

УДК 658.8

Сиренко С.О.

*кандидат технічних наук,
доцент кафедри товарознавства,
експертизи та торговельного підприємництва
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету*

Тернова А.С.

*кандидат технічних наук,
доцент кафедри товарознавства,
експертизи та торговельного підприємництва
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету*

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Досліджено методичні засади оцінки стану конкурентоспроможності підприємства, систематизовано різні підходи оцінки конкурентних переваг діяльності підприємств, виділено концепції оцінки конкурентоспроможності, що ґрунтуються на несистематизованих та систематизованих показниках для кожного критерію.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, показники конкурентоспроможності, зведений показник конкурентоспроможності, конкурентні переваги.

Сиренко С.А., Терновая А.С. МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Исследованы методические основы оценки состояния конкурентоспособности предприятия, систематизированы различные подходы оценки конкурентных преимуществ деятельности предприятий, выделены концепции оценки конкурентоспособности, основанные на несистематизированных и систематизированных показателях для каждого критерия.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, показатели конкурентоспособности, сводный показатель конкурентоспособности, конкурентные преимущества.

Sirenko S.O., Ternova A.S. METHODOLOGICAL PRINCIPLES EFFECTIVENESS EVALUATION OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISE

Investigated methodological principles of assessment of the competitiveness of enterprises, systematized different approaches to evaluation of competitive advantages of enterprises, highlighted the concept of competitiveness evaluation based on unstructured and structured indicators for each criterion.

Keywords: competition, competitiveness, competitiveness indicators, aggregates competitiveness, competitive advantage.

Постановка проблеми. У сучасних умовах господарювання виникає потреба в дослідженні проблем конкуренції на споживчому ринку. Однією з головних рис сучасного ринкового господарства є глобалізація ринкових відносин і необхідність адаптації споживчого ринку до вимог єдиної світогосподарської системи.

У різних країнах використовуються різноманітні моделі і концепції аналізу та прогнозування конкуренції на споживчому ринку, тому загальноприйнятий макроекономічний підхід, застосований в країнах із трансформацією економікою, виявився зовсім неефективним. Вирішенню проблем аналізу конкуренції на споживчому ринку і присвячена стаття.

В умовах ринкової економіки вітчизняне підприємство, що постачає свою продукцію на ринок, не може тривалий час займати стійку позицію, спираючись у своїй стратегії тільки на показники конкурентоспроможності продукції, тобто не враховувати власні сукупні витрати, пов'язані із створенням та реалізацією цієї продукції. При входженні на новий ринок і появі нових конкурентів, прийнятті рішень про розширення виробництва або його скорочення, здійсненні інвестицій у модернізацію технологічного обладнання або оновлення продукції, що випускається, необхідна оцінка всього підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання дослідження конкуренції на споживчому ринку вирішуються багатьма вітчизняними і зарубіжними вче-

ними-економістами. Досить змістовно конкуренція, як елемент ринку, розглядається у публікаціях західних економістів. До найвідоміших спеціалістів з даної проблематики можна віднести Семюелсона П.А., Долана Є., Макконелла К., Брю С., Котлера Ф., Піндайка Р., Фішера С.

Окремі питання регулювання конкуренції на споживчому ринку, особливо останнім часом, стали привертати увагу багатьох учених-економістів. Зокрема, проблемами вивчення й аналізу процесів обміну, регулювання споживчого ринку займаються Афонін А.А., Буркинський В.Б., Войчак А.В., Геєць В.М., Кредісов А.І. та ін. Однак проблема комплексного дослідження оцінки ефективності конкурентоспроможності підприємства потребує досконалого вирішення.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Визначення рівня конкурентоспроможності підприємства є початковим етапом планування діяльності та розробки стратегії конкурентоспроможності підприємства. Для функціонування організаційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства необхідна система оцінки конкурентоспроможності підприємства, яка б врахувала інтереси інвесторів, підприємств, споживачів, держави.

