

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри

Н.В. Сментина

“ ”

_ 2018 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

за магістерською програмою професійного спрямування

«Економіка, планування та управління бізнесом»

на тему:

«Економічне обґрунтування диверсифікації власної справи»

Виконавець

студент 66 групи ФЕУП

Куркін О.О. _

Науковий керівник

к.е.н., старший викладач

Однолько В.О. _

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ	
1.1 Сутність та причини диверсифікації	7
1.2 Види диверсифікації	17
1.3 Порядок проведення диверсифікації	25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПЕРЕДУМОВ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ТОВ «МАМОЗІН»	
2.1 Загальна характеристика та аналіз фінансово – господарської діяльності підприємства.....	33
2.2 Аналіз ринку косметики та парфумерії.....	47
2.3 Обґрунтування напрямку диверсифікації каналів продажу.....	54
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «МАМОЗІН»	
3.1 Формування плану інвестиційних та операційних витрат	62
3.2 Аналіз показників ефективності проекту	68
3.3 Оцінка проектних ризиків	74
ВИСНОВКИ.....	81
ЛІТЕРАТУРА.....	84
ДОДАТКИ.....	92

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах нестабільності зовнішнього середовища, обумовленого розвитком процесів глобалізації, науково-технічного прогресу, ринкової конкуренції, світових економічних та фінансових криз, підприємства прагнуть досягти сталого розвитку в довгостроковій перспективі. Одним із найбільш ефективних інструментів вирішення цього завдання є диверсифікація.

Для вітчизняної економіки диверсифікація є порівняно новим явищем, яке викликане необхідністю пристосування підприємницьких структур до швидких змін споживчого ринку та посиленням конкурентної боротьби. Проте ринкові трансформації, що відбуваються в Україні, також зумовлюють необхідність активного застосування цієї стратегії у діяльності вітчизняних підприємств.

В цьому контексті важливість диверсифікації викликана існуванням підприємств, які мають у своєму розпорядженні великі обсяги капіталу, що отримуються в основних сферах бізнесу, а оскільки можливості подальшої експансії в них дуже обмежені, диверсифікація представляється найбільш придатним шляхом для інвестицій та зменшення ризику. Крім того завдяки їй впровадженню суб'єкти господарювання мають змогу адаптуватись до відповідного середовища їх функціонування, посилити конкурентну позицію на ринкових сегментах, використовувати можливості розвитку найбільш оптимальним чином.

З іншого боку занадто широкомасштабна диверсифікація може призводити до неефективного використання ресурсів підприємств. Непродумана диверсифікація у ті галузі, де підприємство не має істотного впливу, також може призвести до втрати його ринкових позицій та погіршення економічних показників діяльності.

Відтак ефективність здійснення диверсифікації в будь-якій підприємницькій сфері безпосередньо залежить від своєчасної орієнтації на види товарів, робіт, послуг, які мають попит і є конкурентоздатними. Оцінка результатів діяльності підприємства пов'язана з розробкою методики отримання, аналізу та надання інформації, яка стосується освоєння нових технологій, видів продукції, діяльності ринків та інших видів і напрямків діяльності, а також виявлення закономірностей визначення стану досягнення мети проведення диверсифікації.

Теоретичним та практичним аспектам розвитку підприємств на основі диверсифікації присвячено наукові праці відомих закордонних вчених, І. Ансоффа, П. Друкера, Г. Мінцберга, М. Портера. А. Стрікланда, К. Сноу, А. Томпсона. Також означена проблема знайшла відображення у статтях вітчизняних науковців зокрема З. Шершньової, О.Алімова, О. Амоши, Г. Дмитренко, Л. Довганя, Є. Кузьміна, В. Пономаренко, та інших.

Проте, незважаючи на їхній вагомий внесок у дослідження проблем диверсифікації на підприємствах, існує низка питань дискусійного характеру. Зокрема, необхідно уточнити сутність поняття «диверсифікація», узагальнити її види та фактори, які впливають на вибір стратегії диверсифікації. Крім того, сучасна теорія не приділяє достатньо уваги оцінці ефективності диверсифікації, а також послідовності здійснення диверсифікації, в тому числі й у вигляді проектної діяльності. Усе це зумовило актуальність обраної теми дослідження.

Метою дослідження є економічне обґрунтування стратегії розвитку підприємства на основі диверсифікації.

