

АНОТАЦІЯ

Герасимов О. К. Теоретичне та методичне забезпечення ефективності діяльності підприємства: маркетинговий аспект. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 – «Економіка» (05 – Соціальні та поведінкові науки). – Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, 2020.

Дисертацію присвячено поглибленню теоретичних положень, обґрунтуванню методичного забезпечення економічної ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті та розробленню практичних рекомендацій щодо їх використання в процесі функціонування промислових підприємств в умовах зовнішнього ринкового середовища, що динамічно змінюється.

У роботі розвинуто окремі визначення понять: «економічна ефективність діяльності підприємства», що відрізняється врахуванням об'єктивних можливостей і суб'єктивних очікувань щодо результатів діяльності підприємства, які відповідають сучасній економічній парадигмі функціонування і розвитку суб'єктів господарювання в умовах конкурентного середовища; «маркетинговий аспект», яке об'єднує найбільш впливових суб'єктів зовнішнього середовища у триаду «постачальники – споживачі – конкуренти», що є пріоритетним для забезпечення ефективності діяльності підприємства з позицій його зовнішнього оточення. Доведено, що розвинуті визначення понять є підґрунтям для розроблених методичних підходів з оцінювання та підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання.

У дисертації узагальнено існуючі наукові підходи до формування організаційно-економічного механізму маркетингового забезпечення економічної ефективності діяльності підприємства, запропоновано пропозиції з удосконалення механізму, який базується на додатковому включенні таких етапів його

функціонування як: оцінювання ефективності діяльності підприємства за об'єктивною складовою з урахуванням внутрішніх результатів і можливостей підприємства, та суб'єктивною складовою, що передбачає врахування очікувань і особливостей сприйняття за маркетинговим та інформаційно-комунікаційним напрямками визначення ефективності, розроблення проекту з підвищення ефективності діяльності підприємства на основі результатів оцінювання складових. Використання запропонованого організаційно-економічного механізму маркетингового забезпечення сприятиме гармонізації взаємодії зовнішнього оточення та внутрішнього середовища суб'єкту господарювання.

За результатами узагальнення існуючого методичного забезпечення з визначення економічної ефективності діяльності підприємств у маркетинговому аспекті у дисертації зроблено висновок, що у методичних підходах до оцінки ефективності функціонування підприємства доцільно враховувати результати діяльності підприємства та витрати, а також здобутки від маркетингової активності підприємств.

Здійснено аналіз ефективності функціонування вітчизняної промисловості у міжнародному середовищі, визначено тенденції, які характеризують суттєве відставання України від провідних країн світу, зокрема, аналіз рейтингу залученості України до міжнародної торгівлі, як індикатор економічної ефективності, свідчить, що економічні позиції України суттєво погіршилися практично за всіма складовими, за виключенням ефективності та прозорості економічних потоків при управлінні зовнішньоекономічною діяльністю.

Визначено, що макроекономічне середовище, з позицій зовнішнього оточення суб'єктів господарювання, негативно впливає на ефективність їх діяльності. Відбувається погіршення фінансових результатів до оподаткування промислових підприємств, капітальних інвестицій, джерел фінансування інноваційної діяльності. Здійснений аналіз зовнішнього оточення суб'єктів господарювання підтвердив доцільність проведення глибокого аналізу їх внутрішнього середовища за різними напрямками для визначення проблем та обґрунтування напрямів підвищення ефективності діяльності.

За результатами аналізу діяльності машинобудівного комплексу України та Харківської області визначено основні тенденції його розвитку у контексті сучасної соціально-економічної ситуації, які свідчать про наявність диспропорцій у розвитку галузевої структури, її невідповідність пріоритетам розвитку національної економіки. У машинобудівному комплексі спостерігається зниження інноваційної активності підприємств, що призводить до зниження результативності економічної діяльності та її ефективності й швидкості реагування на зовнішні зміни і, як результат, витіснення вітчизняних виробників з відповідних ринків.

