

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної магістерської роботи на тему «МЕНЕДЖМЕНТ ТА АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ»

Студентки Журавльової Катерини Михайлівни

В умовах ринкової економіки конкурентоспроможними можуть бути лише ті підприємства, які досягають високого рівня ефективності ведення діяльності. Це є головним елементом побудови успішного бізнесу. Саме тому нині приділяється багато уваги вивченню як теоретичних, так і практичних питань функціонування підприємств в умовах наростаючої конкуренції. Постійно виникає питання щодо економічної ефективності, яка характеризується співвідношенням між ресурсами і результатами виробництва, за якого отримують вартісні показники ефективності виробництва. З причини актуальності даної теми вона була обрана для вивчення. Всебічне та ґрунтовне проведення роботи забезпечить не лише формування сталих конкурентних переваг, а й максимізацію прибутку шляхом використання методів раціонального використання ресурсів.

Мета кваліфікаційної випускної роботи полягає у комплексному дослідженні теоретичних та практичних аспектів менеджменту ефективності діяльності торговельного підприємства, а також розробленні практичних рекомендацій щодо його удосконалення.

Об'єктом дослідження виступає система менеджменту ефективності діяльності торговельного підприємства у контексті управлінського обліку.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти менеджменту ефективного ведення діяльності підприємства.

У даній дипломній роботі використані такі методи економічних досліджень: аналіз та синтез, монографічний, логічне узагальнення,

балансовий, коефіцієнтний аналіз, кореляційно-регресивний аналіз, графічний метод.

Інформаційною базою кваліфікаційної магістерської роботи є нормативно-правова база яка стосується досліджуваного питання, літературні джерела (підручники, наукові статті, монографії), фінансові звіти ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП», електронні ресурси.

Основний науковий результат роботи полягає у такому:

- чітке розмежування категорій «ефективність» та «результативність»;
- систематизація факторів, що впливають на рівень ефективності;
- побудова множинної регресії, яка відображає рівень впливу факторів на показник ефективності та її ґрунтовний аналіз;
- розробка системи рекомендації по підвищенню ефективності які безперечно призведуть до покращення наявної ситуації, що було доведено шляхом розробки економіко-математичної моделі.

Одержані результати можуть бути використаними керівництвом підприємства у сфері організації управлінського обліку та виробничого процесу, а також при побудові роботи по підвищенню кваліфікації персоналу.

Ключові слова: ефективність ведення діяльності, показники ефективності підприємства, рентабельність продукції, фактори впливу на ефективність, рівняння множинної регресії, кореляційно-регресійний аналіз, управлінський облік.

Зміст кваліфікаційної випускної роботи викладено на 60 сторінках, зокрема список використаних джерел із 31 найменувань, розміщений на 4 сторінках. Робота містить 15 таблиць, 11 рисунків, а також 7 додатків, розміщених на 14 сторінках.

Рік виконання кваліфікаційної роботи – 2018 рік

Рік захисту роботи – 2018 рік

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1.ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	7
1.1.Поняття ефективності як економічної категорії	7
1.2. Показники оцінки ефективності діяльності.	10
1.3. Управління ефективністю діяльності підприємства.	15
РОЗДІЛ 2.ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО СТАНУ ВЕДЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ	20
2.1. Загальна організаційно-економічна характеристика ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП».....	20
2.2 Аналіз фінансових результатів ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП»	24
2.3. Оцінка ефективності роботи ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП»	28
РОЗДІЛ 3.НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП»	34
3.1. Методичні засади визначення найбільш релевантних факторів зростання ефективності діяльності ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП».	34
3.2. Аналіз впливу кваліфікації персоналу та введення програми лояльності для клієнтів для підвищення ефективності діяльності ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП».....	43
3.3. Рекомендації щодо підвищення ефективності ведення діяльності ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП»	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	52
ДОДАТКИ.....	56

ВСТУП

Підвищення ефективності ведення діяльності є одним із основних шляхів покращення економічної ситуації не лише в глобальних межах всесвітньої економіки, але в рамках одного, окремого підприємства. Дана тематика була обрана для вивчення з причини актуальності питання способів підвищення ефективності ведення діяльності. Категорія ефективності у торговому підприємстві є складною тому, що за відсутності виробництва складно оптимізувати робочий процес так, аби були враховані всі показники, які впливають на ефективність створення кінцевого блага.

На сьогоднішній день вітчизняні підприємства постійно мають справу з недосконалістю нормативно-законодавчої бази, низьким рівнем технічного забезпечення, швидкою зміною кадрового складу. За таких умов до завдання підвищення ефективності діяльності підприємства підходять зі сторони укріплення позицій на ринку за рахунок репутації, продумування довгострокової стратегії ведення бізнесу, вкладення в навчання та підвищення кваліфікації власного персоналу, впровадження системи управлінського обліку.

Метою даної дипломної роботи полягає у комплексному дослідженні теоретичних та практичних аспектів менеджменту ефективності діяльності торгівельного підприємства, а також розробленні практичних рекомендацій щодо його удосконалення.

Завдання даної дипломної роботи:

- 1) опрацювати теоретичні основи трактування ефективності діяльності господарювання;
- 2) визначити основні чинники та методи підвищення економічної ефективності організації;
- 3) зазначити загальну характеристику досліджуваного підприємства, сферу діяльності, основні відомості про ведення бухгалтерського та управлінського обліку;

- 4) проаналізувати стан економічної ефективності господарювання досліджуваного підприємства;
- 5) розробити економіко-математичну модель щодо впливу факторів на результат;
- 6) дослідивши, які фактори здійснюють найбільший вплив, обрати їх для використання на практиці.

Об'єктом дослідження виступає система менеджменту ефективності діяльності торговельного підприємства у контексті управлінського обліку.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти менеджменту ефективного ведення діяльності підприємства.

У даній дипломній роботі використані такі методи економічних досліджень: аналіз та синтез, монографічний, логічне узагальнення, балансовий, коефіцієнтний аналіз, кореляційно-регресивний аналіз, графічний метод.

Основними джерелами інформації для написання дипломної роботи були: нормативно-правова база яка стосується досліджуваного питання, літературні джерела (підручники, наукові статті, монографії), фінансові звіти ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП», електронні ресурси.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає в розробці рекомендацій щодо підвищення економічної ефективності підприємства ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП» та у впровадженні отриманих результатів у практику, що може призвести до позитивних зрушень в показниках ведення діяльності.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Поняття ефективності як економічної категорії

З розвитком ринкових відносин проблема ефективного ведення господарської діяльності постає все гостріше. Дослідження даного питання має важливе значення з причини наявності великої кількості позитивних наслідків використання принципів ефективності (рис. 1.1).



Рисунок 1.1 – Наслідки використання принципів ефективного ведення діяльності

Дослідження питання ефективного ведення господарської діяльності слід почати з роз'яснення суті поняття ефективності. Яке і буде розглянуто в першому пункті роботи.

Поняття «ефективність» як економічної категорії є досить багатограним. При дослідженні без контексту його можна розглядати з

різних сторін. Якщо сфокусувати увагу на понятті в тематиці ефективності діяльності підприємства то все одно існує простір для дослідження. В економічній літературі досліджуються фактори ефективності, що на них впливає та як досягти максимального рівня ефективності. В той час самому поняттю «ефективність» в різних працях надається різне роз'яснення. Саме тому дане питання є актуальним і потребує детального вивчення.

Дивлячись на будову слова розуміло, що категорія «ефективність» походить від іншої – «ефект». Для досконалішого розуміння досліджуваної категорії ми вважаємо, що необхідно надати визначення кореневому слову. Існує багато визначень, ознайомившись з якими ми сформулювали найбільш доречне в рамках заданої теми дослідження. Ефект – це результат, отриманий як наслідок певних, дій, заходів, сил, причин. В свою чергу ефективність – це досягнення найбільшого ефекту, який був отриманий шляхом найменшого витрачання матеріальних та не матеріальних ресурсів.

Тематика ефективності ведення діяльності суб'єктів господарювання мала відображення в працях провідних вітчизняних вчених, фахівців та зарубіжних науковців. Зокрема дослідженням поняття ефективності займалися такі видатні вчені як Н.М. Давиденко [1], Г. Десслер [2], П. Друкер [3], О.А. Лановенко [4], І.В. Левицька [5], Т.І. Батракова [6], О.В. Шляга [7], І.В. Ковальчук [8], Т.А. Говорушка [9], С.С. Габор. [10].

Кожен з дослідників надає своє визначення категорії «ефективність». Але після досконального їх вивчення та аналізу можна виділити два основні підходи.

Такі автори як Н.М. Давиденко [1], І.В. Ковальчук [8], Т.А. Говорушка [9] трактують досліджувану категорію перш за все як відношення отриманих товарі, послуг, інших благ до витрачених на їх створення ресурсів. При цьому Н.М. Давиденко [1], І.В. Ковальчук [8] не конкретизують поняття витрати, маючи на увазі всі витрати, які були понесені в ході створення продукції. Т.А. Говорушка [9] наголошує саме на матеріальних збитках, які виражені у засобах виробництва та витратах праці. Підхід зазначених вчених

ми називаємо витратним, так як фундаментом, на якому базуються їх трактування категорії «ефективність» є відношення результату до витрат.

До іншого підходу відносяться вчені Г. Десслер [2], О.А. Лановенко [4], І.В. Левицька [5], О.В. Шляга [7]. Вони розглядають ефективність з позиції отриманого результату. Для них це показник успішного ведення діяльності, який відображає досягнення встановлених цілей. У визначеннях розмиті межі категорій ефективності та результативності. Відсутні чіткі межі між цими поняттями. Ефективність розглядається як результат діяльності, тому ми називаємо цей підхід «результативний».

Для того, аби в майбутньому не було підміни понять, на нашу думку необхідно розділити категорії «ефективність» та «результативність». Часто вони помилково ототожнюються, але насправді мають суттєву різницю. Показник результативності показує чи досягає підприємство, ведучи свою діяльність, кінцевої мети. Це дослідження незнайомих ринків збуту, впровадження нових видів товарів, пошук інвестицій, досягнення конкретних результатів. Результативність діяльності - це агрегований показник оцінки ефективності, економічності, конкурентоспроможності та стійкості економічного та фінансового розвитку господарюючих суб'єктів. Отже, підприємства можуть показувати досить високий загальний рівень ефективності з одночасною відсутністю результативності. Сільськогосподарське підприємство завдяки оптимальним природним умовам може працювати дуже ефективно, але через відсутність ринків збуту одночасно бути абсолютно не результативним. Підприємство з виготовлення дитячого харчування за рахунок оптимальної технології виготовлення і низької собівартості може бути ефективним, але через високу конкуренцію не результативним [5].

Розглядаючи зарубіжні дослідження слід зазначити, що в англійській мові існують два терміни – «efficiency» і «effectiveness», які мають абсолютно однаковий переклад – «ефективність». Шляхом дослідження було виявлено, що вони мають різне змістовне навантаження. «Efficiency» використовують

коли йдеться про раціональне витрачання всіх видів ресурсів (фінансових, матеріальних, людських, організаційних). «Effectiveness» стосується розвитку, цілей та поведінки, використовується причинно-наслідковий зв'язок [10].

З вище сказаного можна зробити висновок, що категорія ефективність стосується не лише раціонального розподілення ресурсів але й поведінкового аспекту керівництва підприємства.

1.2. Показники оцінки ефективності діяльності.