Завданнями дипломної роботи є:

- розглянути теоретичні питання щодо сутності та різновидів диверсифікації;
- провести аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Мамозін»;

- проаналізувати ринок косметики та парфумерії на якому функціонує підприємство;
- визначити поточну конкурентну позицію підприємства на означеному ринку;
- обґрунтувати доцільність формування нових напрямів розвитку у співпраці з фітнес-клубами;
- обґрунтувати основні параметри проекту диверсифікації каналів збуту;
- довести ефективність запропонованого проекту диверсифікації;
- провести оцінку ризиків та визначити шляхи їхньої мінімізації.

Об'єктом дослідження виступають процеси здійснення проекту диверсифікації підприємства виробничої сфери.

Предметом дослідження є методи, що спрямовано на обґрунтування доцільності та практичного здійснення диверсифікації збуту, на прикладі ТОВ «Мамозін».

Методи дослідження. Як методи дослідження обрано горизонтальний та порівняльний аналіз діяльності підприємства. Використано методи синтезу та угруповань. Розрахунки проекту диверсифікації каналів збуту косметичної продукції за допомогою мережі фітнес – клубів проводилися з використанням програмних продуктів «Project Expert» та «Excel». Їх також використано для обґрунтування показників ефективності та кількісної оцінки ризиків.

Інформаційна база дослідження. У якості інформаційної бази дослідження виступили дані бухгалтерського, управлінського й аналітичного обліку діяльності ТОВ «Мамозін», офіційні статистичні дані, кон'юнктурні дослідження стану ринку косметики та парфумерії, законодавчі документи, що регулюють діяльність підприємств в галузі, праці вітчизняних та іноземних науковців, дані з Інтернет – джерел тощо.

Публікації та апробація результатів дослідження. За результатами проведеного дослідження опубліковано статтю в журналі «Науковий вісник Одеського національного економічного університету» за темою «Сучасні тенденції на ринку косметики та парфумерії».

ВИСНОВКИ

В результаті розгляду теоретичних питань диверсифікації діяльності підприємства, аналізу кон'юнктури ринку парфюмерно – косметичних товарів та обґрунтування доцільності диверсифікації у ТОВ «Мамозін», в роботі зроблено наступні висновки:

1. ТОВ «Мамозін» засновано у 2014 році і вже встигло добре зарекомендувати себе на ринку косметичної та парфюмерної продукції. Наразі підприємство виробляє авторську косметику та парфумерію під брендами «Socolady» та «Mira Max». Крім того підприємство є дистриб'ютором відомих іноземних брендів.
2. Доходи від реалізації підприємства постійно зростають. Їхній ріст у порівнянні з 2015 роком склав 76,6%. Дещо вищими темпами зросла собівартість реалізованої продукції, її рівень був на рівні 173,4% від 2015 року. Це означає, що величина рентабельності продажу дещо знизилась. Якщо в 2015 році вона складала 5,4%, то в 2017 – вже 4,4%.
3. Структура обсягу продажу підприємства досить стабільна, що свідчить про стабільність діяльності підприємства на своєму сегменті ринку. Дана спеціалізація дозволяє зберігати високий рівень конкурентоспроможності за рахунок підвищення професіоналізму і як висновок зберігання прихильності споживачів.
4. Оцінка платоспроможності підприємства показала, що в цілому можна сказати про високий рівень ліквідності та ділової активності підприємства, що є звичайним явищем з огляду на темпи росту обсягів продажу. Крім того значення цих показників вказує, що декілька нижчий від нормативів показники ліквідності пояснюються високим рівнем оборотності основних та обігових засобів підприємства.
5. Аналіз доцільності шляхів диверсифікації показав, що найбільш перспективним з них є гіпотеза про освоєння нового каналу збуту за

допомогою мережі фітнес-клубів. Така диверсифікація каналів збуту не тільки вигідна для ТОВ «Мамозін», але й повністю відповідає загальній стратегії просування продукції свого нового партнера – компанії «LR» та може сприяти зростанню обсягу продажів.

