

У зв'язку з вищевказаним цілком вірогідно, що у спорту та фізичної культури можуть з'явитися серйозні конкуренти, такі як мистецтво, котре слугуватиме основним засобом відпочинку та самовдосконалення.

Список використаної літератури:

1. Газнюк Л. М. / Маркетингова діяльність у сфері фізичної культури та спорту як об'єкт соціального пізнання / Л. М. Газнюк, С. О. Разумовський // Слобожанський науково-спортивний вісник / Харківська державна академія фізичної культури. – Харків, 2014. – Вип. 1. – С. 12–16.
2. Карабанова Н. С. Маркетингові дослідження у дитячо-юнацьких спортивних школах в умовах ринкових перетворень / Н. С. Карабанова, А. Г. Карабанов // Психолого-педагогічні основи гуманізації навчально-виховного процесу в школі та ВНЗ: збірник наукових праць. – Рівне: РВЦ МЕРУ ім. акад. С. Дем'янчука, 2013. – Вип. 2. – С. 266–272.
3. Лукашук В. І. Маркетингові практики в індустрії спорту / В. І. Лукашук // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – С. 65–71.
4. Разумовський С. О. Маркетинг фізичної культури як елемент соціальної сфери суспільства (соціально-філософський аналіз) / С. О. Разумовський // Слобожанський науково-спортивний вісник / Харківська державна академія фізичної культури. – Харків, 2013. – Вип. 2. – С. 199–203.
5. Телетов О. С. Маркетинг спортивного туризму / О. С. Телетов, В. І. Карпець // Маркетинг і менеджмент інновацій / Сумський державний університет. – Суми, 2015. – Вип. 1. – С. 56–72.

ДОСЛІДЖЕННЯ КАТЕГОРІЙ «ЕФЕКТИВНІСТЬ», «РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ» ТА «ЕКОНОМІЧНІСТЬ»

Перерва Петро Григорович, д. е. н.,
професор, декан економічного факультету
Кравчук Аліна Василівна, аспірант кафедри
організації виробництва та управління персоналом
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Визначення рівня економічної ефективності (результативності, економічності) функціонування підприємства, створення та використання нового виробу, промислового комплексу або технології є важливим завданням для промислових підприємств (в особливій мірі це відноситься до машинобудівних підприємств), галузей промисловості, регіонів, держави в цілому, розробників інноваційної продукції, споживачів і постачальників підприємства, фінансових інститутів та інших суб'єктів ринкової економіки. Для оцінки вкладу в економічну ефективність окремих елементів підприємства, а також для оцінки ефективності проведених в

організації заходів, в тому числі інновацій необхідне уточнення і розвиток методологічної бази.

Завдання економічної оцінки результатів діяльності мають сьогодні нагальну актуальність. Кожне нове уточнення зафіксованого знання стимулює потребу в його розвитку. Зміна умов господарювання і формування ринкової економіки змушують по новому поглянути на багато аспектів діяльності підприємств. Одна з фундаментальних категорій - ефективність не тільки не втратила своєї значущості, навпаки, набуває все більшої ваги.

Показники економічної ефективності визначаються в широкому спектрі робіт в області економічного аналізу, і його складових - фінансового аналізу та аналізу господарської діяльності, виконано досить багато досліджень і опубліковано велику кількість наукових робіт [1-11]. Дослідження визначень терміна «ефект» і «ефективність» різними вченими-дослідниками свідчать про відсутність єдиного підходу до категорії ефективність, а також до близьких до неї понять. Поруч з терміном «ефективність» часто використовуються як синоніми близькі за економічною сутністю, але зовсім не тотожні терміни «результативність» та «економічність». У зв'язку з цим виникає завдання більш точного економічного ідентифікування даних термінів, їх певних розмежувань в економічному сенсі. На нашу думку, це завдання можна виконати з використанням схеми «входу-виходу» [1], принципова сутність якої представлена на рис.1.

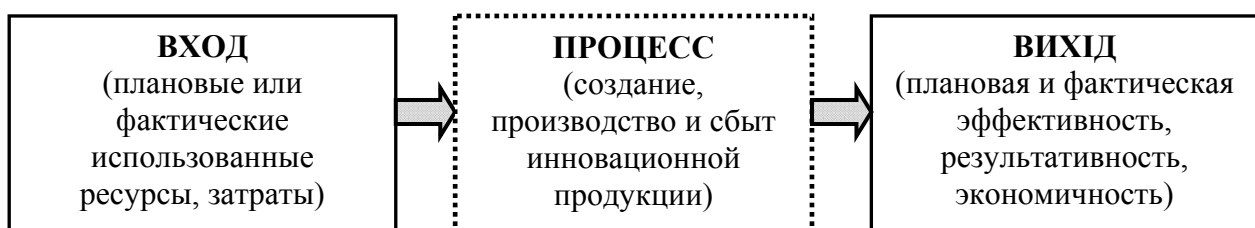


Рис. 1 Економічна інтерпретація ефективності з використанням схеми входу - виходу

Використовуючи економічну інтерпретацію ефективності з використанням схеми входу - виходу, можемо сформулювати визначення розглянутих понять наступним чином.