У дисертації ідентифіковано особливості та визначено стан економічної ефективності діяльності підприємств промисловості у маркетинговому аспекті з позицій внутрішнього середовища за анкетуванням 11 експертів провідних машинобудівних підприємств Харківського регіону. Визначено кількість експертів із заданою довірчою вірогідністю і похибкою. На першому кроці ідентифіковано напрями оцінки економічної ефективності діяльності підприємств у маркетинговому аспекті (за якими експерти дали більш ніж 80 % питомої ваги позитивних відповідей). На наступному кроці анкетування було виявлено найбільш значущі показники оцінки, стратегічні та поточні проблеми, цілі, запропоновано заходи, що характеризують ефективність діяльності підприємств у маркетинговому аспекті. На основі отриманої інформації було проведено опитування стосовно визначення ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті експертами на провідних машинобудівних підприємствах ПАТ «Харківський електротехнічний завод «Укрелектромаш», ПАТ «Харківський підшипниковий завод», ПАТ «Харківський верстатобудівний завод», які входять до складу індустріальної групи УПЕК та пов'язані тісними господарськими зв'язками. Результати дозволили зробити висновок, що до напрямів оцінки економічної ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті відносяться: фінансовий, кадровий, виробничий, інноваційний, інформаційно-комунікаційний, маркетинговий.

Обґрунтовано методичний підхід визначення економічної ефективності діяльності підприємства за об'єктивною складовою, тобто за даними офіційної статистичної звітності, що ґрунтується на використанні інтегральних показників за фінансовим, кадровим, виробничим, інноваційним напрямками з використанням обґрунтованої системи часткових показників, які ідентифіковано за основними виявленими явними і латентними тенденціями діяльності підприємств. За методом адитивної згортки розраховано інтегральний показник ефективності діяльності підприємств, який є підґрунтям для її забезпечення і підвищення.

Запропоновано методичний підхід до визначення економічної ефективності діяльності підприємства за суб'єктивною складовою, тобто за думками експертів, який базується на формуванні обґрунтованої системи якісних показників із застосуванням експертних методів та подальшим їх перетворенням в кількісні показники за маркетинговим та інформаційно-комунікаційним напрямками щодо виявлення очікувань та особливостей сприйняття діяльності підприємства як ефективної з позиції споживачів, постачальників та конкурентів. Оцінювання ефективності діяльності підприємств за суб'єктивною складовою здійснено за інтегральним показником, розрахованим методом адитивної згортки.

Використання методичного підходу дасть змогу врахувати ефективність здійснення інформаційних потоків та використання маркетингового забезпечення при визначенні основних напрямів підвищення ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті.

У роботі обґрунтовано основні напрями підвищення економічної ефективності діяльності підприємств за об'єктивною і суб'єктивною складовими, що конкретизовані у проекті з підвищення ефективності діяльності підприємства, і ґрунтуються на інтегральних показниках з урахуванням думок постачальників, конкурентів, споживачів, які запропоновано розраховувати вперше одночасно з триадою «постачальники – споживачі – конкуренти» за відповідними узагальнюючими показниками, що дозволить впливати на їх платоспроможний попит. Всі інтегральні показники для підтримки методологічної єдності

розрахунків запропоновано визначати методом адитивної згортки з урахуванням значущості часткових показників, що входять до їх складу.

Розроблене у дисертації методичне забезпечення щодо формування і впровадження проектів з підвищення економічної ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті характеризується наступністю кожного етапу, наявністю альтернативних заходів, які відповідають результатам визначення ефективності діяльності підприємства. Запропоновані заходи забезпечують можливість переходу на альтернативні варіанти реалізації проекту з мінімальними витратами в умовах постійних трансформацій.

З метою доведення практичної значущості та доцільності використання методичного забезпечення підвищення економічної ефективності діяльності підприємств у маркетинговому аспекті визначено очікувану рентабельність від його впровадження на підприємстві ПАТ «ФЕД», яка становить 15,85%, що підтверджує доцільність впровадження пропозицій дисертації у господарську діяльність суб'єктів господарювання.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що використання теоретичних і методичних положень дисертаційної роботи доведені до рівня конкретних методик і рекомендацій щодо оцінювання ефективності діяльності підприємств у маркетинговому аспекті, формування відповідного проекту щодо її підвищення, який характеризується наступністю кожного етапу, наявністю альтернативних заходів, що забезпечує можливість переходу на альтернативні варіанти реалізації проекту в умовах постійних трансформацій. Обґрунтовані в дисертації теоретичні, методичні положення, висновки та рекомендації можуть бути використані власниками та менеджерами промислових підприємств в процесі економічної діяльності.