Мета статті полягає у визначенні положення підприємства на ринку оперативної та об'єктивної методики оцінки ефективності конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Існують різні методи та способи оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Окремою групою в методах оцінки конкурентоспроможності підприємства є матричні методи, до яких відносяться:

- матриця «зростання/частка», що розроблена ведучою консалтинговою компанією Boston Consulting Group (БКГ). Найбільш конкурентоспроможні будуть ті, що займають значну частку на швидко зростаючому ринку;

- матриця «привабливість галузі/позиція в конкуренції», що створена компанією General Electric. Найбільш конкурентоспроможні, згідно цієї моделі, є підприємства, які мають більш сильні позиції в конкуренції та працюють в більш привабливих галузях.

Наступний підхід до оцінки конкурентоспроможності використовує систему показників, що відображають ефективність використання підприємством ресурсів. Концептуальною основою даного підходу можна вважати твердження Портера М., що конкурентоспро-

можність відображає продуктивність використання ресурсів з метою підтримання конкурентоспроможності на високому рівні, тому підприємство повинно дбати про найбільш повне та ефективне використання всіх ресурсів, які в нього є у розпорядженні та капіталізуються для майбутнього використання. Виходячи з цього, конкурентоспроможність можна виміряти за допомогою визначення продуктивності використання ресурсів, яка представляє собою найбільшу віддачу, найбільший результат, що приходить на одиницю витрачених ресурсів [5, с. 287].

Використовуючи запропоновану Портером методологію, пропонується використовувати в якості оцінки продуктивності показник рентабельності виробництва. Більш повну оцінку конкурентоспроможності дозволяють отримати методи, що базуються на теорії ефективної конкуренції, згідно з якою конкурентоспроможними є підприємства, де ефективно організовано виробництво, збут продукції та управління фінансами.

Реалізованою за даним принципом є методика консультативної американської фірми «Даненд Бренд стріт», що містить три групи показників: ефективність виробничо-збутової діяльності підприємства, характеристику стану виробничої сфери діяльності підприємства, фінансового стану підприємства.

Позитивною стороною даного методу є використання показників, що дозволяють проводити аналіз роботи підприємства в цілому. Проте є ряд недоліків, а саме: не враховується можливість окремих груп показників для підсумкової оцінки конкурентоспроможності, показники дублюють один одного, не враховуються якість та ціна продукції. Застосування непрямих показників (наприклад, відношення чистого прибутку до обсягу продажу або до чистої вартості матеріальних активів) характеризує більшу ефективність організації та функціонування системи збуту та просування продукції, ніж її реальну конкурентоспроможність.

Існують також комплексні підходи, які базуються на окремих показниках конкурентоспроможності та розробці зведеного показника конкурентоспроможності.

Розглядаючи перший напрямок можна виділити концепції, що базуються на несистематизованому та систематизованому наборах показників. Перша концепція представлена в працях Немцова В.Д., Довгань Л.Е., де автори виділяють наступні показники [4, с. 249–254] (табл. 1):

На нашу думку, недоліком даного підходу є рекомендація обмежитись показниками виробничо-збутової діяльності підприємства, не розглядаючи його фінансовий стан.

Довгань Л.Е. [4, с. 166–168] пропонує вивчати конкурентні позиції підприємства за допомогою порівняння підприємства, конкурентоспроможність якого аналізується з підприємствами-конкурентами (табл. 2).

На нашу думку, даний підхід слід було б доповнити інформацією по абсолютним фінансовим результатам (чистий прибуток) характеристикою відносної доходності (рентабельності) продукції виробничих фондів всього майна підприємства.

Отже, позитивною якістю першої концепції є оцінка конкурентоспроможності на конкретному ринку на основі детального вивчення виробничих, збутових, фінансових можливостей підприємства, організації управління, а також привабливості продукції для споживача. Однак відсутність належної систематизації запропонованих показників для дослідження діяльності підприємства ускладнює проведення аналізу.

Таблиця 1

Концепція аналізу конкурентоспроможності підприємства (базується на несистематизованому наборі показників: за основу взяті показники виробничо-збутової діяльності підприємства)

Показники	
1.	Конкурентоспроможність продукції та ефект від її реалізації
2.	Відношення вартості реалізованої продукції до її кількості за поточний період
3.	Відношення прибутку до загальної вартості продаж
4.	Відношення загальної вартості продаж до вартості матеріально-виробничих запасів
5.	Відношення загальної вартості продаж до вартості нереалізованої продукції
6.	Відношення суми дебіторської заборгованості до загального обсягу продаж
7.	Завантаження виробничих потужностей
8.	Портфель замовлень
9.	Обсяг капіталовкладень