6. Аналіз представлених даних дозволяє зробити висновок про значний потенціал споживчого попиту не тільки на масаж та косметичні процедури, але й на продукцію «LR» з боку клієнтів «Fit Curves», що може зацікавити підприємство у спільній діяльності. Це дає підстави розробити стратегію взаємодії з контрагентами та створення косметичних підрозділів у мережі фітнес – клубів.
7. Серед інвестиційних витрат важливе місце займають витрати на покупку або оренду приміщення. В нашому випадку планується орендувати приміщення в закладах мережі «Fit Curves». На першому етапі планується обладнати 5 косметично-масажних кабінетів ТОВ «Мамозін». В усіх закладах є у наявності окремі приміщення для розташування кабінетів. Територіально їх обрано таким чином, щоб охопити всі райони м. Одеси. У подальшому мережу косметично-масажних кабінетів можна поширити на всі заклади «Fit Curves» (наразі лише в Одесі їх 11), та, можливо на інші фітнес – клуби.
8. Розрахунок інвестиційного плану показав потребу в даному виді ресурсів на рівні 163 тис. грн. Середньомісячний рівень операційних витрат складе 176,6 тис. грн.
9. З розрахованих показників балансу кеш-фло видно, що протягом 9 місяців результати будуть від'ємними, а максимально від'ємний результат складає 282 тис. грн. Враховуючи ці дані можна сформулювати план з залучення позикових коштів. Виявлено, що загальна потреба в кредитуванні складає 290 тис. грн. терміном на 12 місяців.
10. Згідно плану з прибутків видно обсяги прибутку коливаються у різних періодах, що пов'язано з сезонністю обсягів послуг, які надаються. В 3-

му кварталі вони будуть від'ємними, але в цілому, навіть в першому році будуть позитивними – 47 тис. грн. В наступних періодах річний прибуток досягне величини 845 тис. грн.

11. Розрахунок інтегральних показників ефективності проекту показав що при ставці дисконтування 28%, дисконтований період окупності складе 11 місяців. За 4 роки чистий приведений дохід досягне 1660 тис. грн., а індекс прибутковості – 6,52. Внутрішня норма рентабельності - 509,8% набагато перевищує ставку дисконтування, що свідчить про високу надійність проекту. Всі наведені дані доводять ефективність проекту та доцільність диверсифікації діяльності та каналів збуту ТОВ «Мамозін».
12. Аналіз беззбитковості свідчать про достатньо високий рівень надійності проекту. Вважається що надійний рівень коефіцієнту безпеки складає 30%. Згідно розрахунків він коливається в інтервалі 24 – 51,5%, що відповідає нормативному рівню. Дещо менший рівень безпеки продажу косметичних засобів пов'язано з високою конкуренцією на ринку, що вводить обмеження на торгову оцінку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз маркетингового середовища діяльності підприємства: Конспект лекцій для студентів ФГХГГіТ усіх форм навчання дисципліна "Маркетинг" / Київ. держ. торг.-екон. ун-т; [Уклад. Л. М. Шульгіна]. — К., 2014. — 98 с.
2. Аналіз і розробка інвестиційних проектів: Навчальний посібник / [Цигилик І.І., Кропельницька С.О., Білий М.М., Мозіль О.І.]. — Київ: Центр навчальної літератури, 2005. — 160с.
3. Аналіз ринку послуг косметики та парфумерії [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.marketing.vc/>
4. Аналіз ринкової кон'юнктури: навчальний посібник/ Горбаченко С.А., Андрейченко А.В., Карпов В..А. та ін.- О: ОНЕУ, 2014.- 345 с.
5. Андреева О.Д. Технологія бізнесу: Маркетинг: Навчальна допомога.- М.: Справа, 2015. — 211с.
6. Андреева Л. О. Методичні аспекти стратегічного розвитку підприємств / Л. О. Андреева, О. І. Лисак // Бізнес Інформ. - 2016. - № 6. - С. 227-231.
7. Афанасьєв М.В. Проектний аналіз: конспект лекцій / М.В. Афанасьєв, І.Я. Іпполітова ; Харк. нац. екон. ун-т. — Х., 2014. — 260 с.
8. Байцар Р.І.Актуальні проблеми та перспективи розвитку косметичної галузі/ Р.І.Байцар,Ю.М.Кордіяка. — Львів, 2015. — 6с
9. Балан В. Формування стратегії розвитку підприємства на основі динамічного SPACE-аналізу / В. Балан, І. Тимченко // Схід. - 2016. - № 4. - С. 5-16
10. Білоусова А. Ю. Взаємозв'язок та суперечливість понять «стратегічна альтернатива», «стратегічний вибір» та «стратегічне рішення» / А. Ю. Білоусова // Культура народів Причорномор'я. — 2012. — № 215. — С. 16 — 18.

