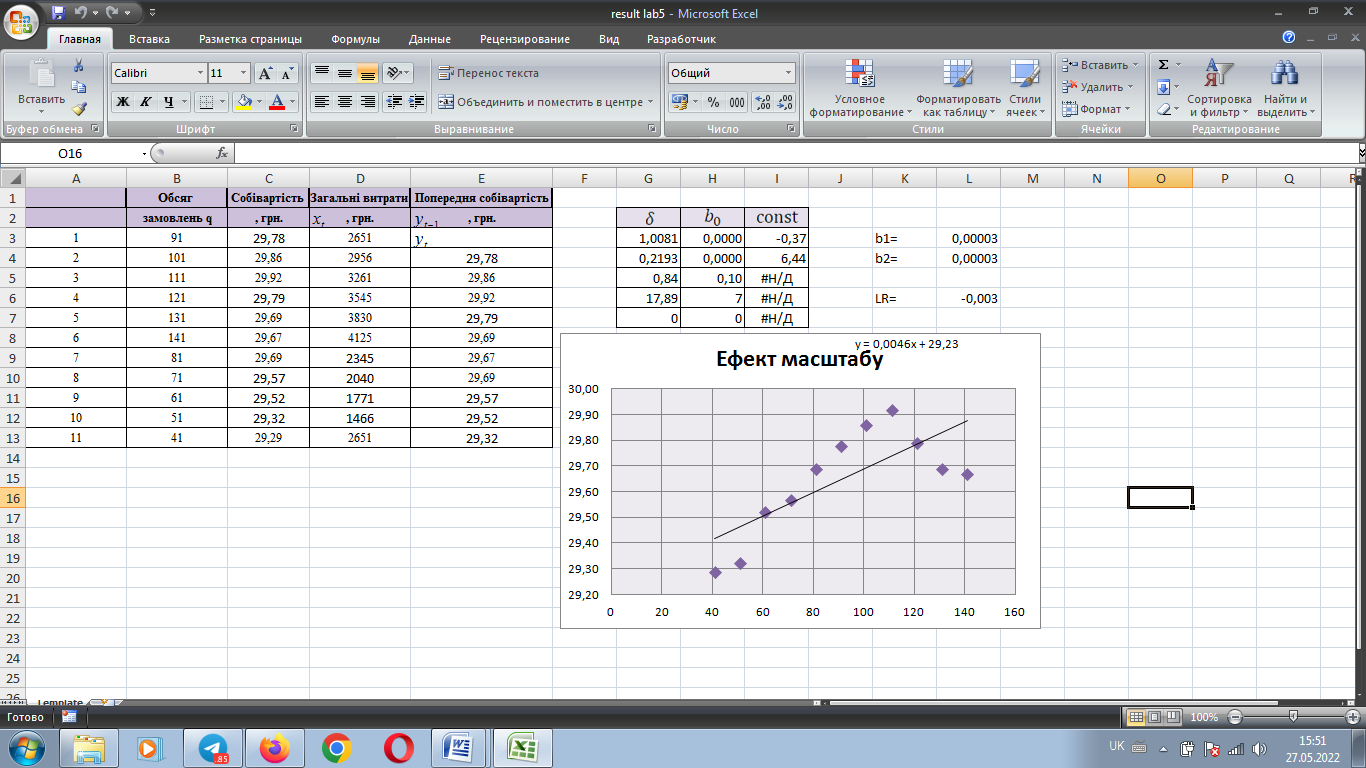
**Висновок:**

Після побудови таблиці та графіку ЕФЕКТУ МАШТАБУ, можна зробити такі висновки:



коефіцієнт детермінації:

=0,84 (84%)

R^2>50%, то прогноз моделі якісний і буде справджуватися у 84 випадках зі 100 (у більш ніж половині випадків)

