonald's Cash Flow Statement 2009-2023. Взято з <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/MCD/mcdonalds/cash-flow-statement>

59. Macrotrends. McDonald's Financial Ratios for Analysis 2009-2023. Взято з <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/MCD/mcdonalds/financial-ratios>

60. Macrotrends. McDonald's Income Statement 2009-2023. Взято з <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/MCD/mcdonalds/income-statement>

61. Investing.com. McDonald's. Взято з <https://ru.investing.com/equities/mcdonalds-income-statement>

62. .Buziness.ua. Як розрахувати рентабельність підприємства. Формула рентабельності. Взято з <https://biznesua.com.ua/yak-rozrahuvati-rentabelnist-pidpriyemstva-formula->

rentabelnosti/#:~:text=Щоб%20отримати%20показник%20рентабельності%2С%20необхідно,розділити%20на%20величину%20всіх%20витрат.

63. Вороненко В. І. Обґрунтування напрямів розвитку сонячної енергетики для України // Енергоефективність та відновлювальна енергетика в Україні: проблеми управління / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. І. М. Сотник. – Суми : ПФ «Видавництво “Університетська книга”», 2019. – С. 72-85. – Режим доступу: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80025>

64. Вороненко В.И., Бурлакова И.М.. Эфффекты от использования энергетических природных ресурсов в странах Европейского союза и Украине. Економіка та держава. 2018. № 7. С. 61-66. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/70636>

65. Вороненко В.И., Горобченко Д.В. Теоретические модели анализа эколого-экономического развития. Економічний простір: Збірник наукових праць. 2020. № 157. С. 65-68. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83711>

66. Вороненко В.І., Гриценко П.В., Омеляненко В.А. Визначення індикаторів та рівнів регуляторної ефективності податкових інструментів на національному та світовому рівнях. Проблеми та перспективи забезпечення макроекономічної стабільності : монографія / за ред. С. В. Леонова і М. М. Бричко. Суми : Сумський державний університет, 2022. С. 65-75. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90488>

67. Вороненко В.І., Кубатко О.В., Ковальов Б.Л., Гриценко П.В., Омеляненко В.А. Динаміка цифрової трансформації соціально-економічних та екологічних систем. Агросвіт. 2022. № 15-16. С. 15-22. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89229>

68. Гриценко П., Коваленко Є., Вороненко В., Смакоуз А., Степаненко Є. Аналіз дефініції «зміни» як економічної категорії. Механізм регулювання економіки, (1 (91), 92-98. URL: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.07>

69. Дяченко, А. В., Карінцева, О. І., Тарасенко, С. В., Харченко, М. О., Мазін, Ю. О., Кисильова, К. С. Формування інноваційного інструментарію економічної політики в умовах розвитку світової економічної кризи 2019- 2020

pp. в Україні // Механізм регулювання економіки. 2021. № 3. С. 21-40. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.93.02>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85737>

70. Економіка і бізнес : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, О. І. Карінцевої. Суми : Університетська книга, 2021. 316 с.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83721>

71. Економіка розвитку: європейський досвід упровадження досягнень Industries 3.0, 4.0 та 5.0. : навч. посіб. / за ред. Л. Г. Мельника, Ю. М. Завдов'євої. Суми : Університетська книга, 2022. 608 с.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91525>

72. Економіка та бізнес-інновації: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. – Суми : Університетська книга, 2023. – 702 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91523>

73. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Мазін, Ю. О., Фалько, К. С. Практичні засади підвищення ефективності логістичної діяльності сучасного підприємства. Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2021. № 3. С. 127–136. DOI: 10.21272/1817-9215.2021.3-14

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86223>

74. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Пономарьова, Г. С. Підвищення ефективності бізнес-процесів на виробничому підприємстві // Механізм регулювання економіки. 2020. № 4. С. 58-69.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83754>

75. Карінцева О.І., Дегтярьова І. Б., Харченко М.О., Долгошеєва О. І., Кіріл'єва А. В. Залучення іноземних інвестицій як інструмент забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку країни. Вісник СумДУ. Серія «Економіка», № 3' 2020. С. 199-211. DOI: 10.21272/1817-9215.2020.3-22

https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/3_2020/22.pdf

76. Лукаш, О., Дерев'янку, Ю., Васильєва, Т., & Танащук, М. (2022). Формування конкурентного середовища у освітньому просторі: роль освітніх провайдерів. Механізм регулювання економіки, (3-4(97-98), 31-39.

<https://doi.org/10.32782/mer.2022.97-98.08>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90532>

77. Мельник Л. (2021) Сучасні тренди економічного розвитку: Досвід ЄС та практика України: підручник / за ред. Л. Г. Мельника. Суми: ПФ «Видавництво “Університетська книга”», 2021. 432 с.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89235>

78. Мельник Л. Г., Карінцева О. І., Кубатко О. В., Сотник І. М., Завдов’єва Ю. М. Цифровізація економічних систем та людський капітал: підприємство, регіон, народне господарство // Механізм регулювання економіки. 2020. № 2. С. 9-28. DOI: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/82236>

79. Мельник, Л., Карінцева, О., Кубатко, О., Дерев’янку, Ю., Маценко, О. (2022). Реструктуризація соціально-економічних систем як складова формування цифрової економіки в Україні у період кризи. Механізм регулювання економіки, (1-2(95-96), 7-13.