Результати дисертації впроваджено в роботу ТОВ «Торгово-промислова компанія «НОВА» (довідка № 24/3 від 23.01.2018 р.), де застосовуються методичні підходи до визначення ефективності діяльності підприємства і до її забезпечення, та ПАТ «Харківський підшипниковий завод» (довідка № 36/1 від 04.02.2020 р.), де використано методичні підходи до визначення об'єктивної та

суб'єктивної складових діяльності підприємства і методичне забезпечення обґрунтування основних напрямів підвищення ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті. У навчальному процесі Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця використовуються в процесі підготовки: бакалаврів за спеціальністю 073 «Менеджмент» при викладанні дисципліни «Економіка підприємства» розвинений понятійно-термінологічний апарат та запропоновані методичні підходи до визначення економічної ефективності діяльності підприємства за об'єктивною і суб'єктивною складовими; магістрів за спеціальністю 073 «Менеджмент» при викладанні дисципліни «Маркетинг інновацій» методичне забезпечення з підвищення економічної ефективності діяльності підприємства: маркетинговий аспект (довідка № 20/86 – 02 – 119/1 від 10.08.2020 р.).

Ключові слова: економічна ефективність, діяльність, підприємство, маркетинговий аспект, теоретичне та методичне забезпечення, організаційно-економічний механізм, об'єктивна складова ефективності, суб'єктивна складова ефективності, проект.

SUMMARY

Gerasymov O.K. Theoretical and methodical support of efficiency of activity of the enterprise: marketing aspect. – Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.

Dissertation on the scientific level of Doctor of Philosophy for specialty 051 – "Economics" (05 – Social and behavioral sciences). – Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Kharkiv, 2020.

The dissertation is devoted to deepening of theoretical positions and substantiation of methodical bases of economic efficiency support of activity of the enterprise in marketing aspect and development of practical recommendations concerning their use in the course of functioning of industrial enterprises in the conditions of the external market environment which dynamically changes.

The paper develops separate definitions: "economic efficiency of the enterprise activity", that takes into account the objective capabilities and subjective expectations of the results of the enterprise; expectations correspond to the modern economic paradigm of functioning and development of business entities in a competitive environment; "marketing aspect", that unites the most influential actors in the environment in the triad of "suppliers - consumers - competitors", that is a priority to ensure the efficiency of the enterprise from the standpoint of its external environment. It is proved that the developed definitions are the basis for the developed methodological approaches to evaluate and improve the efficiency of economic entities.

The dissertation analyzes scientific approaches to the formation of organizational and economic mechanism of marketing support of enterprise efficiency, substantiates organizational and economic mechanism of marketing support of enterprise efficiency, which is based on additional inclusion of such stages of its functioning as: evaluation of enterprise efficiency by objective component. Taking into account the internal results and capabilities of the enterprise, and the subjective component, which takes into account the expectations and peculiarities of perception in marketing and information and communication areas to determine efficiency. The use of the developed organizational and economic mechanism of marketing support of the enterprise efficiency will promote the harmonization of the external environment and the internal environment of the business entity.

According to the results of generalization of the existing methodological support for determining the economic efficiency of enterprises in the marketing aspect in the dissertation it is concluded that in methodological approaches to assessing the efficiency of the enterprise it is advisable to take into account the results of activities and costs and marketing activities.

The analysis of efficiency of functioning of the domestic industry in the international environment is carried out, the tendencies which characterize essential lag of Ukraine from the leading countries of the world are defined. In particular, the analysis of the rating of Ukraine's involvement in international trade, as an indicator of economic efficiency, shows that Ukraine's economic position has deteriorated

significantly in almost all components, except for efficiency and transparency of economic flows in managing foreign economic activity.

It is determined that the macroeconomic environment, from the point of view of the external environment of economic entities, has a negative impact on the efficiency of their activities. There is a deterioration of financial results before taxation of industrial enterprises, capital investments, sources of financing innovations. The analysis of the external environment of business entities confirmed the expediency of conducting an in-depth analysis of their internal environment in various areas to identify problems and justify areas for improving efficiency of activity.

According to the analysis of the machine-building complex of Ukraine and Kharkiv region, the main trends of its development in the context of the current socio-economic situation are identified, which indicate differences in the development of the industry structure, its inconsistency with national economy priorities. In the machine-building complex there is a decrease in innovation activity of enterprises, which leads to a decrease in the efficiency of economic activity and its efficiency and speed of response to external changes and, as a consequence, the displacement of domestic producers from the relevant markets.