1. *Ефективність* - економічна категорія, яка визначає співвідношення входу (витрат, ресурсів) з виходом (ефектом, досягнутим за рахунок використання витрат (ресурсів) на вході в систему. Аналітична модель для розрахунку ефективності має в даному випадку такий вигляд:

$$\text{Ефективність} = \frac{\text{Вихід} - \text{Вхід}}{\text{Вхід}} = \frac{\text{Ефект}}{\text{Вхід}}$$

2. *Результативність* - характеризує ступінь досягнення запланованого результату, тобто співвідношення фактичного і планового виходу (фактичного і планового ефектів). Аналітична модель для розрахунку результативності має в даному випадку такий вигляд:

$$\text{Результативність} = \frac{\text{Фактичний вихід}}{\text{Плановий вихід}}$$

3. *Економічність* - характеризує рівень економії вхідних витрат (ресурсів), використаних для досягнення результату (виходу). Економічність може бути обумовлена економією при закуп вхідних ресурсів (придбання вхідних ресурсів за цінами нижче запланованих) і економією при використанні ресурсів (використання меншої кількості ресурсів в натуральному вимірі при досягненні виходу, ніж заплановано). Аналітична модель для розрахунку економічності має в даному випадку такий вигляд:

$$\text{Економічність} = \frac{\text{Економія вхідних ресурсів}}{\text{Планова вартість вхідних ресурсів}} = \frac{\text{Вхід плановий} - \text{Вхід фактичний}}{\text{Вхід плановий}}$$

Виходячи з викладеного слід підтримати думку В.О.Літвінової про те, що «результативність» — перетворена форма «ефективності» [2]. У тому випадку, коли необхідно оцінити ступінь досягнення результату, ефективність приймає форму «результативності», тоді ж, коли мова йде про мінімізацію використовуваних ресурсів, можна говорити про «економічність». Процес дослідження категорії «ефективність» з кожним новим кроком відкриває перед дослідником все нові і нові горизонти.

Список використаної літератури:

1. Иваницкий Виктор Сергеевич Оценка экономической эффективности функционирования предприятия в рыночных условиях [Электронный ресурс]: Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05, Екатеринбург : УПИ, 2003.- 152 с.
2. [Літвінова В.О.](#) Економічна ефективність: сутність та форми / В.О.Літвінова // [Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу](#). - 2014. - № 2. - С. 43-45.
3. Косенко О. П. Комерціалізація інтелектуально-інноваційних технологій [Монографія] / О.П. Косенко. - Х.: «Смуґаста типографія», 2015.- 517 с.
4. Перерва П.Г. Формування кон'юнктури ринку електротехнічної продукції / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка» : зб. наук. праць. Сер. : Проблеми економіки та управління. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 815. – С. 118-125.
5. Перерва П.Г. Анализ финансового состояния предприятия / П.Г.Перерва, О.Н.Савенкова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2002. – № 11-2. – С. 118-121.
6. Экономика и управление инновационной деятельностью: учебник / Под ред. проф. Перервы П.Г., проф. Вороновского Г.К., проф. Меховича С.А., проф. Погорелова Н.И. – Харьков: НТУ «ХПИ», 2009. – 1203 с.
7. Перерва П.Г. Моделирование стратегической политики маркетингу конкурентоспособности на засадах бенчмаркінгу / П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова // Економічні науки : зб. наук. праць. Сер. : Економіка та менеджмент. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 9 (34), ч. 2. – С. 10-23.
8. Косенко А.П. Экономическая оценка инновационного потенциала / А.П.Косенко, Д.Коциски, О.И.Маслак, П.Г.Перерва, Д.Сакай.- Монографія / Под ред. проф. Перервы П.Г. и проф. Д.Коциски – Харьков-Мишкольц : НТУ „ХПИ”, Мишкольц.техн.ун-т, 2009. – 170с.
9. Перерва П.Г. Управление ассортиментом продукции / П.Г.Перерва.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
10. Науково-методичні підходи до вирішення проблем практичної реалізації механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності / П.Г.Перерва, І.В.Гладенко, А.В.Косенко, М.М.Ткачов // Вестник Нац. техн. ун-та «ХПІ» : сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ «ХПИ», 2008. – № 18. – С. 105-110.
11. Перерва П.Г. Маркетинг на промышленном предприятии.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
12. Перерва П.Г. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, В.Л.Товажнянський // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152.
13. Перерва П.Г. Управление сбытом промышленной продукции в системе маркетинга.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 93 с.
14. Ткачов М. М. Ринок контрафактної продукції в системі неформальної економіки / М. М. Ткачов // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2013. – № 22 (995). – С. 89-95.
15. Перерва П.Г. Визначення ефективності використання виробничого потенціалу машинобудівного підприємства / П.Г.Перерва, Н.М.Побережна // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2012. - №2. - С. 191-198.