

**Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Кафедра маркетингу та УІД
Сумський регіональний центр
інтелектуального розвитку
Українська асоціація маркетингу
Всеукраїнська спілка вчених-економістів**

**Збірник тез доповідей
ІХ Міжнародної
науково-практичної конференції**

**«МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ
І ІННОВАЦІЇ У МАРКЕТИНГУ»**

24-25 вересня 2015 року

Суми 2015

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ РІВНЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ З НАДАННЯ РЕМОНТНИХ ПОСЛУГ

Оцінка рівня ефективності діяльності підприємства є невід’ємним елементом процесу розробки конкурентних стратегій, що особливо актуалізується в умовах зростаючої конкуренції. Зустрічаються пропозиції здійснення такої оцінки на базі концепції вартості бізнесу, грошових потоків та системи збалансованих показників. Але найчастіше в якості показників економічної ефективності вказують коефіцієнти рентабельності. Саме їх використання є найбільш доцільним для оцінки ефективності, що відображає поточну віддачу від використаних ресурсів. Однак, вони дають уявлення про окрему область діяльності підприємства. Крім того, поточну віддачу від використаних ресурсів характеризують також показники ємності, оборотності, продуктивності тощо, в залежності від специфіки напрямку аналізу. Тому для всеохоплюючої оцінки ефективності підприємства доцільно враховувати ті показники, що характеризують його діяльність за основними напрямками.

Так, для підприємств, що досліджуються, основною є виробнича діяльність, а саме – здійснення ремонту та технічного обслуговування електродвигунів, генераторів і трансформаторів. Тому оцінка її ефективності є вкрай важливим напрямом аналізу. Для такої оцінки ми пропонуємо використовувати таку сукупність показників: коефіцієнт рентабельності виробництва, коефіцієнт рентабельності продукції – для характеристики прибутковості виробничої діяльності, коефіцієнт фондоемності основних засобів та показник продуктивності праці – для оцінки ємності та віддачі відповідно основних ресурсів виробничої діяльності. Маркетинговий напрямок в аналізі ефективності діяльності підприємства також є важливим, адже він є невід’ємною частиною діяльності підприємств, що прагнуть досягти комерційного успіху в ринковій економіці. Для його оцінки пропонуємо розраховувати коефіцієнт рентабельності продажів – для характеристики співвідношення фінансового результату з маркетинговими зусиллями, що в кінцевому рахунку виражаються в тому попиті, який вдалося створити підприємству на свою продукцію. Також доцільним є оцінка результатів роботи персоналу підприємства, що зайнята в маркетингу, що виражається у таких запропонованих показниках, як коефіцієнт

відношення нереалізованої продукції до реалізованої та коефіцієнт недоотримання чистого доходу у зв'язку з існуванням дебіторської заборгованості за послуги. В дослідженні ефективності діяльності промислового підприємства вагомим напрямком також є й фінансовий. Для оцінки фінансової ефективності доцільним є використання показника рентабельності власного капіталу, що характеризує віддачу від фінансових ресурсів підприємства, що не створюють зобов'язань. Для оцінки результативності діяльності підприємства в фінансовому напрямку доцільним є використання коефіцієнтів автономії та фінансової стійкості, що виражають забезпеченість підприємства власним капіталом, та коефіцієнта покриття – для характеристики здатності перетворити свої активи в кошти платежу для погашення короткострокових зобов'язань. Також важливим є аналіз діяльності промислового підприємства за управлінським напрямком, в якому необхідним є використання показнику, що відображає кінцеву віддачу від усіх ресурсів, якими володіє підприємство й характеризує ефективність управління, що найкращім чином ілюструє показник рентабельності активів. Також доцільним є використання коефіцієнтів рентабельності та ємності адміністративних витрат для оцінки ефективності адміністративної діяльності.

Але для отримання всебічної оцінки рівня ефективності діяльності підприємства та можливості порівняння за нею конкурентів між собою доцільним є побудова інтегрального показника, що поєднує в собі перелічені часткові показники за різними напрямками діяльності, що відрізняються за величиною та одиницями виміру. Серед основних існуючих підходів до побудови інтегрального показника ефективності слід виділити наступні: засновані на розрахунку середньої геометричної часткових показників [4], співвідношенні обсягу реалізованої продукції з всіма видами витрат [2], використанні теорії нечітких множин [1]. Але використання цих методів не дозволяє досягти нашої мети.

Для отримання комплексного показника ефективності діяльності підприємства, що узагальнює велику кількість ознак – часткових показників ефективності, та можливості його використання для порівняння підприємств–конкурентів між собою найбільш доцільним є побудова таксономічного показника як методу порівняльного багатовимірного аналізу, послідовність обчислювальних процедур якого викладено в [3]. Він забезпечує повну редукцію багатовимірного простору ознак об'єкта, що відрізняються як за величиною, так і за одиницями виміру, та, приймаючи значення від 0 до 1, дозволяє отримати зручний масштаб отриманих оцінок для визначення рівня ефективності діяльності підприємств.

1 Карловская Е.А. Формирование интегрального показателя уровня эффективности сервисной деятельности сектора государственного управления региона [Электронный ресурс] / Е.А. Карловская // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 5. – Режим доступа до журн.: www.science-education.ru/105-6736

2 Літковець Ю.О. Проблеми побудови інтегрального показника ефективності виробництва [Електронний ресурс] / Ю.О. Літковець // Ефективна економіка. – 2013. – №12. – Режим доступа до журн.: www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2609

3 Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях: Методы таксономии и факторного анализа / В. Плюта; пер. с пол. В.В. Иванова; науч. ред. В.М. Жуковской. – М.: Статистика, 1980. – 151 с.

4 Тарасов П.С. Интегральные показатели оценки эффективности территориального маркетинга / П.С. Тарасов, Д.Ш. Смирнова // Вестник АГТУ. Сер.: Экономика. – 2012. – №2. – С.152–155