The dissertation identifies the features and determines the state of efficiency of industrial enterprises in the marketing aspect from the standpoint of the internal environment by questioning 11 experts of leading machine-building enterprises of the Kharkiv region. The number of experts with a given confidence and error is determined. The first step identifies areas for assessing the economic efficiency of enterprises in the marketing aspect (for which experts gave more than 80% of the share of positive answers). The next step of the survey identified the most significant indicators of evaluation, strategic and current issues, goals, proposed measures that characterize the effectiveness of enterprises in the marketing aspect. On the basis of the received information the interrogation concerning definition of efficiency of activity of the enterprise in marketing aspect was carried out by experts at the leading machine-building enterprises of PJSC Kharkiv Electrotechnical Plant Ukrelectromash, PJSC Kharkiv Bearing Plant, PJSC Kharkiv Machine-Tool Plant UE. and are closely linked

by economic ties. The results allowed us to conclude that the areas of assessment of economic efficiency of the enterprise in the marketing aspect include: financial, personnel, production, innovation, information and communication, marketing.

The methodical approach to determining the economic efficiency of the enterprise by objective component, namely according to official statistical reporting, based on the use of integrated indicators in financial, personnel, production, innovation areas using a sound system of partial indicators, which are identified by the main identified explicit and latent trends in enterprises. According to the method of additive convolution, an integrated indicator of the efficiency of enterprises is calculated, which is the basis for its provision and improvement.

A methodical approach to determining the economic effectiveness of the enterprise by subjective component, namely according to experts, which is based on the formation of a sound system of qualitative indicators using expert methods and their subsequent transformation into quantitative indicators in marketing and information and communication areas to identify expectations and characteristics perception of the enterprise as effective from the standpoint of consumers, suppliers and competitors. Evaluation of the efficiency of enterprises by the subjective component is carried out on an integrated indicator, calculated by the method of additive convolution.

The use of a methodological approach will allow to take into account the effectiveness of information flows and the use of marketing support in determining the main directions of improving the efficiency of the enterprise in the marketing aspect.

The paper substantiates the main directions of improving the economic efficiency of enterprises in terms of objective and subjective components, which are specified in the project to improve the efficiency of the enterprise. The directions are based on integrated indicators taking into account the opinions of suppliers, competitors, consumers, which are proposed to be calculated for the first time simultaneously from the positions of consumers, suppliers and competitors on the relevant generalizing indicators, which will affect their effective demand. All integrated indicators to maintain the methodological unity of calculations are proposed to be determined by the

method of additive convolution, taking into account the significance of partial indicators that are part of them.

The methodological support developed in the dissertation on the formation and implementation of projects to improve the efficiency of the enterprise in the marketing aspect is characterized by the continuity of each stage, the availability of alternative measures that correspond to the results of determining the efficiency of the enterprise. The proposed measures provide an opportunity to move to alternative options for project implementation with minimal costs in a constant transformation.

In order to prove the practical significance and feasibility of using methodological support to increase the economic efficiency of enterprises in the marketing aspect, the expected profitability of its implementation at the enterprise PJSC "FED", which is 15.85%, which confirms the feasibility of dissertation proposals in economic activities of economic entities.

The practical significance of the results is that the use of theoretical and methodological provisions of the dissertation is brought to the level of specific methods and recommendations for evaluating the effectiveness of enterprises in marketing, the formation of a project to improve it, characterized by the succession of each stage, the availability of alternative measures. Provides an opportunity to move to alternative options for project implementation in the conditions of constant transformations. Theoretical, methodical provisions, conclusions and recommendations substantiated in the dissertation can be used by owners and managers of industrial enterprises in the course of economic activity.

The results of the dissertation were introduced into the work of LLC "Commercial and Industrial Company" NOVA "(reference № 24/3 from 23.01.2018 p.), Which uses methodological approaches to determine the efficiency of the enterprise and its provision, and PJSC" Kharkiv Bearing Plant "(reference № 36/1 from 04.02.2020), which used methodological approaches to determining the objective and subjective components of the enterprise and methodological support for substantiation of the main directions of improving the efficiency of the enterprise in the marketing aspect. In the educational process of Kharkiv National Economic University named after Semyon

Kuznets are used in the process of training: bachelors in specialty 073 "Management" in teaching the discipline "Business Economics" developed conceptual and terminological apparatus and proposed methodological approaches to determining the economic efficiency of the enterprise objectively and sub active components; masters in the specialty 073 "Management" in teaching the discipline "Marketing of innovations" methodological support to improve the economic efficiency of the enterprise: marketing aspect (reference № 20/86 - 02 - 119/1 from 10.08.2020).

