

Отже, одержала подальший розвиток система показників CVR-аналізу діяльності підприємства сформована на підставі розробленого алгоритму обґрунтування, її складають десять показників, що дозволяють не тільки здійснити всі основні завдання операційного аналізу, але і нові, що виникають в умовах соціально-орієнтованої економіки, шляхом розрахунку показників рівня привабливості продукції для споживачів. Апробацію пропозицій було реалізовано за даними філії «Харківський райавтодор». В результаті здійснення удосконаленого CVR-аналізу діяльності філії «Харківський райавтодор», виявлено, що за останні п'ять років за всіма показниками спостерігається негативна тенденція, тобто результати діяльності підприємства стали гіршими, причиною даного явища являється зниження обсягу виконаних робіт (про це свідчить зниження коефіцієнту запасу міцності) і ріст витрат підприємства (значення операційного важеля). На основі аналізу запропоновано певні рекомендації щодо поліпшення результатів діяльності філії.

Література:

1. Догадайло Я.В., Кісельова Я.Е. Формування системи показників управління прибутком підприємств дорожнього господарства. *Економіка транспортного комплексу*. 2012. № 19. С. 102-111.
2. Догадайло Я.В., Лабунська А.О. Метод статистичного аналізу бухгалтерських рахунків як інструмент CVR-аналізу. *Економіка транспортного комплексу*. 2018. № 32. С. 152-166.

АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ЯК ОСНОВА УСПІХУ ПІДПРИЄМСТВА

*Догадайло Я.В., к.е.н., доцент,
Хамдауї А.*

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Досвід успішних підприємств в умовах ринку свідчить [1-4], що досягти успіх можна реалізовуючи гнучку систему управління результатами, яка б адекватно реагувала на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства [1]. Об'єктивна оцінка успіху є першоосновою його ефективного управління. В якості категорії, що відображає успіх, використовується результативність, яка в залежності від виду цілей може бути економічною (EP) та інше. Питання стосовно теоретико-методичних основ аналізу та оцінки економічної результативності діяльності є недостатньо опрацьованими. Комплексна оцінка EP підприємства є контролюючим засобом реалізації процесу її забезпечення. Існуючий підхід щодо її здійснення [1] має певні недоробки: не враховує вибір пріоритетного напрямку діяльності підприємства з урахуванням чинників, як внутрішнього так і зовнішнього середовища, відсутня перспективна оцінка EP, що дозволяє характеризувати правильність поставлених цілей у перспективі. Шляхом усунення цих недоліків методичний підхід був вдосконалений (рис. 1).



Рис. 1. Блок-схема удосконаленої комплексної оцінки ЕР підприємства

Для виявлення слабких боків процесу забезпечення економічної результативності та виявлення причин відхилення від процесу досягнення поставлених цілей необхідно вміти об'єктивно аналізувати та оцінювати економічну результативність діяльності підприємства, але з існуючого підходу [1] незрозуміло на підставі чого здійснюється виявлення слабких боків забезпечення ЕР діяльності підприємства та певні етапи потребують уточнення. Тому аналіз та інтегральну оцінку ЕР пропонується проводити в наступній послідовності: 1. Вибір методу вимірювання (аналізу) та кількісної оцінки ЕР підприємства. 2. Обґрунтування та вибір кількісних показників, що характеризують всі боки діяльності підприємства. 3-5. Формування ознакового простору відповідно критеріїв ефективності розвитку, дієвості та положення на ринку за прибутковістю, продуктивністю та економічністю. 6. Аналіз ефективності розвитку. 7. Аналіз критерію дієвості. 8. Аналіз положення на ринку. 9. Оцінка критерію ефективності розвитку з урахування пріоритетності критеріїв економічної результативності першого рівня. 10. Оцінка критерію дієвості з урахування пріоритетності критеріїв економічної результативності першого рівня. 11. Оцінка

критерію положення на ринку з урахування пріоритетності критеріїв економічної результативності першого рівня. 12. Розрахунок інтегрального показника ЕР з урахуванням пріоритетності її критеріїв другого рівня. 13. Визначення зон успіху виконання поставлених цілей. 14. Виявлення слабких боків забезпечення ЕР. 15. Виявлення причин відхилення від процесу досягнення поставлених цілей.

Отже аналіз та інтегральна оцінка ЕР є одним з основних етапів процесу її забезпечення, оскільки його реалізація дозволяє оцінити та контролювати як правильність так і рівень виконання поставлених цілей, тобто ступінь досягнення успіху в будь-який момент часу, а це є основою успіху сучасного підприємства. Таким чином: одержав подальший розвиток методичний підхід щодо комплексної оцінки ЕР підприємства на підставі додавання трьох етапів, що забезпечують своєчасне усунення слабких боків забезпечення ЕР, урахування впливу на ЕР чинників не тільки внутрішнього, але і зовнішнього середовища та дозволяють характеризувати правильність поставлених цілей у перспективі; удосконалено методичний підхід щодо аналізу та інтегральної оцінки ЕР шляхом уточнення змісту кожного з його етапів та додавання ще двох, що забезпечують об'єктивність процесу виявлення та усунення слабких боків забезпечення ЕР.

Література:

1. Armstrong M. Performance management: key strategies and practical guidelines: 3rd ed. Philadelphia: Thomson-Shore, Inc, 2006. 216 p.
2. Drucker P.F. The effective executive. The definitive guide to getting the right things done. New York: HarperCollins Publishers, 2006. 178 p.
3. HBR's 10 Must-Reads on Strategy. Boston: HBR, 2011. 143 p.
4. Parmenter D. Key performance indicators. Developing, implementing, and using winning KPIs: third edition. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2015. 448 p.
5. Тищенко А.Н., Кизим Н.А., Догадайло Я.В. Экономическая результативность деятельности предприятий: монография. Х.: ИНЖЕК, 2005. 144 с.

ОСОБЛИВОСТІ ТА ЕТАПИ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

*Докуніна К.І., к.е.н., доцент,
Горніченко А.О.*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

В сучасних умовах досягнення поставлених цілей вітчизняними підприємствами потребує розробки системи заходів організаційного, технічного та фінансового спрямування з метою інтенсифікації виробництва, формування конкурентних переваг серед інших підприємств тощо. Результативність таких заходів значною мірою залежить від розробки ефективної маркетингової стратегії.

У зв'язку з цим актуальним завданням є дослідження особливостей та етапів розробки маркетингової стратегії підприємства.