80. Мельник Л. Г., Маценко О. М., Дериколенко О. М., Кириленко М. В., Стародуб І. А. Економіка підприємств, територій та макроекономічних систем в умовах цифрових трансформацій: від стабільності й лінійного мислення до антикрихкості та нелінійного, інноваційного мислення // Механізм регулювання економіки. 2021. № 3. С. 67-78. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.93.06>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87532>

81. Мельник, Л. (2022). Росія – країна, побудована на порушенні божих заповідей: погляд економіста . Механізм регулювання економіки, (3-4(97-98), 141-150.
<https://doi.org/10.32782/mer.2022.97-98.10>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90536>

82. Мельник, Л., Ковальов, Б. (2020). Проривні технології в економіці і бізнесі (Досвід ЄС та практика України у світлі III, IV, і V промислових революцій. Сумський державний університет, с. 180.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/79621>

83. Ніколаєв С.О., Вороненко В.І., Ковальов Б.Л., Гриценко П.В., Одеволе О.О. Блокчейн як фактор цифрової трансформації економіки України. Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка». 2021. №2. С. 16-23. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85043>

84. Омеляненко В.А., Литвиненко С.М., Вороненко В.І. Аналіз потенціалу конвергенції біо- та нанотехнологій в космічній галузі (національний та міжнародний аспект). Інновації і трансфер технологій: методи, моделі та механізми управління: колективна монографія / за ред. д.е.н. В.А. Омеляненка. Суми: Інститут стратегій інноваційного розвитку і трансферу знань, 2023. С. 284-296.

85. Сотник І. (2018) Підприємництво, торгівля та біржова діяльність / І. Сотник, Л. Таранюк. – Суми: Університетська книга, 2018. – 572 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80114>

86. Сучасні тренди економічного розвитку. Книга 1: Трансформації економічних систем: досвід ЄС в реалізації Industries 3.0, 4.0, 5.0: навчальний посібник / за ред. Л. Г. Мельника. Суми: Університетська книга, 2022. 608 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91526>

87. Сучасні тренди економічного розвитку. Книга 2: Кращі практики ЄС для сестейнового розвитку : навч. посіб. / за ред. Л. Г. Мельника, Ю. М. Завдов'євої. Суми : Університетська книга, 2022. 608 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91527>

88. Babenko V., Matsenko O., Voronenko V., Nikolaiev S., Kazak D. Economic prospects for cooperation the European Union and Ukraine in the use of blockchain technologies. The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism. 2020. № 12. С. 8-17. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83746>

89. Hrytsenko P., Voronenko V., Kovalenko Ye., Kurman T., Omelianenko V. Assessment of the development of innovation activities in the regions: Case of Ukraine. Problems and Perspectives in Management. 2021. 19(4). P. 77-88. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85729> (SCOPUS)

90. Hrytsenko, P. V., Kovalenko, Y. V., Voronenko, V. I., Smakouz, A. M., Stepanenko, Y. S. Analysis of the Definition of “Change” as an Economic Category // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 1. P. 92-98. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.07>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/84025>

91. Hrytsenko, P.V., Kovalenko, Y.V., Voronenko, V.I., Smakouz, A.M., Stepanenko, Y.S. Analysis of the Definition of “Change” as an Economic Category. Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 1. С. 92-98.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/84025>

92. Ji, Z., & Sotnyk, I. (2023). Economic analysis of energy efficiency of China’s and India’s national economies. Mechanism of an Economic Regulation, (1(99), 11-16. <https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.02>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91221>

93. Jianming Mu, Goncharenko O. S., Chortok Yu. V., Yaremenko A. H. Peculiarities of Formation of the Region's Logistics Infrastructure on the Basis of Eco-Innovations Within the Framework of Stakeholders' Partnership in the Enterprise-Region-State System // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 4. P. 22-29. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.94.03>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87514>

94. Karintseva O. I., Yevdokymov A. V., Yevdokymova A. V., Kharchenko M. O., Dron V. V. Designing the Information Educational Environment of the Studying Course for the Educational Process Management Using Cloud Services. Механізм регулювання економіки. 2020. № 3. С. 87-97. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2020.89.07>

95. Kovalov, B., Karintseva, O., Kharchenko, M., Khymchenko, Y., & Tarasov, V. (2023). Methods of evaluating digitization and digital transformation of business and economy: the experience of OECD and EU countries. Економіка розвитку систем, 5(1), 18-25. <https://doi.org/10.32782/2707-8019/2023-1-3>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91585>

