

Секція 6  
***Менеджмент і маркетинг в системі забезпечення  
розвитку підприємництва***

**ЕКСПРЕС-ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ  
ПІДПРИЄМСТВОМ**

*Ачкасова Л.М., к.е.н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній  
університет*

Оцінка ефективності управління є важливим елементом розробки проектних і планових рішень, що дозволяє визначити рівень прогресивності діючого процесу, проектів, що розробляються або планових заходів, і проводиться з метою вибору найбільш раціонального варіанта процесу управління або способу його вдосконалення. Ефективність управління повинна оцінюватися на стадії проектування, при аналізі процесу управління діючих організацій для планування і здійснення заходів щодо вдосконалення управління.

Процедура оцінювання ефективності управління діяльністю підприємства висуває проблему вибору методу, на підставі якого вона має здійснюватись. Проблемам оцінювання ефективності управління діяльністю підприємства присвячені роботи багатьох вітчизняних та зарубіжних учених. Серед них є роботи У. Мересте, Дж. К. Лафти, А. Н. Тіщенко, Н. А. Кизіма, Я.В. Догадайло, Р. С. Каплана, Д. П. Нортона, І. І. Мазура та інших.

Відсутність універсального методу оцінки не дозволяє проводити швидке, об'єктивне оцінювання рівня ефективності управління підприємством.

Ефективність управління відображає результативність забезпечення соціально-економічного розвитку підприємства. У зв'язку з цим ефективність управління проявляється в досягнутих показниках результативності всієї діяльності підприємства. Вона, як показник результативності, припускає порівняння витрат з результатом. В якості останнього розглядається прибуток як кінцевий результат діяльності, а в якості витрат – основні виробничі фонди і оборотні кошти. Однак результат, як економічне поняття, ширше такого тлумачення. Результат має різноманітні прояви.

Д. Скотт Синк розглядає 7 різних результатів: дієвість, економічність, якість, прибутковість, продуктивність, якість трудового життя, впровадження нововведень. Кожен з цих показників є відносним і його можна отримати шляхом співвідношення відповідних абсолютних показників.

Таким чином, для формування нормативної системи показників (НСП) пропонується обрати наступні абсолютні показники: прибуток, обсяг продажів, вартість основних виробничих фондів, матеріальні витрати, фонд заробітної плати, чисельність персоналу.

Ці показники були обрані ще і тому, що вони відповідають правилам побудови НСП: цей набір показників не містить похідних показників, для цих показників періодичність обліку не більше, ніж інтервал регулювання режиму і вони відповідають напрямкам впливу суб'єкта управління.

Далі були встановлені пріоритети показників, шляхом встановлення співвідношень між їх ростом. Для цього використовують економічні закономірності росту ефективності. Так, з закономірності зростання прибутку виходить, що зростання цього показника має випереджати зростання всіх інших показників.

Далі, з закономірності зростання продуктивності праці впливає, що зростання обсягу продажів повинно обганяти зростання чисельності працюючих; з закономірності зростання фондівіддачі слід, що зростання обсягу продажів повинно обганяти зростання основних фондів; з закономірності зростання фондоозброєності праці – зростання основних фондів повинно обганяти зростання чисельності.

Таким чином, зростання прибутку повинно обганяти зростання обсягу продажів, який, в свою чергу, повинен обганяти зростання основних фондів, а зростання основних фондів – зростання чисельності працюючих і т.д.

Таким чином, нормативна система розглянутих нами показників буде виглядати наступним чином: перший ранг – прибуток, другий – обсяг продажів, третій – вартість основних виробничих фондів, четвертий – матеріальні витрати, п'ятий – фонд заробітної плати і шостий – чисельність виробничого персоналу.

Математичний апарат рангової статистики засновано на порівнянні двох множин чисел - упорядкованого і неупорядкованого, і оцінки їх відмінності між собою. Як упорядкована множина виступає НСП, в якій кожен показник має свій ранг – фіксоване місце в упорядкуванні. Як неупорядкована множина виступають фактичні ранги показників, які визначаються за величиною фактичного зростання.

При цьому в процесі порівняння визначаються: відхилення рангів шляхом вирахування за кожним показником оптимального рангу їх фактичного; і інверсії, яка представляє собою порушення нормального порядку елементів в перестановці. Вона показує кількість показників, які порушили порядок рангів щодо показника, за яким здійснюється розрахунок.

Для оцінки відмінності фактичних рангів від нормативних використовуються коефіцієнти Спірмена і Кендалла. Оптимальним значенням цих коефіцієнтів є 1. Вона вказує на відсутність відхилень по рангам.

Така експрес-оцінка має такі переваги перед іншими методиками розрахунку ефективності.

По-перше, здійснюється системний підхід до аналізу діяльності підприємств. Всі показники, що входять в НСП відображають основні чинники зростання ефективності.

По-друге, відомі закономірності зростання ефективності узагальнюються в єдиний критерій зростання ефективності.

По-третє, показники, що входять до НСП відображають як результати діяльності підприємства, так і ресурси, які є у нього.

В-четверте, так як в НСП фіксується тільки відносна величина – темп зростання показників, то в неї можуть входити найрізноманітніші показники, як натуральні, так і вартісні. Крім того, НСП дуже динамічна, тому можна змінювати ранги відповідно від поточних вимог.

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ**

*Блага В.В., к.е.н., доцент*

*Доломан К.А., студент*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Бізнес-туризм є не тільки перспективним і прибутковим видом туристичного бізнесу, але також характеризується високим і стабільним зростанням і відносною стійкістю до дії економічних, політичних, кліматичних та інших факторів. Це свідчить про те, що бізнес-туризм сам по собі є ключовим елементом стимулювання зростання національної економіки. Як наслідок, економічна криза не здатна вплинути на бізнес в діловому туризмі, так як феномен індустрії зустрічей полягає в тому, що розвиток будь-якої держави, так само як і будь-якого бізнесу, неможливий без активного обміну інформацією, оволодіння новими технологіями, підвищення кваліфікації на всіх рівнях ділового освіти, участі в міжнародних конгресах і виставках. Саме тому в контексті ділового туризму необхідно приділити увагу створенню колективних просторів, зокрема: коворкінгів, бізнес-інкубаторів, антикафе та навчальних центрів. Коворкінги як тип колективних просторів є найбільш поширеним в світі.

Коворкінг центри мають певні недоліки та переваги.

Переваги коворкінгу:

1. Можливість розширити коло спілкування. Чим більше продуктивних контактів в своєму бізнесі, тим краще, є можливість обмінятися оригінальними ідеями.

2. Під одним дахом можна легко зібрати однодумців для реалізації окремого проекту.

3. Атмосфера незалежності в роботі дає ефективні результати, фактор відсутності керівників дає імпульс до творчості.

4. У центрі можна підвищувати професійний рівень, відвідуючи тренінги і семінари. Для учасників центру такі заходи проводяться безкоштовно.

5. Об'єднані спільним простором люди різних спеціальностей відчують себе як вдома, але немає «гнітючої необхідності виконання домашніх робіт». Часто саме побутова обстановка заважає зосередитися на процесі виконання багатьох проектів, знижує ефективність праці.

6. Підприємець може приймати відвідувачів за родом підприємницької діяльності не вдома, що небезпечно, а в переговорній кімнаті центру.