Для того аби будь-який показник ведення господарської діяльності мав аналітичну цінність, він повинен мати конкретне значення у числовому вигляді. Ця вимога стосується й ефективності діяльності. В найбільш загальному вигляді вона є кількісним співвідношенням результату господарської діяльності до витрат, понесених в ході здійснення такої діяльності. Підвищення ефективності досягається шляхом економії споживаних ресурсів або раціональнішого використання наявного капіталу та нових вкладень. Визначення ефективності має не лише наукове значення але й практичне застосування. Цей показник не лише дає можливість оцінити сумарний ефект від діяльності окремих структурних підрозділів на загальний стан підприємства, а й намітити стратегію розвитку, розробити майбутній план дій та зробити прогноз на майбутнє. Критерій економічної ефективності можна виразити формулою 1.1 [11].

$$e = \frac{E \rightarrow \max}{B \rightarrow \min} \quad 1.1$$

де, e – критерій економічної ефективності; E – економічний результат; B – понесені витрати.

Оцінка ефективності ведення діяльності суб'єкта господарювання здійснюється шляхом обчислення різноманітних науково обґрунтованих

показників. Науковці й досі розробляють єдину систему, яку можна було б уніфікувати та використовувати для аналізу будь-якого підприємства. Але на даний час не існує системи показників, на основі якої можна було б провести детальний аналіз діяльності та застосовувати її до підприємств різни сфер діяльності. Тому для отримання репрезентативної інформації аналітики кожного окремого виду бізнесу самі обирають окремі показники, які найбільш чітко відображають стан діяльності та використовують суто їх для аналізу.

Зарубіжні дослідники Мейер і Маршал [12] визначають сім основних призначень показників оцінки ефективності та зображають їх у вигляді піраміди (рис 1.2)



Рисунок 1.2 – Сім призначень показників оцінки

Піраміда наочно зображає групи показників необхідні для аналізу ефективності. В центрі піраміди знаходяться показники порівняння, вони характеризують внутрішній стан підприємства. Поруч зі стрілками зображені ті, які прив'язані до часу. Показники узагальнюючі та каскадні відрізняються від напрямку вивчення, перші розраховуються від одиничного до загального, другі – навпаки.

Усі вони розділяються на дві основні групи: 1) абсолютні, тобто ті, які можуть бути виражені у натуральних (наприклад літри, кілограми), вартісних (гривні, євро) одиницях; 2) відносні – виражені у коефіцієнтах або відсотках [13].

Виділяють три основні системи показників ефективності ведення господарської діяльності [14].

Першою є система, яка ґрунтується на аналізі результатів господарської діяльності. Показники цієї групи відображають дані, які стосуються конкретних значень щомісячної або щоквартальної звітності. Сюди входять такі показники: прибуток до оподаткування, чистий прибуток, собівартість, обсяг виробництва, виручка від реалізації та інші.

Друга система передбачає групування показників в залежності від об'єкта впливу. Одна з таких груп відображає ефективність використання основних засобів. Приклади показників наведено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Показники ефективності використання основних засобів

Назва	Характеристика	Формула
Фондовіддача	відображає відношення вартості випущеної продукції (ВП) у вартісному виразі до середньорічної вартості основних засобів (ОЗ)	$\Phi В = \frac{ВП}{\overline{ОЗ}}$
Фондомісткість	Відображає частку основних засобів (ОЗ), яка припадає на одиницю вартості валової продукції (ВП). Показник зворотній фондовіддачі.	$\Phi М = \frac{\overline{ОЗ}}{ВП}$
Коефіцієнт інтенсивності використання обладнання	Відображає відношення кількості продукції, яку було виготовлено за одиницю часу (Пфакт) по відношенню до паспортної продуктивності (Птеор) окремого основного засобу	$K_{іво} = \frac{П_{факт}}{П_{теор}}$

Друга група відображає ефективність використання оборотних фондів. Приклади таких показників наведено в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2 – Показники ефективності використання оборотних фондів

Назва	Характеристика	Формула
Коефіцієнт оборотності	Значення показника відображає кількість оборотів, що здійснили запаси за рік. Розраховується як відношення реалізованої за рік продукції (РП) до середньорічного залишку нормованих оборотних коштів (С зал)	$K_{об} = \frac{РП}{\overline{С_{зал}}}$
Коефіцієнт завантаження	величина, обернена коефіцієнту оборотності. показує, скільки оборотних коштів підприємства припадає на одну гривню реалізованої продукції.	$K_{зав} = \frac{С_{зал}}{РП}$
Рентабельність оборотних коштів	Розраховується як відношення прибутку (П), одержаного за період, до середніх залишків оборотних фондів того ж періоду (ОК)	$P_{ок} = \frac{П}{\overline{ОК}}$

Третя група відображає сформований рівень ефективності використання персоналу підприємства. До переліку таких показників відносяться фондоозброєність, зарплатомісткість продукції. Їх характеристики та формули наведено в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3 – Показники ефективності використання персоналу

Назва	Характеристика	Формула
Фондоозброєність	Показує у вартісному вимірі скільки фондового забезпечення (ОЗ) припадає на одного працівника (СЧП – середньооблікова чисельність працівників)	$\Phi_o = \frac{ОЗ}{СЧП}$
Зарплатомісткість продукції	Показує у грошовому вимірі суму витрат на оплату праці (Фоп), яка припадає на суму валової продукції (ВП)	$З_p = \frac{\Phi_{оп}}{ВП}$
Продуктивність праці	Відображає кількість продукції (П), що виготовлено за одиницю часу (ЛГ- людино-години)	$ПП = \frac{П}{ЛГ}$

Також існують показники, які характеризують ефективність використання капіталовкладень. До них відносяться коефіцієнт ефективності капітальних вкладень, термін окупності. Їх характеристики наведено в таблиці 1.4

Таблиця 1.4. – Показники ефективності використання капіталовкладень

Назва	Характеристика	Формула
Коефіцієнт ефективності капітальних вкладень	Відображає значення абсолютної ефективності інвестицій ($\Delta\Pi$ – щорічний приріст прибутку від здійснення капіталовкладень, KB – сума капіталовкладень)	$E_p = \frac{\Delta\Pi}{KB}$
Термін окупності капіталовкладень	Період часу за який розмір накопиченого прибутку зрівнюється з розміром капіталовкладень в створення підприємства	$T_{ок} = \frac{KB}{\Delta\Pi}$

Останньою групою є узагальнюючі показники. Вони характеризують підприємство в цілому та найчастіше з усіх використовуються для аналізу підприємства (табл. 1.5).

Таблиця 1.5 – Узагальнюючі показники ефективності ведення діяльності

Назва	Характеристика	Формула
Норма прибутковості	Визначає величину чистого прибутку, що припадає на одиницю інвестиційних вкладень	$H_{пр} = \frac{\Pi}{\overline{OЗ} + \overline{OK}}$
Рентабельність продукції	Визначає ефективність витрат на виготовлення продукції (C – собівартість)	$P_{прод} = \frac{\Pi}{C}$

Третьою є система, яка ґрунтується на методах і формах робіт з працівниками. Серед таких показників – плинність кадрів, рівень трудової дисципліни, рівень кваліфікації персоналу, соціальна структура персоналу, співвідношення управлінського та виробничого персоналу, витрати на одного працівника, привабливість праці, соціально-психологічний клімат між робітниками та ін..

Варто пам'ятати, що для того аби сформувати чітке враження про рівень ефективності ведення діяльності певного підприємства необхідно використовувати показники з різних систем. Так як може скластися ситуація, що результат у грошовому еквіваленті підприємство показує на високому рівні але одночасно з цим спостерігається високий рівень плинності кадрів, що негативно відображається на загальному стані підприємства. Обрана

система показників, яку сформували аналітики на підприємстві, повинна визначати вузькі місця, виявляти резерви підвищення ефективності та продуктивності виробництва, забезпечувати інформацією всі ланки адміністративного персоналу.

1.3. Управління ефективністю діяльності підприємства.

Питання необхідності підвищення ефективного ведення господарської діяльності є ключовим в контексті забезпечення стабільного розвитку бізнесу. Особливого значення воно набуває під час наявності кризових явищ в економіці, оскільки за таких умов підприємству необхідно більше скорочувати свої витрати і забезпечувати максимальну продуктивність діяльності з мінімальними капіталовкладеннями. Для того аби вирішити це питання необхідно удосконалювати економічне обґрунтування управлінських рішень та механізми їх реалізації.

У попередньому пункті дипломної роботи було зазначено, що не існує єдиної системи показників по яким би можна було досліджувати ефективність ведення діяльності підприємств, які працюють в різних сферах, регіонах, різнять масштабами та мають інші відмінності. Як наслідок, не існує також єдиного, ефективного для всіх методу управління ефективністю. Кожне окреме підприємство, яке хоче досягнути вищого рівня ефективності в порівнянні з тим, який є на даний час, повинне розробити свій алгоритм підвищення ефективності. Цей факт і зумовлює всебічне вивчення питання управління ефективністю, враховуючи різні особливості внутрішнього та зовнішнього середовища господарства.

Для кращого розуміння яким чином підприємство може управляти ефективністю господарювання слід зазначити фактори, які впливають на неї. Ці фактори в загальному вигляді поділяють на дві групи: внутрішні та

зовнішні (рис.1.3) [13]. Внутрішні в свою чергу поділяються на основні та неосновні.

Для того аби обрати ті чи інші форми управління ефективністю необхідно чітко визначити специфічні характеристики підприємства, які притаманні саме йому, а також враховувати стратегічні та тактичні цілі. Хоча не існує уніфікованої моделі впливу на ефективність суб'єкт господарювання, всю їх сукупність можна об'єднати в три групи (рис 1.4) [14].

Фактори впливу	внутрішні	основні	неосновні
		обсяги продажів; собівартість; структура витрат; величина амортизаційних відрахувань; методи ціноутворення; обсяг і якість використаних ресурсів; рівень організації виробництва; координація дій;	
			порушення умов праці; цінові порушення; зниження якості продукції; порушення, які призводять до штрафних санкцій; порушення господарської дисципліни;
	зовнішні	соціально-економічні умови;	
		рівень розвитку експортних та імпорتنих відносин;	
		логістичні проблеми;	
		природні умови.	

Рисунок 1.3 – Фактори впливу на ефективність діяльності підприємства.

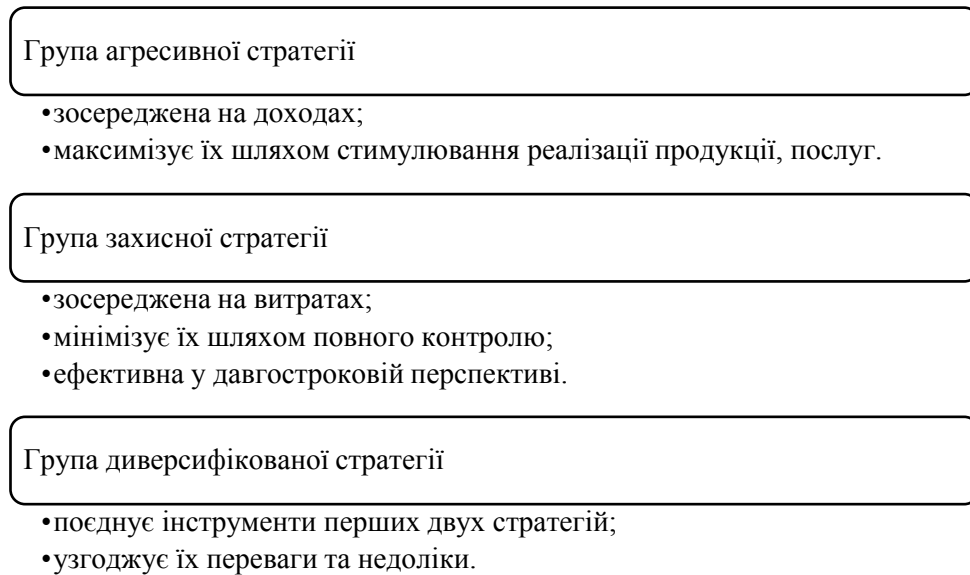


Рисунок 1.4 – Класифікація стратегій досягнення ефективності

Перше, з чого варто почати процес будівництва дієвого управління ефективністю, це поділити його на певні напрями (рис. 1.5) [15].