11. Богачевська К.В. Теоретичні підходи до визначення поняття «диверсифікація підприємства» як економічної категорії / К.В. Богачевська // Вісник Криворізького національного університету. – 2012. - №33. – С.262.
12. Богуславський Є. І. Алгоритм підготовки проведення диверсифікації на підприємстві / Є. І. Богуславський // Науковий журнал «Економіка розвитку». – Х. : ХНЕУ, 2015. – № 4 (64). – С. 59–63.
13. Борецька Н.П. Економіка підприємства: навч. посіб. / Н. П. Борецька, Є. В. Кравченко; Донец. ін-т ринку та соц. політики. — Донецьк, 2010. — 271 с.
14. Верещагіна Г. В. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства: конспект лекцій / Г. В. Верещагіна; Харк. нац. екон. ун-т. - Х., 2015. - 116 с.
15. Вотченікова О.В. Оцінка рівня якості парфумерних товарів / О.В. Вотченікова // Товарознавство та інновації : зб. наук. праць / голов. ред. О.О. Шубін. – Донецьк : Вид-во ДонНУЕТ. – 2010. – Вип. 2. – С. 50-59.
16. Голубятніков В. Т. Моделювання бізнес-планів інвестиційних проєктів: навч. посіб. / В. Т. Голубятніков, Р. М. Мазур, Н. В. Голубятнікова, В. В. Захарчук ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. — 2-ге вид., переробл. — Л., 2014. — 264 с.
17. Горбаченко С.А. Аналіз підприємницьких проєктів: навчальний посібник / Горбаченко С.А., Карпов В.А.- О: ОНЕУ ротاپронт, 2013.- 241с.
18. Грабар І.Г. Система технологій і основи бізнес-планування: Навч. посіб. для студ. вищ. техн. навч. закл. / І.Г. Грабар, В.Є. Титаренко; Житомир. інж.-технол. ін-т. — Житомир, 2012. — 128 с.
19. Грицюк Е. О. Економіка підприємства: навч. Посіб / Грицюк Е. О. - К. : Дакор, 2015. - 304с.

20. Гур'янов А.Б. Стратегія управління диверсифікацією сучасного українського підприємства: автореферат дисертації на здобуття ступеня кандидата економічних наук / А.Б.Гур'янов // Українська державна академія залізничного транспорту. - Харків, 2006. - 20 с.
21. Добрава Н.В. Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємства // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: матер. четвертої міжнарод. конф. 2015 р. - Одеса: Атлант, 2015. - С.29-30.
22. Долятовський В. А. Влияние диверсификации на процессы управления предприятиями / В. А. Долятовский // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 10. – С. 156.
23. Дука А.П. Аналіз інвестиційних проєктів: навч. посіб. / А.П. Дука ; Акад. праці і соц. відносин Федер. профспілок України. — К., 2010. — 240 с.
24. Ефективність мережевого бізнесу [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.intellect.org.ua
25. Карпов В. А. Путеводитель начинающего предпринимателя : учебное пособие / В. А. Карпов, А. И. Ковалев, С. А. Синятинский та ін. – Одеса : Атлант, 2012. – 99 с.
26. Кирилова Л.І. Принципи оцінки економічної ефективності інвестиційних проєктів / Л.І. Кирилова // Економіка пром-сті . — 2005. — N 3. — С. 122-126.
27. Ковалевська Т. Ю. Реклама та PR у інформаційному просторі: монографія / Т. Ю. Ковалевська, Н. В. Кондратенко, Н. В. Кутуза, О. О. Порпуліт, А. В. Ковалевська; Одес. нац. ун-т ім. І.І.Мечникова. - О. : Астропринт, 2015. - 400 с.
28. Корінько М. Д. Організація управління при диверсифікації діяльності / М. Д. Корінько // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 9. – С. 160–169.