Таблиця 2

Концепція аналізу конкурентоспроможності підприємства (базується на несистематизованому наборі показників: за основу взятий аналіз діяльності підприємства і конкурентів)

Показники	
1.	Обсяг виробництва
2.	Обсяг збуту
3.	Частка в загальному обсязі виробництва даної продукції
4.	Місце в експорті
5.	Активи підприємства
6.	Чистий прибуток
7.	Амортизаційні відрахування
8.	Довгострокова заборгованість
9.	Обсяг капіталовкладень
10.	Відрахування у фондів
11.	Показник норми прибутку на капіталовкладення
12.	Середні витрати виробництва
13.	Розміри оборотних засобів
14.	Чистий прибуток за кожним видом продукції
15.	Оцінка технічного рівня кожного виду продукції
16.	Рівень конкурентоспроможності кожного виду продукції

Друга концепція базується на систематизованій оцінці конкурентоспроможності (рис. 1).



Рис. 1. Класифікація конкурентних переваг підприємства

Так, Фатхутдинов Р.А. [6, с. 512–514] пропонує вивчати сильні та слабкі сторони підприємства за допомогою багатокутника конкурентоспроможності, використовуючи вісім основних критеріїв: якість, ціна, фінанси, торгівля, післяпродажне обслуговування, зовнішня політика, підготовка перед продажем, концепція товару, на якому базується діяльність. Це допомагає при співставленні схеми «багатокутника конкурентоспроможності» для об'єктів, що досліджуються, визначити сильні та слабкі сторони підприємства по відношенню до конкурента.

Експерти Американської асоціації управління Ламбен Ж.-Ж., Чумпигас Р., Шулинг И. [3, с. 23–24] в якості деталізованого варіанту дослідження конкурентних позицій підприємства рекомендують використовувати контрольні аркуші в формі систематизованих таблиць.

При цьому використовують наступні групи показників для контрольної оцінки:

1. Фінанси.
2. Виробничий потенціал.
3. Склад робочої сили
4. Технологія та науково-дослідний потенціал.
5. Організація та управління.
6. Маркетинг.

Таким чином, чітке розмежування всіх складових конкурентоспроможності шляхом виділення основних критеріїв підвищує ефективність аналітичної роботи та є головною перевагою методичних підходів другої концепції.

Однак, на нашу думку, виявлення конкурентних переваг підприємства в даному випадку є не досить ефективним, оскільки наведені критерії визначаються за допомогою експертних оцінок. Багато в чому така ситуація обумовлена тим, що окремі критерії включають в себе елементи, які не мають кількісної оцінки [2, с. 64].

Підводячи підсумок, слід відмітити, що порівняння підприємств за окремими показниками не може бути достатньою основою для об'єктивної оцінки конкурентних переваг.

Ще одним прикладом даної концепції є розгляд конкурентоспроможності на основі двох складових: конкурентоспроможності продукції та ефективності виробництва в порівнянні з конкурентами [2]. Показник конкурентоспроможності виробництва (K_v) розраховується за формулою:

$$K_v = K_n \times K_e, \quad (1.1.)$$

де K_n – загальний показник конкурентоспроможності продукції,

K_e – індекс відносної ефективності.

На відміну від першої в другій концепції здійснюється систематизоване дослідження конкурентних позицій підприємства.

В досліджуваних роботах оцінюють конкурентоспроможність ($J_{ксп}$) за трьома критеріями: техніко-економічний стан підприємства, конкурентоспроможність продукції та фінансовий стан підприємства [2].

В розглянутому підході чітко не визначені показники техніко-економічного стану підприємства. Слід відмітити, що визначення фінансового стану підприємства за допомогою двох показників, що відображають відношення дебіторської та кредиторської заборгованості та платоспроможності, є недостатньо коректним, оскільки не враховується фінансова стійкість, доходність, ділова та ринкова активність підприємства.

У світовій практиці застосовують індикаторний підхід, що виявляє конкурентні переваги підприємства за допомогою двох критеріїв: економічної та соціальної конкурентоспроможності.