Рисунок 1.5 – Основні напрями управління ефективністю ведення ділової діяльності

Перший напрям має на мені забезпечувати споживачів продукцією, яка б повністю задовольняла їх потреби і відповідала певному рівню якості незалежно від зовнішніх та внутрішніх факторів, які можуть цьому завадити. Це тягне за собою необхідність систематичного підвищення ефективності виробництва. Зазначений напрям можна в свою чергу деталізувати за стадіями життєвого циклу продукції [18]. Важливо зазначити, що об'єктом управління є не лише технічний рівень виконання робіт, а процеси їх розробки на стадії вивчення та проектування, забезпечення якості та збереження її в процесі обігу та якість продукції в цілому.

Другий напрям покликаний контролювати щоб процес виробництва і поставок продукції здійснювався в заданих обсягах та асортименті. Також необхідно піддавати контролю строки виробництва та реалізації, чіткість виконання договорів з одночасним досягненням мінімальних витрат на виготовлення та циклу повернення коштів [19].

За допомогою напрямку «управління економічними ризиками» підприємство має змогу вчасно виявити, оцінити, знешкодити або мінімізувати загрози, які можуть виникнути в процесі ведення господарської діяльності.

Основною метою четвертого напрямку є підвищення науково-технічного рівня виробництва, структурування організаційних зв'язків, підвищення виробничих потужностей та забезпечення ефективного залучення капіталовкладень [20].

Управління доходами та витратами відіграє одну з ключових ролей в контексті управління ефективністю функціонування підприємства. Саме цей напрям дає змогу контролювати розмір, періодичність, доцільність здійснення витрат, а також об'єми і джерела утворення доходів. За допомогою активного освоєння напрямку управління доходами та витратами підприємство забезпечує отримання позитивного значення прибутку – головного стимулу ведення підприємницької діяльності будь-якого суб'єкта господарювання, основного показника ефективності діяльності.

Об'єктами управління в шостому напрямку є всі види залучених ресурсів. Всебічно розглядаються процеси, які пов'язані з виробничою, господарською та адміністративною діяльністю щодо їх залучення та розподілу. Основна увага приділяється підвищенню ефективного використання ресурсів, що досягається залученням різних шляхів оптимізації.

Об'єктом напряму «управління діловою активністю» є комерційна діяльність підприємства, яка пов'язана з реалізацією товарів, робіт, послуг. Часто звертається увага на спосіб ведення переговорів з партнерами, принципи будування договорів та методи контролю їх виконання [22].

Також важливу роль у функціонування підприємства відіграє управління конкурентоспроможністю. Враховувати конкурентні переваги необхідно для нівелювання потенційних негативних факторів внутрішнього та зовнішнього середовищ. Прагнення до постійного підвищення рівня конкурентоздатності піднімає підприємство на якісно новий рівень.

Варто зазначити, що розробити дієвий механізм управління ефективністю господарської діяльності можливе лише за допомогою узгоджених і скоординованих дій із зазначених напрямів. Тільки з виконанням цієї умови ймовірно вдасться не лише досягнути заданих параметрів оцінки ефективності, а також закріпити їх.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО СТАНУ ВЕДЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

2.1. Загальна організаційно-економічна характеристика ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП»

Дослідження, на якому побудована кваліфікаційна магістерська робота, було проведено на структурному підрозділі Товариства з обмеженою відповідальністю «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП», який знаходиться за адресою: вулиця Харківська, 2, м.Суми, Сумська область, 40000.

Компанія «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП» була заснована у 2006 році. Являється однією з найбільших мереж кінотеатрів представлених сьогодні на ринку розважальних послуг. Головним напрямком діяльності є створення та адміністрування багатозальних кінотеатрів під торговою маркою «Планета Кіно» на території України. Мережа кінотеатрів «Планета Кіно» розташована у декількох містах, а саме: Київ, Харків, Одеса, Львів, Ялта, Суми [23]. Переддипломна практика проводилася на базі міста Суми.

Останнім часом компанія вживає багато заходів спрямованих на перехід до онлайн покупок. «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП» має сайт який постійно оновлює, розвиває, тим самим збільшує відсоток покупок квитків без використання каси.

Важливим пунктом є дослідження конкурентів компанії. Серед них можна відзначити такі мережі як «Multiplex», «Cinema Citi», «Батерфляй», «Флоренція», кінотеатр «Україна», «Оскар». В межах міста Суми працює не багато кінотеатрів («Дружба», «Космос»), тому конкуренція не висока. Це забезпечується тим, що мережа кінотеатрів «Планета Кіно» є ексклюзивним агентом в Сумах відомої кінотехнології IMAX. Це підтверджує офіційний договір з канадською корпорацією IMAX. Який був підписаний у 2006 році.

До 2016 року мережа кінотеатрів «Планета Кіно» була єдиною в Україні, хто мав права на використання цієї технології. З 2017 року компанія представляє канадську технологію IMAX разом з своїм головним конкурентом «Multiplex». Водночас, компанія «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП» залишається ексклюзивним представником унікальної південнокорейської кінотехнології 4DX в Україні. Також займається розробкою власних технологій, серед яких CINETECH+ та кіноресторани RE'LUX [25].

У 2008 році було відкрито кінотеатр у Києві, у 2010 році – у Одесі та Львові, у 2012 році відкрито семизальний кінотеатр у Харкові, у 2013 тут додається зал 4DX, у вересні 2013 року відкрито кінотеатр «Планета Кіно» з п'ятьма залами CINETECH+ в Сумах, у 2016 році було відкрито оновлений зал кіноресторану RE'LUX у Києві. У 2019 році планується відкриття кінотеатру у м. Дніпро [26]. Така динаміка росту свідчить про те, що компанія потребує постійного аналізу та контролю за ефективним веденням діяльності.

В період з 2014р. до 2017р.. прибутки компанії зменшились через відтік інвестицій з-за кордону та іноземних співвласників також на це мала вплив економічна ситуація в Україні. Очікується, що впровадження методів управління ефективністю посприє налагодженню справ.

Власниками ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП» є Дмитро Деркач, Федір Шпиг, Андрій Шпиг. Керівником сумського структурного підрозділу є Петренко Григорій Миколайович. СП ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП» є не великим підприємством і чисельність працівників нараховує 32 особи. Ієрархічна структури працівників є лінійною, зображення наведено на рисунку 2.1. Найвище знаходиться управляючий власник, він приймає участь в веденні господарської діяльності, особисто проводить засідання ради директорів. Нижче в структурі розташований директор, який є безпосереднім керівником адміністратора та замісника. Бухгалтер, який знаходиться на місці підпорядковується заміснику директора, а також зобов'язаний звітувати перед бухгалтером головного офісу, який знаходиться у Києві.

Менеджер підприємства несе відповідальність перед власниками за виконання планів, досягнення цілей, які йому були поставлені засновниками компанії. Процес прийняття рішень багато в чому залежить від якості та об'єму наданої інформації, яку можна використовувати для контролю, планування та регулювання управлінської діяльності. В компанії управлінський облік застосовується для оперативного планування, ефективного управління фінансами та людськими ресурсами.

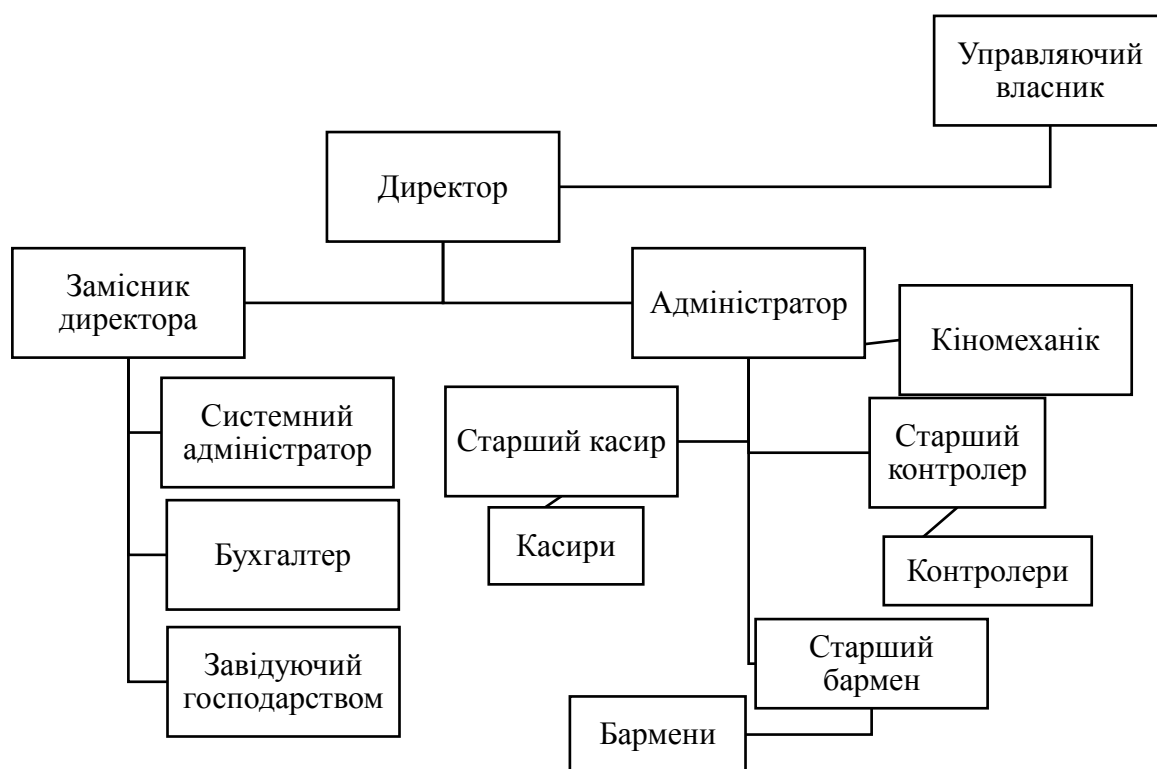


Рисунок 2.1 – Організаційна структура

Спочатку на місцях в ході ведення діяльності персонал фронт-офісу збирає інформацію та передає її для подальшої обробки до бухгалтерії. Потім відбирається потрібна інформація та передається до аналітичного відділу, там аналізується, на виході формується пакет показників ефективності, часто в динаміці, та передається у вигляді звітів до адміністративного персоналу для подальшого прийняття управлінських рішень. Схема руху інформації для формування даних управлінського обліку наведено на рисунку 2.2.

На сьогодні підприємство співпрацює у м. Суми з компанією «Епіцентр», «Сінема», ТОВ «Град Інвест Реал Істейт», замовляю окремі комерційні мініспороди для оформлення фойє у фізичних осіб-підприємців. Як зазначено в статуті ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП», підприємство веде бухгалтерський, податковий облік, складає і подає звітність до компетентних органів відповідно до чинного законодавства України. Бухгалтерський облік ведеться за загальним планом рахунків.