Key words: economic efficiency, activity, enterprise, marketing aspect, theoretical and methodical providing, organizational and economic mechanism, functioning, objective component of efficiency, subjective component of efficiency project.

Список публікацій здобувача за темою дисертації

Статті у періодичних наукових виданнях інших держав, які входять до Організації економічного співробітництва та розвитку та/або Європейського Союзу

1. Герасимов О. К. Аналіз стану ефективності діяльності підприємств у маркетинговому аспекті. *EVROPSKÝ ČASOPIS EKONOMIKY A MANAGEMENTU*. (Index Copernicus). 2019, Svazek 5. № 2. vydání. С. 118-133. (Index Copernicus)

Статті у наукових виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз Web of Science та Index Copernicus

2. Герасимов О. К. Формування системи показників оцінки ефективності діяльності підприємства за фінансовим напрямом. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Випуск 24. С. 106 – 109. (Index Copernicus)

3. Герасимов О. К. Аналіз підходів до трактування ефективності діяльності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2017. № 10. С. 27 – 36. (Index Copernicus)

4. Герасимов О. К. Розробка методичного підходу до оцінювання ефективності діяльності підприємства за маркетинговою та інформаційно-комунікаційними складовими. *Економіка та суспільство*. 2018. Випуск № 16. С. 277-287. (Index Copernicus)
5. Герасимов О. К. Методичне забезпечення оцінювання економічної ефективності діяльності підприємства в маркетинговому аспекті. *Наукові записки національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»*. 2018. № 9(37). С. 32-39. (Index Copernicus)
6. Герасимов О. К. Основні напрямки підвищення ефективності діяльності підприємства. *Управління розвитком*. 2018. № 1 (191). С. 91-100. (Index Copernicus)
7. Martynenko M. V., Gerasymov O. K., Iastremska O. O. Social and Marketing Aspects of Transformation Processes in Ukraine in Conditions of European Integration *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2018. Vol. 4. № 27. P. 485-496. (Web of Science)
8. Герасимов О. К. Аналіз основних тенденцій динаміки ефективності промисловості України в умовах активізації інтеграційних процесів. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. 2019, № 1. С. 77-83. (Index Copernicus)
9. Iastremska O., Gerasymov O. Theoretical and methodological provision of justification of the enterprise activity efficiency in the marketing aspect. *Technology audit and production reserves*, 2020. Vol. 2, № 5(53). P. 4 – 13. (Index Copernicus)

**Статті в наукових виданнях, включених до переліку фахових
видань України**

10. Герасимов О. К. Організаційно-економічний механізм маркетингового забезпечення ефективності діяльності підприємства. *Вісник Прикарпатського університету. Серія : економіка*. 2017. Випуск № 12. С. 87 – 97.

Публікації за матеріалами конференцій

11. Герасимов О. К. Підхід до визначення ефективності маркетингової діяльності підприємства промисловості. *Сучасні проблеми управління підприємствами : теорія та практика* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків, 30 – 31 березня 2017 р. Харків : Вид. ФОП Панов А.М., 2017. С. 167 – 168.

12. Герасимов О. К. Забезпечення ефективності діяльності підприємства. *Економічний розвиток і спадщина Семена Кузнеця* : тези доповідей міжнародної наукової конференції. м. Харків, 1 – 2 червня 2017 р. Харків : ХНЕУ імені Семена Кузнеця, 2017. С. 43 – 46.

13. Герасимов О. К. Визначення основних напрямків підвищення ефективності діяльності підприємства: маркетинговий аспект. *Математическое моделирование процессов в экономике и управлении проектами и программами (ММП-2018)* : труды международной научно-практической конференции Коблево, 10-17 сентября 2018 г. Харків : ХНУРЕ, 2018 С. 26 – 29.

14. Ястремська О. М., Герасимов О. К. Підприємницька діяльність як стрижень розвитку економіки. *Економічний розвиток і спадщина Семена Кузнеця*: тези доповідей міжнародної наукової конференції м. Харків, 30 – 31 травня 2019 р. Харків : ДІСФ ПЛЮС, 2019. С. 196-197.

15. Герасимов О. К. Уточнення визначення понять щодо ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті. *Perspectives of world science and education* : матеріали X міжнародної науково-практичної конференції м. Осака, Японія, 17-19 червня, 2020 р. Науково-видавничий центр «Sci-conf.com.ua» CPN Publishing Group, 2020. P. 194-200.