- 29.Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : Изд-во «Прогресс», 1990. – 736 с.
- 30.Кручек М. Проектування нового продукту і стратегії запуску нового виробництва / М. Кручек, З. Жебруцький // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка" . Менедж. та підприємництво в Україні: етапи становлення і пробл. розв. — 2009. — N 657. — С. 144-150.
- 31.Кузьмін О. Є. Чинники впливу на диверсифікацію діяльності підприємств / О. Є. Кузьмін, Х. С. Передало, Х. В. Дрималовська // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку : [збірник наукових праць]. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2013. – С. 143–148.
- 32.Марцин В.С. Економічна стратегія конкурентної політики - шлях ефективної діяльності підприємства// Проблеми науки.- 2007.- №10.- С. 22-28.
- 33.Мельник Л.Г. Маркетингова цінова політика: Навч. посіб. / Л.Г. Мельник, О.І. Карінцева, Л.В. Старченко. — Суми: Унів. кн., 2007. — 240 с.
- 34.Меркулов М. М. Побудова стратегії розвитку підприємства на основі сформованої системи збалансованих показників / М. М. Меркулов // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. - 2015. - Т. 2, вип. 1. - С. 47-54.
- 35.Микитюк П.П. Аналіз впливу інвестицій та інновацій на ефективність господарської діяльності підприємства: Моногр. / П.П. Микитюк ; Терноп. нац. екон. ун-т. — Т.: Екон. думка, 2016. — 295 с.
- 36.Минцберг Г. Стратегический процесс / Г. Минцберг, Дж. Б. Куинн, С. Гама; под. ред. Ю. Н. Каптуревского; [пер. с англ.]. – СПб. : Питер, 2015. – 688 с.
- 37.Отенко І. П. Стратегічні пріоритети підприємства : монографія / І. П. Отенко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2008. – 179 с.

- 38.Офіційний веб – сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- 39.Офіційний веб – сайт мережі фітнес-клубів «Fit Curves» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fitcurves.org/>
- 40.Панкова М. О. Інвестиційне середовище як фактор економічного розвитку / М. О. Панкова // Вісник Запорізького національного університету. – 2015. - № 1(9). – 215 с.
- 41.Пешук Л.В. Технологія парфумерно-косметичних продуктів / Л.В. Пашук, Л.І. Бавіка, І.М. Демідов. – К. : Центр навч. літ-ри, 2007. – 376 с.
- 42.Пономаренко В.С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: Монографія/ В.С.Пономаренко, О.М.Тридід, М.О.Кизим.- Х.: ВД "ІНЖЕК", 2003.- 328 с.
- 43.Поняття диверсифікації підприємства [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://stud.wiki/management/3c0b65625a2bd68a5c53a89521316d36_0.html
- 44.Попова С.М. Диверсифікація діяльності підприємств в умовах трансформаційної економіки: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук / С.М. Попова // Харківський національний економічний університет. - Харків, 2004. - с.20.
- 45.Попова О.С. Тенденції розвитку сучасного ринку парфумерних товарів / О.С. Попова, К.В. Тишлек, В.І. Рибаченко, І. Новак // Актуальні питання сучасного товарознавства : матер. Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., Донецьк, 12-13 квітня 2012 р. – Донецьк : Вид-во ДонНУЕТ, 2012. – С. 74-76.
- 46.Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / пер. с англ. И. Минервина – М. : «Альпина Паблицш», 2011. – 454 с.

- 47.Приймак Н. С. Розробка та обґрунтування альтернативних стратегій розвитку підприємства / Н. С. Приймак // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. - 2013. - № 1. - С. 34-44.
- 48.Проблеми кон'юнктурних досліджень ринків товарів та послуг в Україні/ [В.Р.Кучеренко, А.В.Андрейченко, Л.М. Гейко та ін.; під науковим керівництвом і редакцією д.е.н., професора В.Р.Кучеренка]. – Одеса: Атлант, 2010. – 164с.
- 49.Савіцька Н. В. Управління креативним потенціалом підприємства: стратегія і тактика / Н. В. Савіцька, О. Л. Коломієць // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка" . - 2012. - № 727. - С. 143-149.
- 50.Свідрик Т.І Впровадження системи діагностики на підприємстві: вибір організаційної форми / Т.І. Свідрик // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". Менедж. та підприємництво в Україні: етапи становлення і пробл. розв. — 2014. — N 647. — С. 202-207.
- 51.Сердюк Т.В. Бізнес-план інвестиційного проекту: Навч. посіб. для студ. екон. спец. / Т.В. Сердюк; Вінниц. держ. техн. ун-т. — Вінниця, 2002. — 134 с.
- 52.Слободян Н.Г. Фінансово-інвестиційний аналіз: Курс лекцій для студ. ден. та заоч. форм навч. / Н.Г. Слободян ; Нац. ун-т харч. технологій. — К., 2014. — 124 с.
- 53.Соколова О. Є. Проектний аналіз: курс лекцій / О. Є. Соколова, Л. О. Сулима. — К.: НАУ, 2011. — 86 с.
- 54.Стратегія диверсифікації у розвитку маркетингової діяльності [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.rusnauka.com/33_NIEK_2008/Economics/37487.doc.htm
- 55.Тарасюк Г.М. Бізнес-план: розробка, обґрунтування та аналіз: Навч. посіб. для студ. ВНЗ / Г.М. Тарасюк; Житомир. держ. технол. ун-т. — Житомир, 2006. — 419 с.