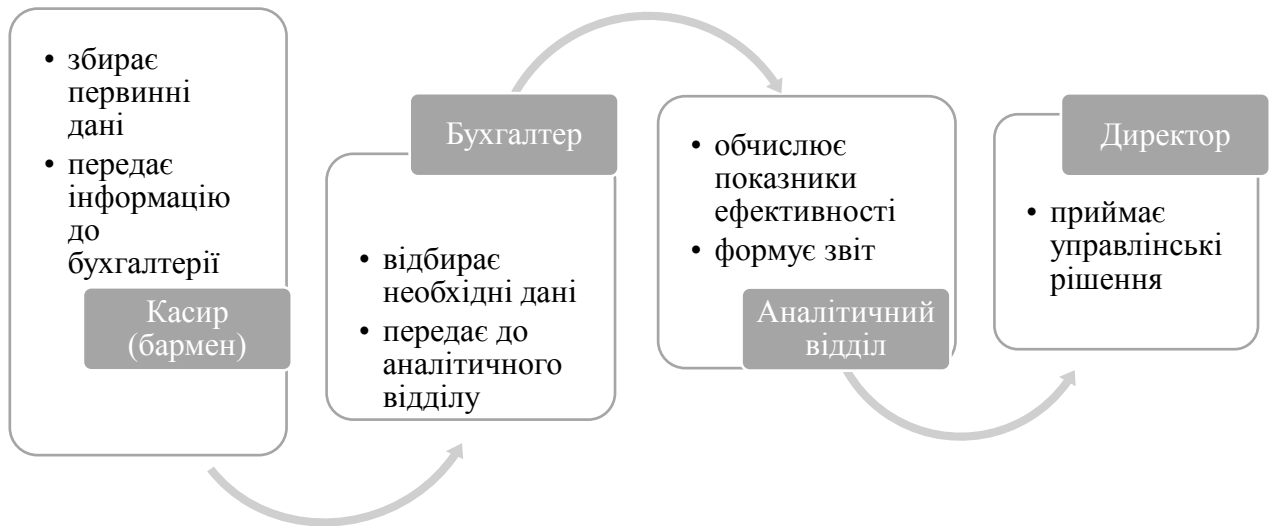


Рисунок 2.2 – Схема руху інформації управлінського обліку

В компанії існує аналітичний відділ який систематично надає інформацію у вигляді економічних показників до адміністрації для подальшого обговорення, аналізу та вжиття дій. Для оформлення таких звітів використовується інформація з відділу продажів, маркетингового відділу, дані фінансового та управлінського обліку.

2.2 Аналіз фінансових результатів ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП»

Протягом всього періоду існування ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП» динамічно розвивається. Про це свідчать постійне розширення мережі кінотеатрів, добудова в уже існуючих спорудах додаткових кінозалів, укладання договорів із зарубіжними фірмами. Проте, масштабування діяльності не гарантує збільшення прибутків та покращення економічних показників загалом. Тому вважаємо доцільним проаналізувати фінансові результати господарювання «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП». У 2017 році підприємство мало наступні показники:

- майно підприємства оцінювалося в 209510 грн;
- річний оборот по реалізації склав 2359321 грн;
- прибуток від реалізації – 172847 грн.

Використовуючи дані бухгалтерського обліку проведемо поглиблений аналіз фінансово-економічної діяльності підприємства, сформулюємо відповідні висновки і рекомендації.

Фінансові результати на яких слід будувати аналіз діяльності підприємства наведені у формі № 2 річної та квартальної бухгалтерської звітності. Для дослідження були використані наступні дані (табл. 2.1).

Опираючись на дані з таблиці можна зробити висновок, що основні показники мають позитивну тенденцію до наростання. Виручка від реалізації зросла в 2016 році на 1357,7 тис. гривень у порівнянні з минулим роком, а в 2017 році зроста на 848,3 тис. грн. Спостерігається збільшення собівартості (на 624,2 тис. грн.) в 2016 році в порівнянні з 2017, але темп зростання (1,5%) дещо нижчий за темп зростання виручки (1,56%) за аналогічний період. Досить суттєве збільшення комерційних витрат на 129,9 тисяч гривень в 2016 році, що майже в 2,7 рази перевищує рівень 2015 року, але до 2017 року темп зростання впали до 1,52%, що призвело до збільшення витрати на 109,8 тисяч гривень. Досить важливим показником є стабільне

збільшення прибутку від реалізації: на 16,1 тис. гривень (1,38%) у 2016 році, на 114,2 тис. грн (в 2,9 рази) у 2017 році. Варто зазначити, що швидкість зростання прибутку перевищують темпи зміни всіх проаналізованих показників. У 2015 році обсяг прибутку зменшився за рахунок позареалізаційних витрат: -3,6 тис. грн., до 38,9 тисяч гривень. Не дивлячись на це, динаміку фінансових показників можна оцінити як позитивну.

Відповідно до чинного законодавства діючою ставкою податку на прибуток є 18 %. Частина прибутку, що перевищує зазначений відсоток, залишилася в розпорядженні підприємства та може бути направлена на розвиток підприємства. У 2017 році за рахунок коштів таких коштів було придбано обладнання на суму 130813 грн. для розширення подальшої діяльності підприємства.

Таблиця 2.1 – Основні показники діяльності за 2015-2017рр.

№	Показники (тис. грн.)	2015р.	2016р.	2017р.	Відхилення (+, -)		
					2016 - 2015	2017 - 2016	2017 - 2015
1	Виручка (нетто) від реалізації товарів	153,2	1510,9	2359,2	+1357,7	+848,3	+2206
2	Собівартість реалізації	-	1245,2	1869,4	+1245,2	+624,2	+1869,4
3	Комерційні витрати	77,2	207,1	316,9	+129,9	+109,8	+239,7
4	Прибуток від реалізації	42,5	58,6	172,8	+16,1	+114,2	+130,3
5	Інші позареалізаційні доходи і витрати	3,6	-	-	-3,6	-	-3,6
6	Прибуток фінансово-господарської діяльності від	38,9	53,4	172,8	+14,5	+119,4	+133,9
7	Прибуток звітнього року	38,9	53,4	172,8	+14,5	+119,4	+133,9

Отримання прибутку та його збільшення можливе лише за умови підтримки певного ступеню розвитку взаємовідносин між підприємством та

споживачем. Це є певною основою, яка забезпечує перевищення прибутку від реалізації продукції над всіма напрямками витратами, в тому числі на виробництво та збут. Ключовий ланцюжок чинників впливу на прибуток може бути зображений наступною схемою (рис. 2.3).



Рисунок 2.3 – Ланцюг формування прибутку

Для того, аби підприємство підтримувало свої позиції на ринку необхідно забезпечувати належний контроль складових цієї системи. Для досягнення цієї цілі перш за все необхідно приділяти увагу аналізу динаміки та структури витрат. Дані таблиці 2.2. свідчать про збільшення витрат, темпи їх зростання швидші за темпи зростання фінансових показників. У цілому витрати збільшилися в 2016 році на 87%, в 2017 до 2016 року на 53%, загальне зростання склало 190%. Найбільш швидкими темпами змінювалися витрати на заробітну плату - в 5,3 рази в 2017 році, в середньому на 2,2% на рік. Досить динамічно зростає обсяг матеріальних витрат (у 3,2 рази за 3 роки), хоча, розглядаючи окремі роки, зростання було в межах 180%. Несуттєво зросли інші витрати.

Якщо перейти від динаміки до структури витрат, то тут також спостерігаються зміни відображені на рисунку 2.4. Дані схем свідчать, що найбільшу питому вагу в сукупності витрат в 2015 році займали «Інші витрати» - 34,5%, на другому місці матеріальні витрати та витрати на заробітну плату. У 2016-2017 рр. спостерігається збільшення частки заробітної плати в загальній структурі витрат. Дещо знизився відсоток

«інших витрат», хоча за абсолютною величиною вони не збільшилися. У 2016 р. виросла частка амортизації через придбання основних засобів.

Таблиця 2.2 Аналіз витрат за економічними елементами (тис. грн.)

№ п/п	Елементи	2015	2016	2017	Відхилення (%)		
					2016 / 2015	2017 / 2016	2017 / 2015
1	Матеріальні витрати	30,4	55,3	95,9	1,8	1,7	3,2
2	Витрати на оплату праці	22,3	58,0	116,0	2,6	2,0	5,3
3	Соціальні відрахування	7,7	22,3	44,7	2,9	2,0	6,3
4	Амортизація основних засобів	12,1	30,2	12,1	2,5	0,4	1,0
5	Інші витрати	38,2	41,3	48,4	1,07	1,2	1,3
	Разом	110,7	207,1	317,1	1,87	1,53	2,9

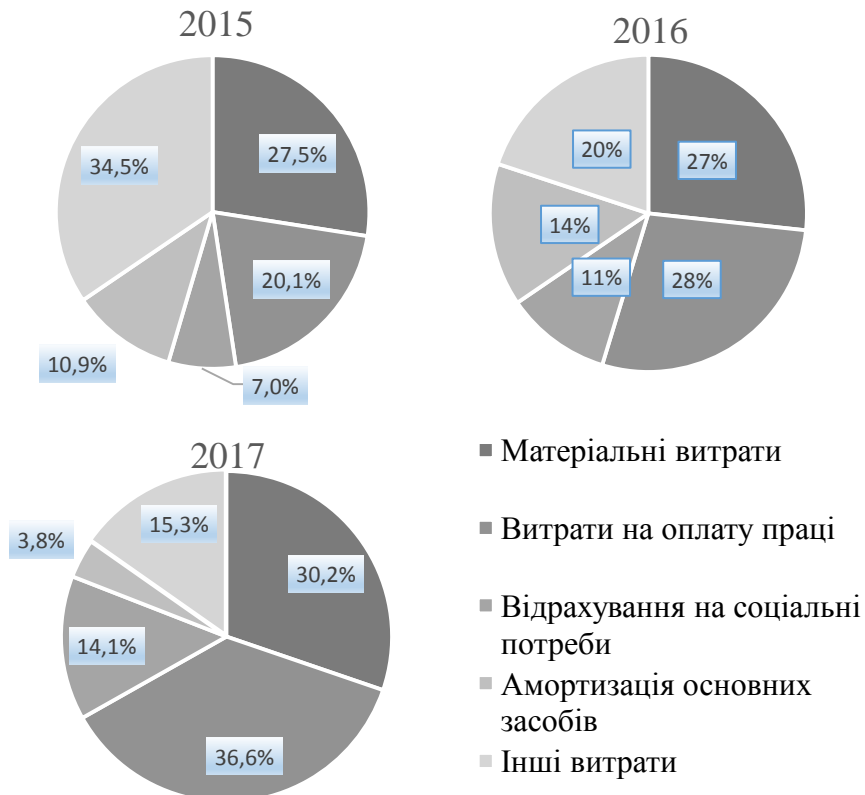


Рисунок 2.4 – Структура витрат за 2015-2017 рр.

У 2017 році найбільшу питому вагу відображено за статтею «заробітна плата» - 36,6%, що пов'язано зі збільшенням середньооблікової чисельності працівників в IV кварталі 2017 року до 22 осіб. Збільшилася частка «матеріальних витрат» - до 30,2%.

2.3. Оцінка ефективності роботи ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП»

Аналіз даних з фінансової звітності не завжди дають можливість адекватно проаналізувати ефективність ведення діяльності підприємства. Саме тому вдаються до розрахунку та аналізу економічних показників ефективності. Вони дають змогу не лише оцінити уже існуючий рівень економічної ефективності ведення підприємницької діяльності, а також показати наслідки прийняття управлінських рішень. Основною метою проведення такого аналізу є виявлення вузьких місць та способи їх усунення. Також таким способом досліджуються приховані резерви, які можуть підвищити ефективність використовуючи мінімальну кількість необхідних ресурсів. Ці показники характеризують ступінь ділової активності підприємства.

Наведемо результати обчислень показників рентабельності у вигляді таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 – Розрахунок коефіцієнтів рентабельності

№ п / п	Показник	Порядок розрахунку, позначення	2015	2016	2017
1	Виручка від реалізації	ВР	153,2	1510,9	2359,2
2	Прибуток від реалізації	П	42,5	58,6	172,8
3	Капітал фірми	К	100,6	165,2	209,5
4	Середньорічна вартість основних засобів і необоротних активів	ВА	124,4	124,4	124,4
5	Власний капітал	Вк	72,4	72,4	72,4

6	Середньорічні витрати	B	-	934,4	1557,3
7	Рентабельність продажів	R1 = П: ВР	0,28	0,04	0,07

Продовження таблиці 2.3

8	Рентабельність капіталу	R2 = П: К	0,42	0,35	0,82
9	Рентабельність основних засобів та інших позабюджетних активів	R3 = П: ВА	0,34	0,47	1,39
10	Рентабельність власного капіталу	R4 = П: Вк	0,59	0,81	2,39
11	Рентабельність витрат	R5 = П: В	-	0,06	0,11

Отримання значення коефіцієнтів відображають частину прибутку підприємства в авансованих звітах.

