

Чубенко М. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРИНЦИПИ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ВИСТАВКОВОЇ ГАЛУЗІ

Виставкова діяльність є багатофункціональним явищем, що сприяє розвитку внутрішньої та зовнішньої торгівлі, зміцненню міжнародних зв'язків, пропаганді інноваційних технологій та нових видів продукції, товарів і послуг, активізує фінансові потоки, формує інформаційне середовище, яке відображає стан і тенденції розвитку галузей і товарних ринків. Значення виставкової діяльності як однієї з динамічних сфер сучасної економіки постійно зростає.

Особливістю виставкової діяльності є наявність мультиплікативного та відкладеного (вторинного) ефекту. Відкладений ефект виставкової діяльності проявляється у наявності певного часового проміжку між моментом проведення виставки та моментом отримання комерційних результатів учасниками та відвідувачами виставкового заходу. Виставкова діяльність здійснює значний мультиплікативний вплив на економіку міста (регіону, країни), що проявляється у зростанні обсягів продажу, податкових надходжень у бюджет різних рівнів та розвиток інших суміжних галузей. Така ситуація пояснюється тим, що учасники та відвідувачі виставкових заходів користуються послугами підприємств туристичного та ресторанного бізнесу, транспортного та готельного господарства, а також закладів дозвілля.

Під час розробки методів оцінки ефективності управління підприємством необхідно визначити, за якими критеріями та показниками її потрібно вимірювати. Критерії ефективності управління відображають сутність ефективності, а показники використовуються для виміру та зіставлення ефективності відповідно до її критеріїв. Згідно з прийнятими в світовій практиці підходами виділяють сім критеріїв оцінки ефективності управління (табл. 1).

Таблиця 1. Критерії ефективності управління підприємством

Критерії	Характеристика критеріїв
Дієвість	Ступінь досягнення підприємством поставлених перед ним цілей, а саме: своєчасність, повнота їх вирішення, відповідність до вимог та обмежень
Економічність	Ступінь використання підприємством наявних ресурсів
Якість	Відповідність господарської діяльності підприємства в цілому до еталонних (нормативних) показників.
Прибутковість	Різниця між доходами від реалізації послуг та собівартістю цих послуг
Продуктивність	Відношення обсягу реалізованих послуг і витрат на трудові ресурси та їх реалізацію
Умови праці	Почуття задоволеності працівників підприємства своєю роботою, почуття безпеки та впевненості, престижність роботи.
Впровадження нововведень	Відображає рівень використання в господарській діяльності нових досягнень в галузі сучасної техніки, організації та управління на підприємстві для досягнення поставлених цілей.

Один із основних підходів до визначення ефективності управління підприємством у вітчизняній науці та практиці базується на твердженні, що управління можна вважати ефективним лише у випадку, коли господарська діяльність підприємства буде результативна та/або ефективна.

Для визначення показників ефективності господарської діяльності в економічній літературі розглядаються різні підходи. Представники одного з них вважають за доцільне будувати систему показників ефективності, на основі аналізу якої, враховуючи вплив факторів та попередні прогнози, експерт повинний зробити висновок. Інші вчені пропонують обмежити множину факторів впливу та визначати комплексний показник ефективності. Існують також компромісні підходи, в яких спочатку визначається система показників, а потім до неї застосовуються певні правила та розрахунки для отримання інтегральної оцінки.

Ефективність управління підприємством виставкової діяльності залежить від цілого ряду факторів. При оцінці ефективності управління господарською діяльністю виставкового підприємства необхідно обов'язково враховувати ці фактори та аналізувати вплив кожного з них. Важливість оцінки ефективності управління на сучасному етапі полягає у тому, що на її основі ухвалюють

рішення щодо подальшого розвитку підприємства та розробки подальшої стратегії ефективного функціонування підприємства.

Основним завданням керівництва є підвищення ефективності господарської діяльності підприємства, а саме: раціональне використання трудових, матеріальних та фінансових ресурсів з максимальною віддачею від них та при мінімальних витратах. Аналіз ефективності управління виставковим підприємством передбачає опанування базового інструментарію основних показників ефективності та зрозуміння їх економічного змісту.