Для оцінки економічної конкурентоспроможності використовують п'ять індикаторів:

1. Індикатор ефективності бізнесу (KP_n).
2. Індикатор ефективності використання економічного простору (KT_n).
3. Індикатор попиту споживачів на продукцію підприємства (KE_n).
4. Індикатор рівня доходу робітників підприємства (KD_n).
5. Індикатор ефективності використання часу ($KЧ_n$).

В результаті загальний фактичний рівень економічної конкурентоспроможності (PEK_n) має вигляд:

$$PEK_n = \frac{KP_n + KT_n + KE_n + KD_n + KЧ_n}{KP_y + KT_y + KE_y + KD_y + KЧ_y} \rightarrow \max, \quad (1.2.)$$

де $KP_n, KT_n, KE_n, KD_n, KЧ_n$ – бальні оцінки значень індикаторів конкурентоспроможності, що аналізуються;

$KP_y, KT_y, KE_y, KD_y, KЧ_y$ – бальні оцінки значень індикаторів базового рівня для дослідження конкурентоспроможності.

В якості базових рівнів для дослідження конкурентних позицій підприємства розглядаються:

1. Світові, національні та галузеві нормативи.
2. Показники провідних підприємств (лідерів).
3. Критичні рівні індикаторів, при яких підприємство стає конкурентоспроможним.

Такий підхід дозволяє виявити резерви покращення конкурентних позицій підприємства за допомогою визначення різниці між високим показником того чи іншого індикатора та показником підприємства.

Соціальна конкурентоспроможність складається з чотирьох індикаторів діяльності підприємства: оцінка споживачами та суспільством (споживчий рейтинг – CP_n); оцінка конкурентами (діловий рейтинг – DP_n); самооцінка працівниками та власниками (престижний рейтинг – MP_n). Тоді загальний фактичний рівень соціальної конкурентоспроможності (PSK_n) розраховується:

$$PSK_n = \frac{CP_n + DP_n + PP_n + MP_n}{CP_{nn} + DP_{nn} + PP_{nn} + MP_{nn}} \rightarrow \max, \quad (1.3.)$$

де $CP_{nn}, DP_{nn}, PP_{nn}, MP_{nn}$ – аналогічні нормативи чи фактичні рівні у конкурентів в балах.

В результаті загальний фактичний рівень (ZPK_n) має вигляд:

$$ZPK_n = \frac{PEK_n + PSK_n}{PEK_{nn} + PSK_{nn}}, \quad (1.4.)$$

де PEK_{nn}, PSK_{nn} – аналогічні нормативні чи фактичні загальні рівні конкурентоспроможності у конкурентів, в балах.

Якщо об'єднати показники конкурентоспроможності в групи, то отримаємо:

- показники ефективності виробничої діяльності;
 - показники платоспроможності підприємства;
 - показники фінансової стійкості підприємства;
 - показники оцінки конкурентоспроможності продукції.

У першу групу входять показники, які характеризують ефективність виробничої діяльності: економічність виробничих витрат, раціональність експлуатації основних фондів, досконалість технології виготовлення товару, організація праці на виробництві.

У другу групу об'єднані показники, що відображають оцінку рівня платоспроможності підприємства, тобто здатність підприємства відповідати за своїми зобов'язаннями, можливість стабільного розвитку організації в майбутньому. Це – коефіцієнт загальної ліквідності, коефіцієнт ліквідності, коефіцієнт абсолютної ліквідності.

До третьої групи включені показники фінансової стійкості підприємства: коефіцієнт фінансової стійкості підприємства, який відображає питому вагу власних та залучених на тривалий період коштів у загальних витратах підприємства, коефіцієнт фінансової автономії, що визначає фінансову незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування, коефіцієнт оборотності балансу та коефіцієнт маневреності власних коштів, що характеризує ступінь мобільності використання власних коштів.

До четвертої групи входять показники оцінки конкурентоспроможності продукції підприємств, а саме: показники оцінки якості продукції згідно ДСТУ зерна

(клеюковина, вологість, класність) та цінові показники.

Загальна послідовність визначення та зміст критеріїв та показників оцінки і конкурентоспроможності підприємства представлено у таблиці 3.

