

обґрунтування реальних завдань управління розвитком підприємств ресторанного господарства України.

Наявність деструктивних явищ в економіці України призводить до слабого розвитку підприємств ресторанного господарства, що виражається в повільному зростанні кількості популярних серед населення закладів громадського харчування та зменшенні непривабливих закладів з різних причин.

#### **Використані джерела:**

1. Бойчик І. М. Економіка підприємства. К., 2016. 378 с.
2. Попрозман О. І. Етапи розробки загальної стратегії розвитку підприємства в умовах трансформації економіки. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2020. № 2. С. 63–70.
3. Чорна Л. О., Піщик О. В., Матяш О. Ю. Еволюційний розвиток управлінського потенціалу підприємства. *Економіка та держава*. 2021. № 4. С. 59–63.

Холодило Марія  
Західноукраїнський національний університет  
(науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри  
підприємництва і торгівлі ЗУНУ Сп'як Г.І.)

### **ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПИВОВАРНОЇ ГАЛУЗІ**

Комерційна діяльність виробничого підприємства - це той вид діяльності, який забезпечує початок і завершення виробничого циклу, реалізацію виробленої продукції і, в кінцевому підсумку, отримання підприємством прибутку. Загалом, ефективність є якісною характеристикою певного процесу чи об'єкту. Для її оцінки використовують відносні показники, які характеризують відношення результатів комерційної діяльності підприємства до його ресурсів, задіяних в процесі проведення такої діяльності. «Ефективність є якісною характеристикою, яку слід розглядати в контексті конкретної ситуації та інтерпретувати через ідентифікацію повноти та якості досягнення підприємством поставлених цілей чи економічності та результативності використання ресурсів» [5, с. 119].

Виробництво пива є традиційним для України, тому підприємства пивоварної галузі займають особливе місце в структурі вітчизняної переробної промисловості. До того ж питома вага виробництва пива серед алкогольних

напоїв завжди буладосить вагомою (до 35%) [2, с.42]. До війни ринок пива в Україні можна було охарактеризувати як висококонсолідований- трьом великим підприємствам належала лєвова частка ринку. Разом з тим потужності пивоварних підприємств по-декуди були завантажені тільки наполовину. Таким чином вітчизняний ринок має хорошу базу для росту і високий експортний потенціал.

Розвиток ринку протягом останнього (довоєнного) періоду відбувався шляхом інтенсивного росту малих пивоварень, які варять так зване крафтове пиво і складають особливий сегмент цього ринку. Крафтове пиво досить поширений бренд в світі, який відрізняють натуральні інгредієнтиприготовання напиту, традиційні технології та природній смак справжнього пива. Таке пиво в Україні варять малі пивоварні, які кільькісно складають біля 85% ринку, а за обсягами продукції пивоваріння – 3%, відповідно [2]. В Україні навіть існує Асоціації малих незалежних пивоварень, членами якої є 40 крафтових броварень. Щоб стати учасником Асоціації необхідно бути незалежною пивоварнею з обсягом виробництва до 5 млн.літрів пива на рік, мати ліцензію на виробництво пива та в першу чергу цінувати якість продукту та пивні традиції [3].

Наведені особливості вітчизняного ринку пива важливо враховувати в процесі оцінки ефективності комерційної діяльності підприємств галузі.

Необхідно відмітити, що науковці, які займаються дослідженням даної проблематики, виділяють два підходи для оцінки ефективності виробничої діяльності підприємства – традиційний та багатофакторний підходи [1]. Традиційний підхід передбачає оцінку ефективності на основі порівняння результативних показників діяльності підприємства з витратами певних видів його ресурсів.

Багатофакторний підхід враховує вплив на результати діяльності підприємства певного кола чинників. Таке врахування здійснюється через використання спеціальних індексів, що характеризують даний вплив. Багатофакторний підхід є достатньо складним у застосуванні та потребує виконання великих обсягів обчислень. З огляду на це багатофакторний підхід в практичній діяльності суб'єктів ринку майже не використовується.

Традиційний підхід базується на розрахунку показників рентабельності. Мова йде про цілу групу показників, таких як: рентабельність капіталу, рентабельність продаж, рентабельність активів тощо. Очевидно, що показники рентабельності будуть обчислюватися як відношення певних абсолютних величин, що характеризують результати діяльності пивоварних підприємств, до обсягів ресурсів цих підприємств (за окремими видами ресурсів).