96. Kovalov, B., Karintseva, O., Kharchenko, M., Khymchenko, Y., & Tarasov, V. (2023). Methods of evaluating digitization and digital transformation of business and economy: the experience of oecd and eu countries. *Економіка розвитку систем*, 5(1), 18-25. <https://doi.org/10.32782/2707-8019/2023-1-3> <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91585>
97. Kubatko, O. V., Kubatko, O. V., Sachnenko, T. I., Oluwaseun, O. O. Organization of Business Activities with Account to Environmental and Economic Aspects // *Mechanism of Economic Regulation*. 2021. № 2. P. 76-85. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.92.08>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85180>
98. Kubatko, O., Merritt, R., Duane, S., & Piven, V. (2023). The impact of the COVID-19 pandemic on global food system resilience. *Mechanism of an Economic Regulation*, (1(99), 144-148. <https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.22>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91371>
99. Lukash, O. A., Derev`yanko, Y. M., Kozlov, D. V., Mukorez, A. I. Regional Economic Development in The Context of the COVID-19 Pandemic and the Economic Crisis // *Mechanism of Economic Regulation*. 2021. № 1. P. 99-107. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.08>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/84026>
100. Kubatko, O. V., Chortok, Y. V., Honcharenko, O. S., Nechyporenko, R. M., & Moskalenko, I. M. (2019). Studying Features of Vehicle Type Selection by Trade and Logistics Enterprise. *Mechanism of economic regulation*. – 2019. – №3. – C. 73–82. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/76448>
101. Melnyk L. H., Derykolenko O. M., Mazin Yu. O., Matsenko O. I., Piven V. S. Modern Trends in the Development of Renewable Energy: the Experience of the EU and Leading Countries of the World // *Механізм регулювання економіки*. 2020. № 3. C. 117-133. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81810>
102. Melnyk, L. Hr., Shaulska, L. V., Mazin, Yu. O., Matsenko, O. I., Piven, V. S., Konoplov, V. V. Modern Trends in the Production of Renewable Energy: the Cost Benefit Approach // *Mechanism of Economic Regulation*. 2021. № 1. P. 5-16.

DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.01>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83761>

103. Melnyk, L., Karintseva, O., Kubatko, O., Derev'yanko, Y., & Matsenko, O. (2022). Restructuring of socio-economic systems as a component of the formation of the digital economy in Ukraine. Mechanism of an Economic Regulation, (1-2(95-96), 7-13. <https://doi.org/10.32782/mer.2022.95-96.01>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89627>

104. Melnyk, L., Kovalov, B., Mykahilov, S., Mykhailov, S., Skrypka, Y., & Starodub, I. (2022). Dynamics of reproduction of economic systems in the transition to digital economy – in the light of synergetic theory of development*. Mechanism of an Economic Regulation, (3-4(97-98), 7-14. <https://doi.org/10.32782/mer.2022.97-98.01> <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90520>

105. Melnyk, L., Matsenko, O., Kalinichenko, L., Holub, A., & Sotnyk, I. (2023). Instruments for ensuring the phase transition of economic systems to management based on Industries 3.0, 4.0, 5.0. Mechanism of an Economic Regulation, (1(99), 34-40. <https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.06>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91226>

106. Nesterenko V., Dolhosheieva O., Kirilieva A., Voronenko V., Hrytsenko P. «Green» vector of the economic development of the country. Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 3. С. 82-90. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87533>

107. Nesterenko, V. O., Dolhosheieva, O. I., Kirilieva, A. V., Voronenko, V. I., Hrytsenko, P. V. "Green" Vector of the Economic Development of the Country // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 3. P. 79-87. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.93.07>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87533>

108. Nikulina, M., Sotnyk, I., Derykolenko, O., & Starodub, I. (2022). Unemployment in Ukraine's economy: COVID-19, war and digitalization. Mechanism of an Economic Regulation, (1-2(95-96), 25-32.

<https://doi.org/10.32782/mer.2022.95-96.04>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89630>

109. Omelyanenko V., Pidorychev I., Voronenko V., Andrusiak N., Omelianenko O., Fyliuk H., Matkovskiy P., Kosmidailo I. Information & Analytical Support of Innovation Processes Management Efficiency Estimations at the Regional Level. *International Journal of Computer Science and Network Security*. 2022. Vol. 22, No. 6. P. 400-407. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89615>

110. Sotnyk I. M., Nahorni M. V., Maslii M. Yu., Nikulina M. P., Yehorov Y. V. Problems of Unemployment in Ukraine Under the COVID-19 Pandemic // *Mechanism of Economic Regulation*. 2021. № 3. P. 88-96. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.93.08>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87534>

111. Sotnyk, I. M., Matsenko, O. M., Popov, V. S., Martymianov, A. S. Ensuring the Economic Competitiveness of Small Green Energy Projects // *Mechanism of Economic Regulation*. 2021. № 1. P. 28-40. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.03>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/84021>

112. Tambovceva, T. T., Melnyk, L. Hr., Dehtyarova, I. B., Nikolaev, S. O. Circular Economy: Tendencies and Development Perspectives // *Mechanism of Economic Regulation*. 2021. № 2. P. 33-42. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.92.04>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85156>

113. Voronenko V., Horobchenko D. Approaches to the Formation of a Theoretical Model for the Analysis of Environmental and Economic Development. *Journal of Environmental Management and Tourism*. Craiova: ASERS Publishing, 2018. Vol. 9, Issue Number 5(29). P. 1108-1119. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/77227>