Наступним етапом розрахунку показника конкурентоспроможності підприємств є формування системи бальної оцінки та визначення коефіцієнтів вагомості як для кожного з критеріїв, так і для кожної групи критеріїв оцінки. Для переведення цих показників у відносні величини здійснюється їх порівняння з базовими показниками, в якості яких можуть виступати: середньогалузеві показники; показники підприємств – лідерів ринку даної галузі; минулорічні показники діяльності підприємств.

Висновки. Підводячи підсумок аналізу методів оцінки конкурентоспроможності підприємства, вважаємо, пріоритетне положення мають методики оцінки зведеного рівня конкурентоспроможності, основою якого є систематизований набір показників при умові використання надійних експертних оцінок. Достовірність оцінки конкурентоспроможності перш за все залежить від їх можливості постійного сканування ринку, в тому числі за межами країни. Відсутність чи перекручення інформації про діяльність конкурентів може створити у керівників підприємства необґрунтовану думку про переваги над конкурентами, привести до самозаспокоєння та послаблення зусиль, що пов'язані з підтримкою необхідного рівня конкурентних переваг. Тому для отримання коректних результатів необхідно підсилення стратегічного потенціалу

Таблиця 3

Характеристика критеріїв та показників конкурентоспроможності організації

Конкурентоспроможність	Роль показника в оцінці	Правило розрахунку показника
1. Показник ефективності виробничої діяльності підприємств (Евд)		
1.1. Відносний показник витрат на одиницю продукції (В)	Відображає ефективність витрат у процесі випуску продукції	$V = \text{Валові витрати} / \text{Обсяг випуску продукції}$
1.2. Відносний показник фондівдачі (Ф)	Характеризує ефективність використання основних фондів	$\Phi = \text{Обсяг випуску продукції} / \text{Середньорічна вартість виробничих фондів}$
1.3. Відносний показник рентабельності товару (РТ)	Характеризує ступінь прибутковості товару	$RT = \text{Чистий прибуток від реалізації} / \text{Повна собівартість продукції}$
1.4. Відносний показник продуктивності праці (ПП)	Відображає ступінь організації виробництва та використання робочої сили	$ПП = \text{Обсяг випуску} / \text{Середньоспискова чисельність робітників}$
2. Платоспроможність підприємства (Пп)		
2.1. Коефіцієнт загальної ліквідності (Кзл)	Характеризує можливість задоволення поточних зобов'язань за рахунок усіх мобілізованих оборотних активів	$K_{зл} = \text{Оборотні активи} / \text{Поточні зобов'язання}$
2.2. Коефіцієнт ліквідності (Кл)	Характеризує можливість покриття поточних зобов'язань	$K_{л} = \text{Ліквідні активи} / \text{Поточні зобов'язання}$
2.3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності (Ка)	Характеризує можливість покриття поточних зобов'язань за рахунок високоліквідних активів	$K_{а} = \text{Високоліквідні активи} / \text{Поточні зобов'язання}$
3. Показники фінансової стійкості підприємств (Фс)		
3.1. Коефіцієнт фінансової стійкості (Кфс)	Показує питому вагу власних коштів у загальних витратах підприємства	$K_{фс} = \text{Власні кошти} / \text{Валюта балансу}$
3.2. Коефіцієнт фінансової автономії (Кфа)	Відображає частку власних коштів у загальній сумі заборгованості підприємства	$K_{фа} = \text{Власні кошти} / \text{Залучені кошти}$
3.3. Коефіцієнт оборотності балансу (Коб)	Визначає частку виручки у 1 грн. витрат підприємства	$K_{об} = \text{Виручка від реалізації за рік} / \text{Середня валюта балансу}$
3.4. Коефіцієнт маневреності власних коштів (Км)	Характеризує ступінь мобільності використання власних коштів	$K_{м} = (\text{Оборотні кошти} - \text{Необоротні активи}) / \text{Власний капітал}$
4. Конкурентоспроможність товару (Кт)		
4.1. Якість товару (Кя)	Характеризує здатність товару задовольняти потребу у відповідності з його призначенням	Комплексний метод оцінки, що передбачає виділення критеріїв оцінки якості продукції
4.2. Ціна товару (Кц)	Визначає вартість товару підприємства в торгівельній мережі	Порівняльна оцінка з цінами, які пропонують за аналогічний товар підприємства-конкуренти