Що стосується результуючих показників, то до таких, в першу чергу, належать показники фінансових результатів діяльності, зокрема, виручка від реалізації продукції, валовий прибуток, прибуток до оподаткування, чистий прибуток підприємства. Останній є найбільш вживаним показником фінансових результатів діяльності, оскільки показує чистий дохід за фінансовий рік, напрями використання якого зазвичай визначаються загальними зборами акціонерів компанії.

Ефективність комерційної діяльності пивоварних підприємств визначається як результат комплексної оцінки ефективності використання виробничих, матеріальних, фінансових та трудових ресурсів підприємства. «Краще проводити аналіз показників ефективності діяльності підприємства в динаміці, оскільки абсолютне значення не можна порівнювати з альтернативними значеннями, наприклад, рентабельність основних засобів з депозитом в банку, бо отриманий прибуток не є результатом одного виду активів, а всіх їх у сукупності» [4].

Ми розділяємо думку О. М. Савицької щодо доцільності групування показників ефективності діяльності підприємства [4]. В цьому контексті вважаємо за доцільне виділити 3 групи показників оцінки ефективності комерційної діяльності підприємства: показники, що характеризують ефективність використання фінансових ресурсів підприємства; показники, що характеризують ефективність використання матеріальних ресурсів; показники, що характеризують ефективність використання трудових ресурсів.

До показників першої групи належать - рентабельність інвестицій, рентабельність власного капіталу, рентабельність продажів. Показниками другої групи є рентабельність активів, рентабельність продукції, рентабельність операційної діяльності, рентабельність основних засобів. Ефективність використання трудових ресурсів характеризує виробіток на одного працюючого, трудомісткість продукції, продуктивність праці окремих категорій та груп працівників.

Оцінювання комерційної діяльності підприємств пивоварної галузі України базується на принципах системності, об'єктивності, достовірності, комплексності, науковості, зіставленості та оперативності. Сам процес такої оцінки здійснюється на основі використання певних методик та дотримання певної технології.

Загалом, оцінювання ефективності комерційної діяльності підприємств пивоварної галузі України може слугувати основою виявлення потенційних можливостей вдосконалення складу й структури ресурсів підприємства, підвищення їх рентабельності, що забезпечить, підвищення рівня ефективності комерційної діяльності суб'єкта господарювання.

### **Використані джерела:**

1. Гречко А. В., Гречухін А. С. Оцінка ефективності виробничої діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2016. №1. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1\\_2016/44.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2016/44.pdf).
2. Зелена книга «Аналіз ринку ферментованих алкогольних напоїв». 2021. URL: <https://regulation.gov.ua/book/170-zelena-kniga-analiz-rinku-fermentovanih-alkogolnih-napoiv>.
3. Коли продукт важливіший за бізнес: що таке крафтове пиво та як воно завойовує Україну. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2021/04/16/673064/>.
4. Савицька О. М., Салабай В. О. Ефективність діяльності та управління підприємством: особливості використання теорії, методології та результативності аналітичних досліджень. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». 2019. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
5. Чміль Г. Л. Комплексна оцінка ефективності комерційної діяльності підприємств роздрібної торгівлі. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління*. 2018. Т. 29 (68). № 4. С. 117-122.

Щербата Роксолана  
Західноукраїнський національний університет  
(науковий керівник: к.е.н., старший викладач кафедри  
підприємництва і торгівлі ЗУНУ Оприсок М.Д.)

### **РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

Соціальне підприємництво набуває все більшої популярності в Україні. Зазвичай, інтерес до соціального підприємництва з'являється у працівників громадського сектору, соціально вразливих груп населення, які прагнуть покращити суспільство, у людей, які просто хочуть змін, та представників звичайного бізнесу. Розвиток соціального підприємництва водночас сприяє тому, що з'являється все більше навчальних програм зі створення та управління такою діяльністю, правильною організацією юридичних та фінансових питань, що дозволяють соціальним підприємцям робити свою діяльність більш ефективною.

Соціальне підприємництво є новим напрямом економічної діяльності, що генерує інноваційні рішення сучасних соціальних проблем із використанням бізнес-підходів. Зростання кількості й масштабів глобальних, національних і