- 56.Ткаченко Н.О. Вивчення особливостей менеджменту підприємств індустрії краси / Н.О. Ткаченко, Т.О. Кравченко, В.О. Демченко // Актуал. питання фармац. і мед. науки та практики . — 2014. — Вип. 23, N 1. — С. 79-81.
- 57.Товкес Е.Н. Основні етапи розвитку наукової думки у сфері проектного аналізу / Е.Н. Товкес // НТІ . — 2013. — N 3. — С. 13-17.
- 58.Український ринок парфумерно-косметичної продукції // Асоціація «Парфумерія та косметика України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://apcu.ua/rinkovidoslidzhennya-ta-statistichni-dani/parfumerno-kosmetichniyринок-ukraini.htm>.
- 59.Управління проектами: навч. посіб. / Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В.Докучаєва / Ред.: О. В Ульяновченко; П. Ф Цигікал. — Х., 2010. — 522 с.
- 60.Федорчук А.І. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / Федорчук А.І.; УКООПСПЛКА, Львів. комерц. акад. — Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2008. — 367 с.
- 61.Цогла О. О. Становлення диверсифікаційних процесів у діяльності підприємств / О. О. Цогла // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 7. – С. 147–151
- 62.Шарко О.О. Види та напрями диверсифікації діяльності підприємств / О. О. Шарко // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. № 10(128) - 2016. – 190 с.
- 63.Шепета М. Диверсификация : PRO et CONTRA / Шепета М. //Антикризисный менеджмент.-К., 2013.-№ 9 .- С.7-11.
- 64.Шинкаренко О.М. Оцінка ризиків інвестиційних проектів / О.М. Шинкаренко // Пробл. науки . — 2008. — N 9. — С. 7-12.
- 65.Юрченко П. Бизнес Красоты – задачи и решения./ Юрченко П.// Сборник статей.– К., 2015.– 112с.

66.Яковлева Л.А. Товароведение парфюмерно-косметических товаров:
Учеб. для вузов. / Л. А. Яковлева. – СПб.: Лань, 2017. – С.53-54.

АНОТАЦІЯ

Куркін О.О. «Економічне обґрунтування диверсифікації власної справи», кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня зі спеціальності: «076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за магістерською програмою «Економіка планування та управління бізнесом»

Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2018 рік

У роботі розглядаються теоретичні аспекти механізму диверсифікації діяльності підприємства.

Проведено аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Мамозін». Проаналізовано кон'юнктурне середовище на ринку косметики та парфумерії. Визначено конкурентний стан підприємства та напрями його подальшого розвитку.

Запропоновано проект диверсифікації каналів збуту з використанням мережі фітнес - клубів. Проведено оцінку економічної ефективності проекту. Проаналізовано можливі ризики та запропоновано заходи щодо їхньої мінімізації.

Ключові слова: диверсифікація, косметика, кон'юнктура, проект, фітнес-клуб, ефективність.

ANNOTATION

Kurkin. O.O. «Economic justification for diversifying its business»
qualifying work for obtaining an educational master's degree in specialty 076
"Entrepreneurship, trade and stock-taking activity" under the master's program "Economics of
Management and Business Planning"
Odessa National Economic University, Odessa, 2018

The theoretical aspects of the mechanism of enterprise diversification are considered in the paper.

The analysis of financial and economic activity of LLC "Mamozin" was carried out. The business environment in the cosmetics and perfumery market is analyzed. The competitive state of the enterprise and directions of its further development are determined.

The project of diversification of sales channels using the network of fitness clubs is proposed. An estimation of economic efficiency of the project is conducted. The analysis of possible risks and measures to minimize them are proposed.

Key words: diversification, cosmetics, conjuncture, project, fitness club, efficiency.