підприємства, здатності до макроекономічного аналізу ситуації в країні та за її межами, здатності до аналізу економічної кон'юнктури ринків товарів та послуг.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – Київ : Центр учбової літератури, 2006. – 384 с.
2. Ермолов М.О. Почему необходимо оценивать конкурентоспособность фирмы / М.О. Ермолов // Как продать ваш товар на внешнем рынке ; под ред. Б.А.Савинова. – М. : Мысль, 2009. – 247 с.
3. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / [Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг] ; пер. с англ. под. ред. В.Б. Копчанова. – СПб. : Питер, 2008. – 720 с.
4. Немцов В.Д. Стратегический менеджмент / В.Д. Немцов, Л.Е. Довгань. – К. : Екс. 06, 2001. – С. 242.
5. Портер М. Стратегия конкуренции и методика анализа галузей і діяльності конкурентів / М. Портер. – К. : Основи, 2002. – 451 с.
6. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг / Р.А. Фатхутдинов. – СПб., 2007. – 352 с.

УДК 338.001.36

Соколова Л.В.

*доктор економічних наук,
професор кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою
Харківського національного університету радіоелектроніки*

Соколов О.Є.

*здобувач кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою
Харківського національного університету радіоелектроніки*

НАУКОВО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНЮВАННЯ ІНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ

Стаття присвячена розгляду методичних аспектів визначення інтегральної оцінки економічної ефективності діяльності машинобудівних підприємств. Науково-методичне забезпечення ґрунтується на розрахунках функціональних інтегральних показників. Практична значущість отриманих результатів полягає у більш обґрунтованому застосуванні методичного інструментарію для управління ефективністю діяльності підприємств машинобудування.

Ключові слова: підприємство, принципи оцінки, економічна ефективність, методичне забезпечення, функціональна сфера діяльності, інтегральний показник ефективності.

Соколова Л.В., Соколов О.Є. НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОЦЕНКИ ИНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗАТЕЛЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАШИНОСТРОЕНИЯ

Статья посвящена рассмотрению методических аспектов по определению интегральной оценки экономической эффективности деятельности машиностроительных предприятий. Научно-методическое обеспечение основано на расчетах функциональных интегральных показателей. Практическое значение полученных результатов заключается в более обоснованном применении методического инструментария для управления эффективностью деятельности предприятий машиностроения.

Ключевые слова: предприятие, принцип оценки, экономическая эффективность, методическое обеспечение, функциональная сфера деятельности, интегральный показатель эффективности.

Sokolova L.V., Sokolov O.Y. SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL SUPPORT OF INTEGRAL EFFECTIVENESS INDEX EVALUATION FOR ENGINEERING ENTERPRISES

The article considers methodological aspects of the definition of an integrated assessment of the economic efficiency of the machine-building enterprises. Scientific and methodological support based on calculations of the functional integral indicators. The practical significance of the results is a more reasonable use of methodological tools for performance management of engineering enterprises.

Keywords: enterprise, the principle of evaluation, cost effectiveness, methodological support, the functional scope of activities, integrated indicator of efficiency.

Постановка проблеми. Зацікавленість фахівців сфери управління підприємств машинобудування у забезпеченні ефективності їх діяльності не послаблюється з часом. Відсутність узгодженого погляду науковців щодо методичного забезпечення процесу оцінювання ефективності діяльності суб'єктів підприємництва за їх видами та функціональними сферами діяльності потребує проведення подальших досліджень у цьому напрямку [1, с. 23].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика підвищення ефективності діяльності підприємств приділяла увагу як зарубіжні, так і вітчизняні вчені: І. Ансофф, П. Друкер, М. Кизим, Д. Нортон, В. Парето, В. Пономаренко, О. Тищенко та ін.

Питання формування системи показників оцінки економічної ефективності діяльності промислових підприємств знайшли висвітлення у працях таких науковців, як М. Афанасьєв [2], О. Мозенков [3], В. Пастухова [4], Ю. Продіус [5], А. Тирінов [6], Т. Сидора [7] та ін. На основі вивчення наукових праць за проблемою дослідження у монографії [1, с. 35–46] зазначено, що сьогодні у практичній діяльності промислових підприємств з метою оцінки їх економічної ефективності застосовуються як система сучасних, вартісно орієнтованих показників, так й система традиційних показників у складі узагальнюючих і локальних (окремих) оцінних показників.