R_1 з часом зменшує значення, це означає, що ціни знижуються, а витрати залишаються не змінними, або що витрати зростають швидше за прибуток за 2016-2017 рр, хоча спостерігається значне зростання.

R_2 відображає збільшення рівня ефективності залучення капіталу.

R_3 зростає достатньо швидкими темпами (в 4,1 рази). ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП» постійно покращує ефективність використання основних засобів, на 1 гривню їх вартості припадає 1,39 гривня прибутку.

R_4 – зображає, що рентабельність власного капіталу підвищує рівень (в 4 рази), це може компенсувати відсутність пасивів довгострокового використання при відсутності чи недостатності власного капіталу, але може призвести до негативних наслідків через небезпеку зниження маневренності фірми.

R_5 – показує зниження ефективності витрат.

Для досконалішого вивчення підприємства є доцільним розрахувати показники, які пов'язані з діловою активністю. Отримані дані зображені у вигляді таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 – Розрахунок показників ділової активності

№ п / п	Показник	2015	2016	2017
1	Виручка від реалізації	153,2	1510,9	2359,2
2	Середньооблікова чисельність (люд.)	7	7	22
3	Прибуток (тис. грн.)	38,9	58,6	172,8

4	Середня величина активів	100,6	165,2	209,5
---	--------------------------	-------	-------	-------

Продовження таблиці 2.4

5	Фондовіддача	11,23	12,1	18,9
6	Матеріаловіддача	5,1	27,5	24,9
7	Продуктивність праці, тис. грн. / люд.	10	15,6	12
8	Фондоозброєність, тис. грн. / люд.	17,8	17,8	5,65
9	Прибуток на 1 робітника, тис. грн. / люд.	5,56	7,6	7,9

Результати роботи підприємства свідчать про досить високий рівень ділової активності. Такий висновок побудовано на основі позитивної динаміки обсягу виробництва та реалізації продукції, що призводить до підвищення конкуренто-спроможності та інших показників. Вихідні формули для розрахунків наведені в другому питанні першого розділу роботи. Проаналізувавши дані з таблиці варто зазначити, що рівень фондовіддачі значно зріс. Причиною цьому слугувало збільшення виручки в 2016 і 2017 роках. Також варто відзначити суттєве зростання рівня продуктивності праці найманих робітників в 4,9 рази за 2015-2017 рр.. Це напряду пов'язано зі збільшенням виручки від реалізації.

Збільшення середньооблікової чисельності працівників призвело до відставань темпів зміни продуктивності праці від темпів трудових показників. Показник фондоозброєності знизився на 12,2 тис. грн./люд. Така ситуація склалася з причини збільшення чисельності найманих працівників та скорочення вартості основних засобів. Простежується ріст прибутку на одного найманого робітника, при наявній зміні прибутку і минулій чисельності це збільшення могло б бути більш значним. Загалом, спостерігається загальний позитивний стан всіх зазначених критеріїв, але варто звернути увагу на те, що їх значення знаходяться на низькому рівні.

Важливим фундаментом для дослідження є розрахунок різного виду коефіцієнтів оборотності, які в свою чергу також відносяться до показників

ділової активності. Результати розрахунків занесено до таблиці 2.5. Розглянувши наведені дані можемо зробити висновок, що за 2015-2017 рр.. за всіма досліджуваними показниками спостерігається динаміка на зростання. Загальну оборотність капіталу вдалося збільшити в 2016р. на 7,6; в 2017 році - на 2,16 обороту. Так як з нею разом зросли рентабельність продажів та рентабельність основних фондів ми можемо стверджувати, що таке зростання не пов'язане з інфляційним зростанням цін.

Таблиця 2.5 – Аналіз коефіцієнтів оборотності

№ п / п	Показник	Порядок розрахунку позначення	2015	2016	2017	Відхилення ,(+,-)		
						2016/2015	2017/2016	2017/2015
1.	Коефіцієнт загальної оборотності капіталу	ВР: К	1,52	9,1	11,3	+7,58	+2,16	+9,8
2.	Коефіцієнт оборотності оборотних активів	ВР: А	3,6	31,6	15,8	+28	-15,8	+12,2
3.	Коефіцієнт оборотності матеріальних оборотних активів	ВР: Ам	3,5	14,5	16,6	+11	+2,1	+13,1
4.	Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	ВР: Кр	4,6	17,8	23,8	+13,2	+14,3	+19,2
5.	Коефіцієнт оборотності власного капіталу	ВР: ЧА	2,11	20,8	32,8	+18,7	+12	+30,7
6.	Середній термін оборотності кредиторської заборгованості	365: К6	79,3	20,5	15,3	-58,8	-5,2	-64

Коефіцієнт оборотності оборотних активів відображає швидкість обороту мобільних засобів конкретної організації. В 2016 р оборотність різко зросла (на 28 оборотів), швидкість зменшилася на 15,8 оборотів. Цей показник важливо аналізувати в поєднанні з оборотністю запасів (зросла на 13,1 оборотів), що є позитивним явищем. Також спостерігається збільшення

швидкості дебіторської заборгованості (на 3,9 обороту). Суттєво змінився показник оборотності кредиторської заборгованості (з 4,6 до 23,8 обороту). Важливо відзначити зменшення середнього терміну погашення (з 79,3 до 15,3 днів). Таким чином регулярно зменшується обсяг комерційного кредиту та скорочується заборгованість товариства. У цілому ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП» має досить активну позицію в ділових відносинах, всі показники ділової активності мають позитивну тенденцію.

Для поглибленого вивчення діяльності ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП» було використано наступні специфічні показники ефективності:

- коефіцієнт використання виробничих потужностей;
- трудомісткість одиниці готової продукції;
- рентабельність конкретного виду продукції.

Виробнича потужність — розрахунковий показник максимально можливого обсягу створення послуги, що передбачається на конкретний період використанні обладнання і площ з урахуванням застосування сучасної технології, організації виробництва і праці. Результати обчислень відображено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6 – Специфічні показники ефективності

№ п/п	Назва показника	2015 р.	2016 р.	2017 р.
1.	коефіцієнт використання виробничих потужностей	0,78	0,74	0,91
2.	трудомісткість одиниці готової продукції	14,13	13,55	7,61
3.	рентабельність конкретного виду продукції (онлайн трансляція)	41,20%	46,10%	63,20%
4.	рентабельність конкретного виду продукції (фільми жахів)	7,9%	8,7%	10,3%

В розрізі показника трудомісткості одиниці готової продукції будемо розглядати відносний показник в чисельнику якого будуть відображатися

сума людиногодин працівників, які працювали в січні конкретного року. В знаменнику кількість показаних кінофільмів. В таблиці 2.6 відобразимо результати розрахунків. Показник важливо аналізувати в динаміці.

Для розрахунку рентабельності окремого виду продукції було використано дані прибутку та собівартості онлайн трансляцій спортивних ефірів. Серед таких трансляції футбольних матчів, чемпіонату з комп'ютерних ігор «The International», ефіри боксу і подібне. Показник відображає високу рентабельність та можливість підвищення прибутків шляхом розширення тем трансляцій. Розрахунку відображено в таблиці 2.6.

Загалом специфічні показники показують досить високий рівень ефективності ведення діяльності. В динаміці показники коефіцієнта використання виробничих потужностей та рентабельності окремого виду продукції відображають тенденцію до збільшення. Показник трудомісткості одиниці готової продукції з роками зменшується, що свідчить про зменшення затрат праці на створення якісної послуги.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП»

3.1. Методичні засади визначення найбільш релевантних факторів зростання ефективності діяльності ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП».

Для досконалішого вивчення діяльності підприємства, слід розглядати його як економічну систему в якій відбувається безліч взаємопов'язаних процесів. Керівництвом підприємства була висунута пропозиція з питання підвищення ефективності діяльності в розрізі збільшення рентабельності показу фільмів жахів. Було запропоновано звернути увагу на показник продуктивності праці робітників та кількості годин ефіру фільмів зазначеного жанру. Щоб об'єктивно оцінити таку систему часто застосовують економіко-математичні методи. Одним із таких є метод кореляційно-регресійного аналізу.

Щоб побудувати репрезентативну модель необхідно мати деякі професійні знання про об'єкт дослідження. Тому було проведено попередній аналіз та вирішено ряд основних питань:

- Визначено набір змінних.
- Проведено аналіз зв'язків між окремими змінними.
- Встановлено перелік допустимих операцій над змінними [28].

Було проведено аналіз ефективності діяльності ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП». За результативну ознаку обрано рентабельність окремого виду продукції (фільми жахів). Цей показник і буде нашою залежною змінною. Незалежні змінні було обрано шляхом аналізу наукових робіт сучасних дослідників. Пілявоз Т.М. [4] у своїй роботі за такі обрав продуктивність праці, фондівіддачу та матеріалівіддачу. В дипломній роботі було використано показники продуктивності праці та кількість годин ефіру фільмів жахів (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1 – Дані ефективності ведення діяльності 2008-2017 рр.

Рік	Рентабельність окремого виду продукції (фільмів жахів), %, Y	Продуктивність праці, тис. грн. / люд., і X ₁	Кількість годин ефіру, год, X ₂
2008	23,76	7,05	748
2009	25,54	7,42	745
2010	28,15	8,38	748
2011	30,71	8,03	751
2012	35,98	7,78	755
2013	10,1	12,5	754
2014	11,1	17,4	753
2015	7,9	10	754
2016	8,7	15,6	750
2017	10,3	12	747

Після збору вихідних даних можна перейти до побудови рівняння множинної регресії.