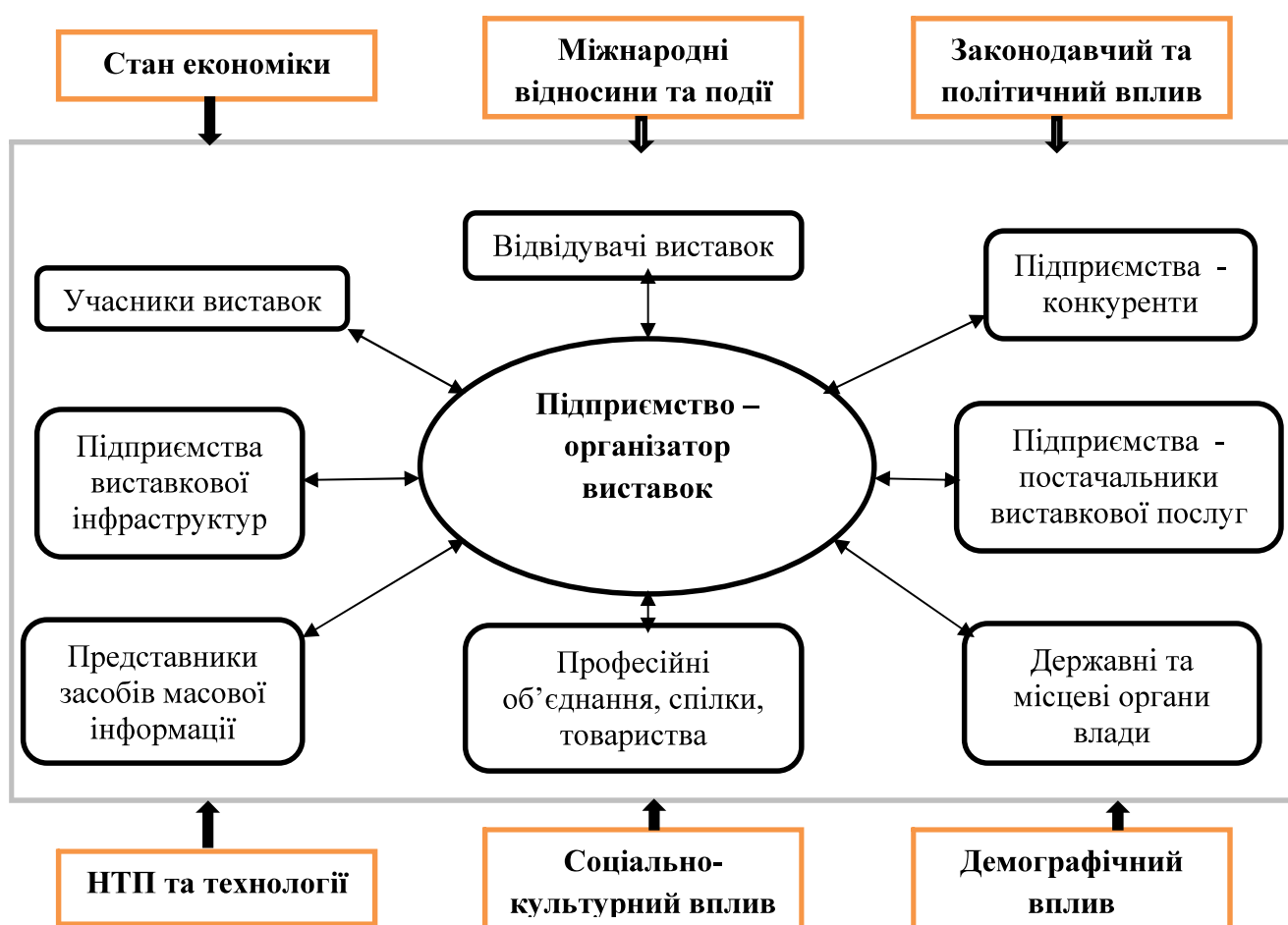


Рис. 1. Модель впливу факторів зовнішнього середовища на ефективність управління підприємством – організатором виставок

Система показників ефективності господарської діяльності її завданням є відображення витрат всіх видів ресурсів, що споживаються на підприємстві, а також створення передумов для виявлення резервів підвищення ефективності управління.

Ефект управлінської діяльності не зводиться лише до економічних результатів. Дуже важливим аспектом є соціальний ефект. Його значення в управлінській праці досить велике, але через відсутність кількісних вимірників соціальна ефективність оцінюється в основному якісними показниками. До таких показників відносяться плинність персоналу, рівень трудової дисципліни, надійність роботи персоналу, рівномірність завантаження персоналу, причини звільнення працівників, демократизація управління, зростання ініціативи персоналу та інші. На нашу думку, ефективність роботи управлінця неможливо оцінити лише за кількістю витраченого ним робочого часу, об'ємом обробленої інформації або кількістю прийнятих рішень. Реальну картину про ефективність управління можливо отримати, лише виходячи із кінцевих результатів діяльності підприємства. Для того щоб оцінити ефективність управління виставковим підприємством на основі кінцевих результатів його діяльності, необхідно в першу чергу оцінити ефективність проведених ним виставкових заходів.

Список використаних джерел:

1. Вдовічена О. Г. Виставково-ярмаркова діяльність як фактор соціально-економічного зростання регіону : автореферат дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05 / О. Г. Вдовічена. – Ужгород : Ужгород. нац. ун-т, 2012. – 22 с.
2. Виставкова діяльність в Україні: статистичний бюлетень / за ред. І. В. Калачової. – Київ : Держкомстат України, 2013. – 53 с.
3. Виставковий бізнес в Україні: інтеграція освіти, науки та практики : зб. наук. праць (спецвипуск) – Київ : Ін-т реклами – 2009. – 143 с.
4. Вітренко А. Ефективність участі фірми у міжнародних виставках / А. Вітренко // Економіка і підприємництво: стан та перспективи. – 2001. – С. 286–291.
5. Воронкова А. Е. Діагностика стану підприємства: теорія і практика : монографія / А.Е. Воронкова. – Харків : ІНЖЕК, 2008. – 520 с.