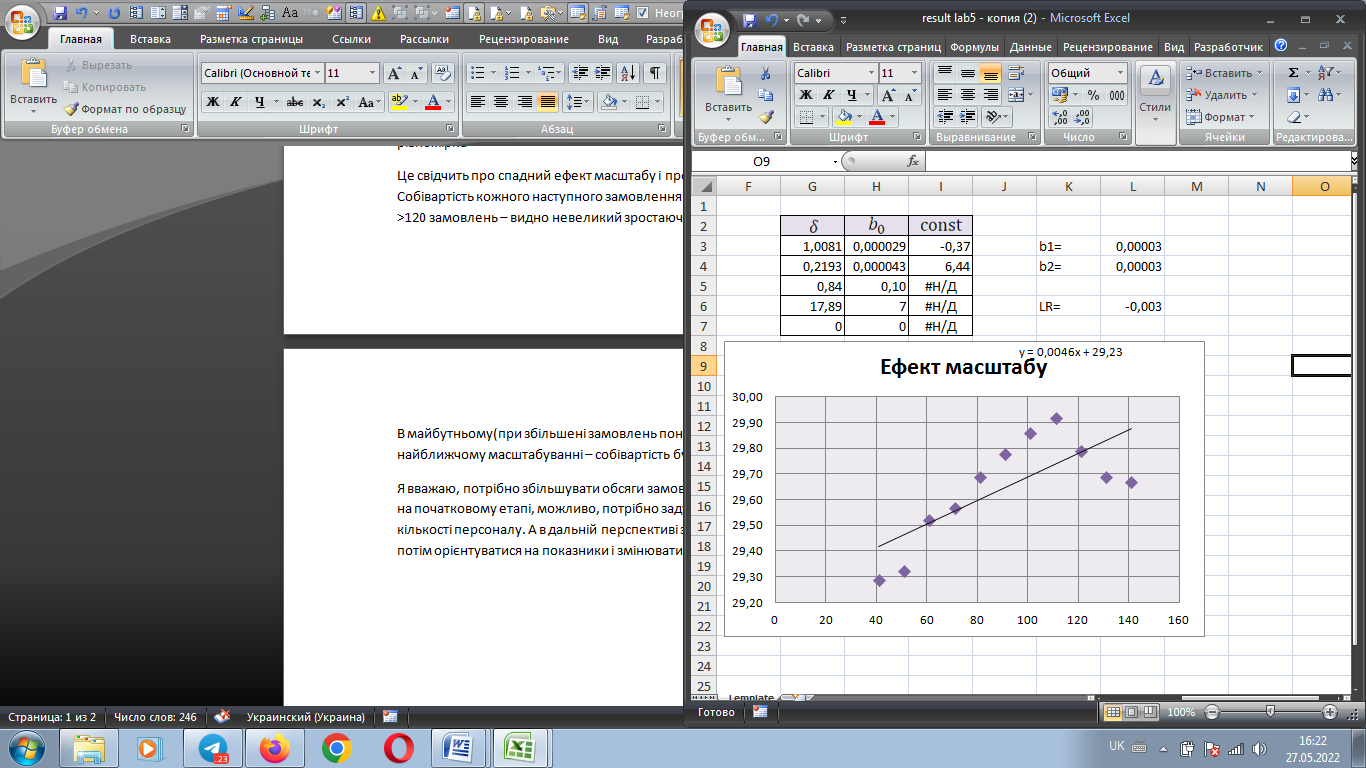
– це означає, що збільшення бюджету (загальних витрат) фірми попереднього періоду () на 1 грн зумовлює підвищення собівартості у поточному періоді () на 0,0003 грн;

- це означає, що збільшення бюджету (загальних витрат) фірми позапопереднього періоду () на 1 грн зумовлює підвищення собівартості у поточному періоді () на 0,0003 грн.

Це означає, що пошук шляхів скорочення загальних витрат (бюджету фірми) у попередніх періодах дозволить скоротити витрати у поточному періоді.

Довгостроковий вплив (long-run, LR) усіх попередніх періодів визначається за формулою: . Після підстановки отримаємо:

Це означає, що якщо у всіх попередніх періодах загальні витрати збільшаться на 1 грн., то поточна собівартість впаде на 0,003 грн.



Зі збільшенням кількості замовлень собівартість збільшується, але потім зменшується – не рівномірна

Це свідчить про спадний ефект масштабу і про необхідність скорочувати обсяги виробництва. Собівартість кожного наступного замовлення буде дорожче, ніж попереднє, але при збільшені до >120 замовлень – видно невеликий зростаючий ефект масштабу

В майбутньому(при збільшені замовлень понад 120) модель буде приносити дохід, але при найближчому масштабуванні – собівартість буде дорожча за попереднє

Я вважаю, потрібно збільшувати обсяги замовлень і тоді компанія буде більше продуктивніша. Але на початковому етапі, можливо, потрібно задуматися про зменшення витрат і зменшенню кількості персоналу. А в дальній перспективі залишити кількість персоналу на той, що зараз і вже потім орієнтуватися на показники і змінювати.