Для того, аби знайти параметри лінійного рівняння множинної регресії $y = a + b_1x_1 + b_2x_2$ нам необхідно скористатися формулами [29]:

$$b_1 = \frac{\sigma_y}{\sigma_{x_1}} \cdot \frac{r_{yx_1} - r_{yx_2} r_{x_1x_2}}{1 - r_{x_1x_2}^2} \quad 3.1$$

$$b_2 = \frac{\sigma_y}{\sigma_{x_2}} \cdot \frac{r_{yx_2} - r_{yx_1} r_{x_1x_2}}{1 - r_{x_1x_2}^2} \quad 3.2$$

$$a = \bar{y} - b_1\bar{x}_1 - b_2\bar{x}_2 \quad 3.3$$

Для зручності проміжні розрахунки можна зобразити у вигляді таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Проміжні розрахунки

№	y	x ₁	x ₂	yx ₁	yx ₂	x ₁ x ₂	x ₁ ²	x ₂ ²	y ²
1	23,76	7,05	748	167,51	17772,5	5273,4	49,70	559504	564,5
2	25,54	7,42	745	189,51	19027,3	5527,9	55,06	555025	652,3
3	28,15	8,38	748	235,90	21056,2	6268,24	70,22	559504	792,4

Продовження таблиці 3.2

4	30,71	8,03	751	246,60	23063,2	6030,53	64,48	564001	943,1
5	35,98	7,78	755	279,92	27164,9	5873,9	60,53	570025	1294,6
6	10,1	12,5	754	126,25	7615,4	9425	156,25	568516	102,0
7	11,1	17,4	753	193,14	8358,3	13102,2	302,76	567009	123,2
8	7,9	10	754	79	5956,6	7540	100,00	568516	62,4
9	8,7	15,6	750	135,72	6525	11700	243,36	562500	75,7
10	10,3	12	747	123,6	7694,1	8964	144,00	558009	106,1
Сума	192,24	106,16	7505	1777,15	144233	79705,2	1246,36	5632609	4716,3
Ср. знач.	19,22	10,61	750,5	177,715	14423,3	7970,52	124,64	563261	471,63

Наступним кроком буде розрахунок середньоквадратичних відхилень ознак:

$$\sigma_y = \sqrt{\overline{y^2} - \bar{y}^2} = \sqrt{471,63 - 19,224^2} = 10,7;$$

$$\sigma_{x_1} = \sqrt{\overline{x_1^2} - \bar{x}_1^2} = \sqrt{124,64 - 10,616^2} = 3,64;$$

$$\sigma_{x_2} = \sqrt{\overline{x_2^2} - \bar{x}_2^2} = \sqrt{563261 - 750,5^2} = 3,43.$$

Далі необхідно розрахувати парні коефіцієнти кореляції:

$$r_{yx_1} = \frac{\text{cov}(y, x_1)}{\sigma_y \sigma_{x_1}} = \frac{177,715 - 19,224 * 10,616}{10,7 * 3,64} = -0,68;$$

$$r_{yx_2} = \frac{\text{cov}(y, x_2)}{\sigma_y \sigma_{x_2}} = \frac{14423,3 - 19,224 * 750,5}{10,7 * 3,43} = -0,12;$$

$$r_{x_1 x_2} = \frac{\text{cov}(x_1, x_2)}{\sigma_{x_1} * \sigma_{x_2}} = \frac{7970,52 - 10,616 * 750,5}{3,64 * 3,43} = 0,26$$

Отримуємо:

$$b_1 = \frac{10,7}{3,64} * \frac{-0,68 - (-0,12) * 0,26}{1 - 0,26^2} = -2,034;$$

$$b_2 = \frac{10,7}{3,43} * \frac{-0,12 - (-0,68) * 0,26}{1 - 0,26^2} = 0,191;$$

$$a = 19,224 - (-0,69) * 10,616 - 0,062 * 750,5 = -102,841$$

Знайшовши всі параметри та коефіцієнти рівняння можемо записати у такому вигляді:

$$\hat{y} = -102,841 - 2,034 * x_1 + 0,191 * x_2$$

Коефіцієнти β_1 і β_2 стандартизованого рівняння регресії $t_y = \beta_1 t_{x_1} + \beta_2 t_{x_2} + \varepsilon$, знаходять за формулами [30]:

$$\beta_1 = b_1 \frac{\sigma_{x_1}}{\sigma_y} = -2,034 * \frac{3,64}{10,7} = -0,696$$

$$\beta_2 = b_2 \frac{\sigma_{x_2}}{\sigma_y} = 0,191 * \frac{3,43}{10,7} = 0,062$$

Стандартизоване рівняння буде мати наступний вигляд:

$$\hat{t}_y = -0,696 * t_{x_1} + 0,062 * t_{x_2}$$

Так як стандартизовані коефіцієнти регресії можна порівнювати між собою, можна сказати, що продуктивність праці має більш значний вплив на рентабельність окремого виду продукції, ніж кількість годин ефіру.

За допомогою кореляційно-регресійного аналізу можемо провести детальний аналіз отриманої багатофакторної моделі. Для того аби порівняти вплив обраних факторів на кінцевий результат використовуються не лише стандартизовані коефіцієнти регресії, а також коефіцієнти еластичності [30]:

$$\bar{\varepsilon}_i = b_i \cdot \frac{\bar{x}_i}{\bar{y}_{x_i}} \quad 3.$$

4

Обчислимо:

$$\bar{\varepsilon}_1 = -2,034 * \frac{10,616}{19,224} = -1,12$$

$$\bar{\varepsilon}_2 = 0,191 * \frac{750,5}{19,224} = 7,47$$

Тобто, збільшення показника продуктивності праці зменшує у середньому рентабельність окремого виду продукції на 1,12%, а збільшення

показника кількості годин ефіру збільшує у середньому рентабельність на 7.47 %. Але це не підтверджує більший вплив на результат у фактора x_2 , ніж фактору x_1 , так як значення x_2 мають більші математичні значення.

Більш показовими є значення коефіцієнтів парної, частинної та множинної кореляції. Парний коефіцієнт кореляції – міра щільності лінійного зв'язку двох випадкових величин x та y , представлених у вигляді двох вибірок з однаковою кількістю елементів. Частинний коефіцієнт кореляції так само, як і парний, характеризує зв'язок між двома змінними. Але на відміну від парного частинний коефіцієнт характеризує тісноту зв'язку за умови сталості інших незалежних змінних. Множинний коефіцієнт кореляції розраховується при наявності декількох незалежних змінних.

Шкала оцінки тісноти зв'язку за коефіцієнтом кореляції наведена в таблиці 3.3 [31].

Таблиця 3.3 – Величина коефіцієнта кореляції і тіснота зв'язку за «Таблицею Чеддока»

Коефіцієнт кореляції	Тіснота зв'язку
1	Зв'язок функціональний
0,90—0,99	Дуже сильний
0,70—0,89	Сильний
0,50—0,69	Значний
0,30—0,49	Помірний
0,10—0,29	Слабкий
0	Зв'язок відсутній

В попередніх розрахунках ми уже отримали значення парних коефіцієнтів кореляції:

$$r_{yx_1} = -0,68; \quad r_{yx_2} = -0,12; \quad r_{x_1x_2} = 0,26.$$

r_{yx_1} показує значний зв'язок, а r_{yx_2} і $r_{x_1x_2}$ показують слабкий зв'язок кожного фактора з результатом, а також низьку міжфакторну залежність (фактори x_1 та x_2 явно неколінеарні, так як $r_{x_1x_2} = 0,26 < 0,7$). За умов такої

такої слабкої залежності результату від фактора x_2 рекомендується його виключити з розгляду.

Частинні коефіцієнти кореляції розраховуються для отримання даних щодо щільності зв'язку між залежною та окремою незалежною змінною при одночасному виключенні впливу інших змінних, що відображені у рівнянні регресії.

Для розрахунку часткових коефіцієнтів кореляції у двофакторній моделі використовуються наступні формули [31]:

$$r_{y_{x_1 * x_2}} = \frac{r_{yx_1} - r_{yx_2} r_{x_1 x_2}}{\sqrt{(1 - r_{yx_2}^2) * (1 - r_{x_1 x_2}^2)}} = \frac{-0,68 - (-0,12) * 0,26}{\sqrt{(1 - (-0,12)^2) * (1 - 0,26^2)}} = -0,677$$

$$r_{y_{x_2 * x_1}} = \frac{r_{yx_2} - r_{yx_1} r_{x_1 x_2}}{\sqrt{(1 - r_{yx_1}^2) * (1 - r_{x_1 x_2}^2)}} = \frac{-0,12 - (-0,68) * 0,26}{\sqrt{(1 - 0,68^2) * (1 - 0,26^2)}} = 0,082$$

Порівнявши коефіцієнти парної і часткової кореляції можна побачити, що низька міжфакторна залежність дає репрезентативні оцінки тісноти зв'язку.

Для розрахунку коефіцієнту множинної кореляції складаємо матрицю парних коефіцієнтів кореляції та знаходимо її значення використавши функцію Excel МОПРЕД [30]:

$$R_{y_{x_1 x_2}} = \sqrt{1 - \frac{\Delta_r}{\Delta_{r_1}}} \quad \begin{matrix} 3. \\ 5 \end{matrix}$$

$$\text{де } \Delta_r = \begin{vmatrix} 1 & r_{yx_1} & r_{yx_2} \\ r_{yx_1} & 1 & r_{x_1 x_2} \\ r_{yx_2} & r_{x_2 x_1} & 1 \end{vmatrix} \quad \text{-- визначник матриці парних коефіцієнтів}$$

кореляції;

$$\Delta_{r_1} = \begin{vmatrix} 1 & r_{x_1 x_2} \\ r_{x_2 x_1} & 1 \end{vmatrix} \quad \text{-- визначник матриці міжфакторної кореляції.}$$

$$\Delta_r = \begin{vmatrix} 1 & -0,68 & -0,12 \\ -0,68 & 1 & 0,26 \\ -0,12 & 0,26 & 1 \end{vmatrix} = 1 + 0,0212 + 0,0212 - 0,0144 - 0,0676 - 0,4624 = 0,498$$

$$\Delta_{r_{11}} = \begin{vmatrix} 1 & 0,26 \\ 0,26 & 1 \end{vmatrix} = 1 - 0,0676 = 0,9324$$

Коефіцієнт множинної кореляції:

$$R_{y_{x_1 x_2}} = \sqrt{1 - \frac{0,498}{0,932}} = 0,683$$

Перевірили отримане значення шляхом використання інших формул розрахунку цього показника:

$$R_{y_{x_1 x_2}} = \sqrt{1 - \frac{\sigma_{\text{ост}}^2}{\sigma_y^2}} = \sqrt{1 - \frac{92040,34}{114,49}} = 0,683$$

$$R_{y_{x_1 x_2}} = \sqrt{\sum \beta_i * r_{y x_i}} = \sqrt{-0,696 * (-0,68) + 0,062 * (-0,12)} = 0,683$$

$$R_{y_{x_1 x_2 \dots x_m}} = \sqrt{1 - (1 - r_{y x_1}^2) * (1 - r_{y 1 \dots x_2}^2)} = \sqrt{1 - (1 - (-0,68^2)) * (1 - (-(-0,677^2)))} = 0,683$$

За допомогою коефіцієнта множинної кореляції можна з'ясувати ступінь зв'язку всього набору факторів. В даному випадку він показує значний зв'язок всього набору обраних факторів з результатом.

Нескоригований коефіцієнт множинної детермінації $R_{y_{x_1 x_2}}^2 = 0,466$ відображає частку значень результативної ознаки за рахунок зазначених у моделі факторів у загальному обсязі результату. В досліджуваній моделі ця частка дорівнює 46,6% і свідчить про те, що вказані фактори пояснюють значення результативної ознаки на помірному рівні. Тобто значення результату моделі має помірний зв'язок з вибраними факторами впливу.

Для детальнішого вивчення доцільно обчислити значення скоригованого коефіцієнту множинної детермінації а також порівняти його з уже обчисленим нескоригованим (загальним) коефіцієнтом детермінації.

Знайдемо значення скоригованого коефіцієнту множинної детермінації [31]:

$$\hat{R}^2 = 1 - (1 - R^2) * \frac{(n - 1)}{n - m - 1} = 1 - (1 - 0,466) * \frac{10 - 1}{10 - 2 - 1} = 0,313$$

Відображає тісноту зв'язку з врахуванням ступенів свободи загальної та залишкової дисперсій. Зазначений коефіцієнт оцінює щільність зв'язку, котра є незалежною від кількості факторів. Це дає можливість використовувати його для порівняння щільності по різних моделям, де кількість факторів може відрізнятися. У досліджуваній моделі обидва коефіцієнти підтверджують незначний зв'язок залежної змінної з сукупністю обраних факторів.

Доцільно оцінити загальну надійність лінійного рівняння регресії та щільності зв'язку за допомогою F -критерія Фішера:

$$F = \frac{R^2}{1 - R^2} \cdot \frac{n - m - 1}{m} \quad ; \quad .6$$

Розраховане значення критерію дорівнює такому значенню:

$$F_{\text{факт}} = \frac{0,683}{1 - 0,683} * \frac{10 - 2 - 1}{2} = 3,053$$

Отримали, що $F_{\text{факт}} < F_{\text{табл}} = 4,10$ (при $n=10$), тобто, ймовірність отримати таке значення F -критерія не перевищує припустимий рівень значущості 5%. Отже отриманий результат може мати випадковий характер та сформувався під тиском випадкових факторів. Це означає, що ми можемо поставити під сумнів статистичну значущість усього рівняння загалом та показників щільності зокрема.

