

бинируются в единый числовой показатель, используемый для сравнения независимо от времени и места нахождения.

Наиболее известными индексами являются индекс потребительских цен, индекс развития человеческого потенциала, индекс развития города.

На основе индикаторов формируется еще один слой информации, содержащий рейтинги – формализованные в виде шкал инструменты сопоставления ряда анализируемых объектов по определенным интегральным характеристикам.

Для выработки эффективного управленческого решения необходимо осуществить ряд последовательных мероприятий: реальность – сбор данных – подготовка данных – обработка данных – презентация анализа – решение – реальность (Валетка, У.У. Распрацоўка стратэгіі развіцця рэгіону: ад тэорыі да практыкі / У.У. Валетка. – Минск, 2004. – С. 147).

Различные слои информации для удобства наносятся на карту региона с помощью современных геоинформационных систем, созданных с помощью, например, ArcView, MapViewer, MapInfo.

Представление количественной информации в наглядном виде способствует принятию адекватного управленческого решения.

*С.Л. Якимченко
Филиал БГЭУ (Бобруйск)*

ПОКАЗАТЕЛИ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Показатель – это качественная и количественная характеристика объекта, выраженная числом, указывающим на его свойства.

В практике планирования используются различные категории показателей.

Традиционный подход к определению и исчислению показателей эффективности управления предприятием заключается в количественной интерпретации всех сторон деятельности предприятия.

Одним из фундаментальных исследователей проблем показателей является Е.К. Смирницкий. Он обобщил большую часть известных на данный момент экономических показателей.

В результате были оставлены 103 показателя, исходя из необходимости оценки эффективности управления предприятием по всем направлениям его деятельности в условиях рынка, т. е. риска и неопределенности. Количество показателей, по возможности сводилось к минимуму, чтобы избежать дублирования и противоречивости при комплексной оценке.

Несомненными достоинствами приведенной системы показателей являются ее детальность и комплексность. Однако ее использование в практической жизни предприятия сильно ограничено.

Современные исследователи проблем эффективности управления предприятием уделяют большое значение фактору конкуренции и, применяя термин «конкурентоспособность предприятия» при описании эффективности управления предприятием в конкурентной среде, предлагают следующие концепции измерения.

Таран В.А. к основным показателям конкурентоспособности фирмы относит: экономический потенциал и эффективность деятельности; уровень управления; производственный и сбытовой потенциалы, указывающие на возможность фирмы производить и реализовывать продукцию в требуемых количествах в необходимые сроки; научно-исследовательский потенциал; финансовое положение; репутация фирмы; состояние и квалификация трудовых ресурсов.

Эти показатели комплексно характеризуют проблему эффективности управления предприятием в конкурентной среде, однако часть из них мало формализуема (репутация фирмы или потенциал), часть составляют коммерческую тайну. Использовать ее на практике весьма затруднительно.

Пожалуй, самым фундаментальным исследователем проблемы оценки эффективности управления, предприятием является Х.А. Фасхиев.

Для оценки конкурентоспособности машиностроительного предприятия он предложил использовать частные показатели, такие как: объем продаж за период, объем продаж на одного работника, число выпущенной продукции на одного работника, доля рынка по основной продукции в странах СНГ и т. д. Эта методика представляет достаточно детальное описание предприятия с использованием ряда оригинальных показателей.

Недостатки данного подхода – объединение в интегральном показателе несовместимых показателей, отсутствие смысловой направленности интегрального показателя, практически полная невозможность использования методики в конкурентной среде (поскольку большая часть показателей – явная коммерческая тайна).