Показовим значенням може виступити частковий F -критерій Фішера, який дає змогу оцінити необхідність включення фактору x_1 після фактору x_2 у рівняння множинної регресії.

Для отримання часткового F -критерію Фішера необхідно скористатися формулою [31]:

$$F_{\text{част, } x_1} = \frac{R_{yx_1x_2}^2 - R_{yx_2}^2}{1 - R_{yx_1}^2} \cdot \frac{n - m - 1}{m} \quad .7$$

$$F_{\text{част, } x_2} = \frac{R_{yx_1x_2}^2 - R_{yx_1}^2}{1 - R_{yx_2}^2} \cdot \frac{n - m - 1}{m} \quad .8$$

Знайдемо $R_{yx_1}^2$ і $R_{yx_2}^2$.

$$R_{yx_1}^2 = r_{yx_1}^2 = -0,68^2 = 0,4624$$

$$R_{yx_2}^2 = r_{yx_2}^2 = -0,12^2 = 0,0144$$

Маємо:

$$F_{\text{част, } x_1} = \frac{0,466 - 0,014}{1 - 0,462} \cdot \frac{10 - 2 - 1}{2} = 2,94$$

$$F_{\text{част, } x_2} = \frac{0,466 - 0,462}{1 - 0,462} \cdot \frac{10 - 2 - 1}{2} = 0,13$$

Отримали, що $F_{\text{част, } x_2} < F_{\text{табл}} = 4,10$. Це означає, що необхідності у включенні у модель змінної x_2 після того, як у модель включена змінна x_1 , об'єктивно немає. Приріст факторної дисперсії, який буде отримано за рахунок додаткової ознаки x_2 є незначним. Як висновок, змінну x_2 включати у рівняння після змінної x_1 не варто.

Змінивши початковий порядок введення факторних змінних у модель, тобто використати x_1 після x_2 , зміни результату значення часткового F -критерію для x_1 не буде спостерігатися $F_{\text{част, } x_1} < F_{\text{табл}} = 4,10$.

Загальний висновок: множинна модель з факторами x_1 і x_2 з $R_{yx_1x_2}^2 = 0,466$ містить неінформативні фактори x_1 та x_2 , проте, фактор x_1 є більш значущим.

Тому є доцільним розглянути альтернативні фактори впливу на ефективність та завчасно протестувати їх вплив на факторну ознаку перед застосуванням моделі на практиці.

3.2. Аналіз впливу кваліфікації персоналу та введення програми лояльності для клієнтів для підвищення ефективності діяльності ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП».

Хоча керівництвом ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП» в розрізі збільшення рентабельності показу фільмів жахів було запропоновано звернути увагу на показник продуктивності праці робітників та кількості годин ефіру фільмів зазначеного жанру, але шляхом розрахунку коефіцієнтів значимості було виявлено, що ці показники не суттєво впливають на залежну змінну. Такий результат дослідження наштовхнув на поглиблене вивчення системи управління ефективністю та подальший пошук більш важливих факторів впливу.

Для висунення пропозицій по удосконаленню системи управління ефективністю було проведено дослідження фундаментальних систем оцінки ефективності діяльності компанії. В ході вивчення існуючих концепцій було виділено збалансовану систему показників (ЗСП) Каплана-Нортон, яка стверджує, що для отримання конкурентних переваг недостатньо інвестувати лише в фізичні активи та фінансовий менеджмент. Більш значущим фактором є здатність вчасно мобілізувати свої нематеріальні активи, серед яких: кваліфікація персоналу, здатність отримувати нових клієнтів, грамотно побудоване стратегічне управління. Таким чином було створено набір ключових індикаторів, які розподіляються по чотирьом проекціям (рис 3.1).



Рисунок 3.1 – Запропоновані фактори впливу по ЗСП Каплана-Нортонна

Для доведення значимості факторів було проведено тестування навчання та росту, а також клієнттури на основі кореляційно-регресійного аналізу. Вихідні дані зазначено в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4 – Дані ефективності ведення діяльності 2008-2017 рр.

Рік	Рентабельність окремого виду продукції (фільмів жахів), %, Y	Кількість проведених навчальних семінарів для персоналу, шт, X ₁	Кількість виданих клубних карток, тис. шт. X ₂
2008	23,76	112	48,88
2009	25,54	115,6	50,66
2010	28,15	110	53,27
2011	30,71	117,4	55,83
2012	35,98	112,5	61,1
2013	10,1	107,78	35,22
2014	11,1	108,03	36,22
2015	7,9	108,38	33,02
2016	8,7	107,42	33,82
2017	10,3	107,05	35,42

Отримане рівняння множинної регресії має наступний вигляд:

$$\hat{y} = -64,35 + 0,438 * x_1 + 0,792 * x_2$$

Коефіцієнти, зазначені біля незалежних змінних, свідчать про прямий зв'язок з функцією.

Парні коефіцієнти кореляції наведено в розрахунках:

$$r_{yx_1} = \frac{\text{cov}(y, x_1)}{\sigma_y \cdot \sigma_{x_1}} = \frac{2154,42 - 19,22 \cdot 110,62}{10,65 \cdot 3,64} = 0,72;$$

$$r_{yx_2} = \frac{\text{cov}(y, x_2)}{\sigma_y \cdot \sigma_{x_2}} = \frac{954,54 - 19,22 \cdot 44,34}{10,65 \cdot 10,65} = 0,9;$$

$$r_{x_1 x_2} = \frac{\text{cov}(x_1, x_2)}{\sigma_{x_1} \cdot \sigma_{x_2}} = \frac{4933,1 - 110,62 \cdot 44,34}{3,64 \cdot 10,65} = 0,72$$

Парні коефіцієнти кореляції підтверджують значний вплив обраних факторів на результативну ознаку, але $r_{x_1 x_2}$ також має високе значення, що свідчить про високу міжфакторну залежність (фактори x_1 та x_2 колінеарні, так як $r_{x_1 x_2} = 0,72 > 0,7$). Колінеарність між змінними може викривляти отримані в подальшому результати..

Також розрахуємо частинні коефіцієнти:

$$r_{yx_1 \cdot x_2} = \frac{r_{yx_1} - r_{yx_2} r_{x_1 x_2}}{\sqrt{(1 - r_{yx_2}^2) \cdot (1 - r_{x_1 x_2}^2)}} = 0,24$$

$$r_{yx_2 \cdot x_1} = \frac{r_{yx_2} - r_{yx_1} r_{x_1 x_2}}{\sqrt{(1 - r_{yx_1}^2) \cdot (1 - r_{x_1 x_2}^2)}} = 0,79$$

Вони нам показують, що хоча обидва фактори мають високий вплив (що підтверджують парні коефіцієнти), включення фактору x_1 після x_2 є недоцільним.

Коефіцієнт множинної кореляції визначаємо через матрицю парних коефіцієнтів кореляції [30]:

$$R_{yx_1 x_2} = \sqrt{1 - \frac{\Delta_r}{\Delta_{r_{11}}}} \quad 3.$$

5

$$\text{де } \Delta_r = \begin{vmatrix} 1 & r_{yx_1} & r_{yx_2} \\ r_{yx_1} & 1 & r_{x_1x_2} \\ r_{yx_2} & r_{x_2x_1} & 1 \end{vmatrix} - \text{ визначник матриці парних коефіцієнтів}$$

кореляції;

$$\Delta_{r_{11}} = \begin{vmatrix} 1 & r_{x_1x_2} \\ r_{x_2x_1} & 1 \end{vmatrix} - \text{ визначник матриці міжфакторної кореляції.}$$

$$\Delta_r = \begin{vmatrix} 1 & 0,72 & 0,9 \\ 0,72 & 1 & 0,72 \\ 0,9 & 0,72 & 1 \end{vmatrix} = 0,086$$

$$\Delta_{r_{11}} = \begin{vmatrix} 1 & 0,72 \\ 0,72 & 1 \end{vmatrix} = 0,48$$

Коефіцієнт множинної кореляції:

$$R_{yx_1x_2} = \sqrt{1 - \frac{0,086}{0,48}} = 0,906$$

Коефіцієнт множинної кореляції показує дуже сильний зв'язок всього набору факторів з результатом. Це означає, що використання цього набору факторів для підвищення ефективності буде нести більше користі ніж запропонований керівництвом.

3.3. Рекомендації щодо підвищення ефективності ведення діяльності ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП»

Провівши дослідження показників ефективності ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП», його сучасного стану та здійснивши аналіз зв'язку рентабельності продукції з продуктивністю праці кореляційно-регресійним методом, можна сформувати ряд рекомендацій щодо підвищення ефективності ведення діяльності підприємства.

На сучасному етапі розвитку економіки для досягнення максимальної ефективності господарювання не достатньо мати сучасне обладнання, великі суми капіталовкладень та високий рівень навантаження на персонал. Важливо не просто збільшувати ці показники, а раціонально формувати, відтворювати та ефективно використовувати весь спектр ресурсного потенціалу підприємства.

Для цілісного підходу необхідна оцінка комплексу різноманітних факторів, системний підхід до їхнього вивчення. Таким чином найбільш вагоміші фактори впливу на економічну ефективність досліджуваного підприємства можна зобразити у вигляді схеми (рис. 3.2).



Рисунок 3.2 – Фактори впливу на економічну ефективність

Вивчення факторів впливу базується на розгляді не самих ресурсів та рівня їх використання, а на системі управління цими ресурсами. Дані про результати впливу на показники ефективності різних факторів дають

можливість забезпечувати їх необхідний рівень за допомогою управління факторами, сформувавши уявлення про можливі резерви.

В ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП» досить активно застосовуються інтенсивні методи підвищення ефективності основних фондів. Серед яких: автоматизація праці, модернізація, підвищення освітньо-кваліфікаційного рівня персоналу. Підприємству слід звернути увагу на екстенсивні методи, котрі застосовуються не в повній мірі. Серед таких: підвищення якості ремонтів та обслуговування обладнання, скорочення простоїв обладнання.

Вузьким місцем з точки зору максимізації ефективності використання ресурсів є персонал господарства. Такий висновок ґрунтується на основі проведеного кореляційно-регресійного аналізу. Це означає, що керівництво вищої ланки повинно приділяти особливу увагу розробці системи стимулів та заохочень працівників. Наразі на підприємстві не діє жодна система стимулів, окрім щомісячної грошової премії. Рекомендується здійснювати неформальний конкурс за звання кращого робітника кварталу та організацію внутрішньої конференції в головному офісі з метою обміну досвідом робітників різних регіонів.

Досить довгий час вагомим плюсом в конкурентоспроможності ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП» був ексклюзивний договір з канадською корпорацією IMAX, з 2017 року інші кінотеатри також мають доступ до цієї технології. Доцільним є здійснити технологічні нововведення, які б повернули цю перевагу. Рекомендується запровадити нову технологію показів RELUXE.

До рекомендацій слід віднести питання ресурсозбереження, матеріаломісткості та енергоємності продукції. Зменшення цих показників позитивно вплине на рентабельність.

Комплексний підхід до вирішення всіх зазначених питань неминуче призведе до підвищення ефективності підприємства в цілому.

ВИСНОВКИ

Економічна ефективність пронизує всі сфери практичної діяльності людини, всі стадії суспільного виробництва, є основою побудови кількісних критеріїв цінності прийняття рішень, використовується для формування матеріально-структурної, функціональної та системної характеристики господарської діяльності. Тому досягнення максимальної ефективності ведення діяльності є актуальною проблемою для кожного суб'єкта господарювання.

У теоретичній частині кваліфікаційної магістерської роботи було досліджено наслідки використання принципів ефективності на різних рівнях впровадження, в також проведено ґрунтовний аналіз різних підходів до трактування поняття «ефективність». Було проведене чітке розмежування категорій «ефективність» та «результативність». Наведено їх основні відмінності та конкретні приклади коли яскраво простежуються їх відмінні риси. Таким чином було сформоване наступне визначення: ефективність – це досягнення найбільшого ефекту, який був отриманий шляхом найменшого витрачання матеріальних та не матеріальних ресурсів.

На рівень ефективності впливає сукупність показників оцінки ефективності діяльності. Усі вони розділяються на дві основні групи: 1) абсолютні, тобто ті, які можуть бути виражені у натуральних (наприклад літри, кілограми), вартісних (гривні, євро) одиницях; 2) відносні – виражені у коефіцієнтах або відсотках.

Варто відзначити, що не існує єдиної системи показників по яким би можна було досліджувати ефективність ведення діяльності підприємств, які працюють в різних сферах, регіонах, різняться масштабами та мають інші відмінності. Як наслідок, не існує також єдиного, ефективного для всіх методу управління ефективністю. Кожне окреме підприємство, яке хоче досягнути вищого рівня ефективності в порівнянні з тим, який є на даний час, повинне розробити свій алгоритм підвищення ефективності. Його можна

побудувати шляхом побудови стратегії в різних напрямках управління: управління якістю продукції, економічними ризиками, розвитком виробництва, доходами і витратами, діловою активністю, конкурентоспроможністю.

Компанія «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП» є однієї з найбільших мереж кінотеатрів представлених сьогодні на ринку розважальних послуг. Головним напрямком діяльності є створення та адміністрування багатозальних кінотеатрів під торговою маркою «Планета Кіно» на території України.

Протягом всього періоду існування ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП» динамічно розвивається. Про це свідчать постійне розширення мережі кінотеатрів, добудова в уже існуючих спорудах додаткових кінозалів, укладання договорів із зарубіжними фірмами. Проте, масштабування діяльності не гарантує збільшення прибутків та покращення економічних показників загалом. Тому було проаналізовано фінансові результати господарювання «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП». Опираючись на результати дослідження можна зробити висновок, що основні показники мають позитивну тенденцію до наростання. Але одночасно збільшуються витрати і темпи їх зростання швидші за темпи зростання фінансових показників.

Для оцінки ефективності діяльності підприємства в роботі були розраховані показники рентабельності діяльності та проведено аналіз отриманих показників. Для розрахунку показників рентабельності використовувалися дані надані аналітичним відділом підприємства

Проведений аналіз показав, що:

- рентабельність продажів має тенденцію до зменшення;
- рентабельність капіталу підвищується, що свідчить про підвищення ефективності його використання;
- рентабельність основних засобів зросла більш ніж в 4 рази;
- рентабельність власного капіталу також зростає;
- рентабельність витрат відображає збільшення ефективності їх утворення.

Позитивна тенденція також спостерігається в таких показниках ефективності як фондovіддача, матеріалovіддача та продуктивність праці. Зменшується лише показник фондоозброєності.

Був проведений кореляційно-регресійний аналіз потенційних факторів впливу на ефективність. Як висновок, було доведено суттєвий вплив підвищення кваліфікації персоналу та введення програми лояльності для клієнтів на рівень ефективності діяльності ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП».

Також були надані конкретні рекомендації щодо ефективності. Підприємству слід звернути увагу на екстенсивні методи підвищення ефективності основних фондів. Серед таких: підвищення якості ремонтів та обслуговування обладнання, скорочення простоїв обладнання. Розробити систему стимулів та заохочень працівників. Рекомендується здійснювати неформальний конкурс за звання кращого робітника кварталу та організацію внутрішньої конференції в головному офісі з метою обміну досвідом робітників різних регіонів. Важливо займатися розвитком програми лояльності для клієнтів. Рекомендується запровадити нову технологію показів RELUXE. До рекомендацій слід віднести питання ресурсозбереження, матеріаломісткості та енергоємності продукції. Зменшення цих показників позитивно вплине на рентабельність.

За результатами проведеного дослідження можна зробити висновок, що ТОВ «ТРИУМФ МЕДІА ГРУП» приділяє велику увагу прийняттю управлінських рішень та забезпечує високий рівень ефективності використання всіх наявних ресурсів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Давиденко Н. М. Оцінювання ефективності корпоративного управління акціонерними товариствами. *Вісник Львівської комерційної академії*. 2011. № 35. С. 108–111.
2. Десслер Г. Управление персоналом. – Москва : БИНОМ, 1997. – 432 с.
3. Друкер П. Управление, нацеленное на результаты. Москва : Технол. шк. бизнеса, 1994. 191 с.
4. Лановенко О. А. Социальная эффективность предоставления социальных услуг: критериальные показатели ее оценки. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2010. № 889. С. 142–147.
5. Левицька І. В. Проблеми підвищення ефективності управління холдингами. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2009. № 31. С. 42-43.
6. Батракова Т. І. Сутність поняття «економічна ефективність» діяльності підприємства в ринкових умовах. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2015. № 1(1). С. 172-178.
7. Шляга О.В. Шляхи підвищення ефективності роботи. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2014. № 7. С. 66-75.
8. Ковальчук І.В. Економіка підприємства : Навчальний посібник. К. : Знання, 2008. 697 с.
9. Говорушко Т.А. Управління ефективністю діяльності підприємств на основі вартісно-орієнтованого підходу. *Теоретичні засади ефективності підприємств* : монографія. Чернівці, 2013. – 204 С.
10. Габор С.С. Ефективність як економічна категорія. *Інноваційна економіка*. 2017. № 7. С. 14–17.
11. Кудренко Н.В. Теоретико-методичні підходи щодо оцінювання економічної ефективності функціонування підприємств. *Економіка і право*. 2015. №18. С. 61-67.

12. Мейер Маршал В. Оценка эффективности бизнеса. Учебное пособие. М. : «Вершина», 2004. 272 с.
13. Тарасюк Г. М. Планування діяльності підприємства: навчальний посібник. Житомир: ЖДТУ, 2003. 580 с.
14. Керанчук, Т. Л. Концепція вартісно-орієнтованого управління підприємством та можливості її адаптації в Україні. *Фінанси України*. 2011. № 7. С. 104–114.
15. Лазарева Н.О. Про розуміння управління ефективністю діяльності підприємства. *Економічний вісник Донбасу*. 2015. № 2 (40). С. 105-109.
16. Батракова Т.І. Управління ефективністю діяльності підприємства – запорука його успішного функціонування. *Економічний аналіз*. 2015. № 19(2). С. 13-19.
17. Васильченко О. Р. Сучасні механізми управління ефективністю діяльності підприємств. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2012. № 6. С. 15-18.
18. Коляда А. Л. Основні шляхи управління ефективністю діяльності підприємства. *Актуальні питання соціально-економічного розвитку держави, регіону та підприємства*. 2015. Ч. 1. С. 105-107.
19. Гончарук А.Г. Методические основы оценки и управления эффективностью предприятия. Учебное пособие. Одеса : «Астропринт». 2008. 288 с.
20. Бугров Д. Метрика эффективности. *Вестник McKinsey*. 2010. № 3. С. 12–16.
21. Салига К. С. Управління фінансовими результатами підприємства. *Засади ефективного управління підприємством* : монографія. Запоріжжя, 2008. 176 С.
22. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навчальний посібник. К.: «Знання», 2007. 668 с.
23. Тріумф Медіа Груп. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Тріумф_Медіа_Груп (дата звернення :01.10.2018).

24. Череп А.В. Ефективність як економічна категорія. *Ефективна економіка*. 2013. № 5. URL: [http:// www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1727](http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1727) (дата звернення 02.10.2018).
25. Потапенко Л. А., Конін П. П. Ефективний менеджмент : навч. посіб. Київ. К: «Знання», 2016. 131 С.
26. Осипов М. Р., Петров Є. В., Романін Ю. О., Ткаченко Л. Г. Методи оптимізації : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2015. 184 с.
27. Планета Кіно (мережа кінотеатрів). URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Планета_Кіно_\(мережа_кінотеатрів\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Планета_Кіно_(мережа_кінотеатрів)) (дата звернення :01.10.2018).
28. Старостенко Г.Г. Фінансовий аналіз: Навчальний посібник. К: Центр навчальної літератури, 2006. 224 с.
29. Калугін О. О. Цінність ефективного розподілу ресурсів. *Часопис Київського університету економіки*. 2007. № 4. С. 77–82.
30. Пазиніч О. В. Професійна кваліфікація управлінця : навч. посіб. Київ : Талком, 2016. 110 с.
31. Економічна енциклопедія: У трьох томах. / Редкол.: С. В. Мочерний та ін. К.: Видавничий центр «Академія», 2000. Т. 2. 864 с.
32. Кулинич О.І., Кулинич Р.О. Теорія статистики: Навчальний посібник. Харків. К.: «Знання», 2010. 239 С.
33. Падько Р. О. Управлінський облік : конспект лекцій. Запоріжжя : ЗНУ, 2014. 51 с.
34. Ефективність діяльності: показники, методи, інструменти. за ред.: А. О. Рекуненко, В. К. Камінська. Харків. 2017. 228 с.
35. Френкель А.А. Прогнозирование производительности труда: методы и модели: учебное пособие. К. : «Экономика», 2007. 221 с.
36. Тютюнник Ю.М. Формування методик факторного аналізу показників фінансової стійкості аграрних підприємств. *Облік і фінанси АПК*. 2009. № 1. С. 111 – 115.
37. Пілявоз Т.М. Аналіз рентабельності продукції на основі економіко-статистичних моделей. *Економіка і управління*. 2011. № 1. С. 102-107.

38. Кучеренко А. Р. Методи підвищення ефективності. *Великий енциклопедичний економічний словник*. ред. Р. А. Корчак. Київ, 2008. С. 213.
39. Економіка : конспект лекцій / за заг. ред. А. І. Івашин ; уклад. В. В. Познін. Київ : ЦУЛ, 2016. 215 с.
40. Колеснік Н.П.. Методи оцінки ефективності діяльності підприємства на основі математичних моделей : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.02. Житомир, 2014. 18 с.
41. Межик Л. Л., Дубова О. П. Управління підприємством : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 98 С.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

SUMMARY

Zhuravleva K.M. Management and analysis of the efficiency of a trading enterprise in the system of managerial accounting. – Qualification master's work. Sumy State University, Sumy, 2018

Approaches to the identification of the essence of category "efficiency" are researched, main indicators of company efficiency quantification and methods of its management are systematized. Efficiency indicators of the researched enterprise are analyzed. The most significant factors of company efficiency is determined by constructing multiple linear regression and carrying out correlation regression analysis. Recommendations on improving the level of company efficiency are developed.

Key words: efficiency, indicators of enterprise efficiency, output profitability, factors of influence on efficiency, multiple regression, correlation-regression analysis, managerial accounting.

АНОТАЦІЯ

Журавльова К.М. Менеджмент ефективності діяльності торгового підприємства в системі управлінського обліку. – Кваліфікаційна магістерська робота. Сумський державний університет, Суми, 2018 р.

У роботі досліджено підходи до трактування категорії «ефективність», систематизовано основні показники оцінки ефективності діяльності підприємства та методи управління нею. Проведено аналіз рівня ефективності досліджуваного підприємства. Визначено найбільш релевантні фактори впливу на ефективність шляхом побудови множинної лінійної регресії та проведення кореляційно регресійного аналізу. Розроблено

рекомендації щодо підвищення рівня ефективності господарської діяльності досліджуваного підприємства.

Ключові слова: ефективність ведення діяльності, показники ефективності підприємства, рентабельність продукції, фактори впливу на ефективність, рівняння множинної регресії, кореляційно-регресійний аналіз, управлінський облік.