

ЗАГАЛЬНА МЕТОДОЛОГІЯ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СФЕРИ

Обґрунтовано необхідність дослідження ефективності засобів масової комунікації. Визначено особливість цілей підприємств із соціально необхідним результатом діяльності. Розглянуто сутність та складність оцінки ефективності суб'єктів інформаційної сфери. Узагальнено дієві методи та показники оцінки соціально-необхідної діяльності. Визначено поняття "ефективність підприємств засобів масової інформації".

Ключові слова: інформація, інформаційна сфера, соціальна ефективність, засоби інформації, засоби комунікації, економічна ефективність.

Будь-яка діяльність у сучасних умовах розвитку економіки потребує оцінки її ефективності. Проте мета й характер діяльності численних підприємств та організацій різні. За цією ознакою їх поділяють на комерційні, що функціонують і розвиваються за рахунок власних коштів, некомерційні, існування яких визначається суспільними потребами та забезпечується, як правило, через державну власність, і багатоаспектні, що поєднують соціальну функцію і комерційну складову. Методологія визначення фінансово-економічної ефективності підприємницьких структур її аналізу достатньо розвинута [1, с. 14], проте соціально-спрямована діяльність, а особливо тих організацій, що можуть шляхом комерційної складової залучати кошти та реалізують потрібні функції для нормального розвитку суспільства, не отримала відповідного методологічного підґрунтя. На це вказують фахівці і на науковому [2, с. 473], і на практичному рівнях [3, с. 247].

Правильна оцінка фінансових результатів діяльності та фінансово-економічного стану підприємств багатоаспектного спрямування потрібна як для його керівництва і власників, так і для інвесторів, партнерів, державних органів, а в частині виконання соціальних функцій ---є запорукою стабільного суспільного розвитку. Разом з цим стабільний економічний розвиток висуває нові вимоги до підприємств інформаційної сфери, до інформаційних продуктів та послуг. Об'єктивна необхідність у формуванні теоретичних та прикладних методологічних основ визначення ефективності діяльності підприємств інформаційної сфери в сучасних умовах визначила актуальність досліджуваної проблеми, її мету та завдання.

Метою роботи є розробка рекомендацій щодо вдосконалення методології визначення ефективності діяльності підприємств інформаційної сфери як важливої передумови надання широким верствам населення інформаційних послуг та продуктів з метою максимального задоволення їх інформаційних потреб.

Для реалізації мети дослідження сформовано і розв'язано такі завдання, як дослідження теоретичної сутності та методичних підходів оцінки ефективності

діяльності підприємств комерційного спрямування; уточнення фактично-діючого інструментарію та прийомів визначення фінансово-економічної ефективності діяльності підприємств інформаційної сфери.

Ефективність підприємств засобів масової інформації визначається на основі оцінки їх діяльності. Оцінка - це характеристика якісної та кількісної сторони ступеня досягнення певних цілей підприємства, які у свою чергу повинні відповідати запитам та вимогам розвитку суспільства. Це обумовлено цінністю створеного блага для визначеного в часі стану суспільного розвитку та здатністю цільової аудиторії споживати запропонований товар, якщо він відповідає запитам. Способом оцінки досягнення цілей, мірою виступає ефективність, яка відбивається в низці методів її визначення та переліку показників. Таким чином, діяльність засобів масової інформації оцінюється саме через їх ефективність.

Ефективність - не просто який-небудь результат, а тільки той, що точно відображає досягнення мети, цілей [4], які ставилися перед засобом інформації в процесі створення та поширення останньої, та порівнюється з витратами або використаними фондами чи ресурсами. Результативність роботи державних підприємств, які скеровані на забезпечення соціальної задоволеності через виробництво продукту та надання послуг і разом з тим мають можливість отримувати доходи від господарсько-фінансової діяльності, необхідно розглядати з двох позицій: фінансово-економічні результати діяльності [5] та рівень задоволення соціальних потреб [7; 8].

Напрями оцінки підприємств, у тому числі і організацій державного сектора масової інформації, взаємопов'язані, оскільки саме фінансово-економічна забезпеченість виступає передумовою повноцінної реалізації суспільної спрямованості. Тільки фінансово-економічних розрахунків недостатньо для того, щоб врахувати ті результати діяльності державних підприємств, які не підлягають математичному аналізу, оскільки функції держави як власника майна, суб'єкта підприємницької діяльності в особі державних підприємств далеко не обмежуються

зароблянням грошей, а соціальний аспект питання неможливо однозначно визначити на основі бухгалтерських форм балансів і звітів [9, с. 22]. Проте соціальна задоволеність державним або суспільним інформаційним товаром неможлива, коли економічні позиції таких підприємств недостатні, щоб повноцінно конкурувати з акціонерним або приватним капіталом на інформаційному ринку. Тому важливо досліджувати, перш за все, фінансово-економічні складові ефективності діяльності засобів інформації.

Визначено, що посилення соціальної спрямованості має стати найголовнішою ознакою соціально-економічного розвитку України [10, с. 44]. У контексті цього твердження ефективний розвиток суспільно-спрямованих засобів масової інформації стає найголовнішим завданням в інформаційній сфері. Серед великої кількості засобів інформації фактично тільки державні підприємства мають своїм основним завданням виконувати соціальну функцію мас-медіа щодо інформаційного забезпечення усіх верств населення, а в першу чергу – найменш соціально захищених. Відсутність визначення функціональної залежності фінансово-економічного потенціалу разом з можливостями його реалізації і соціального спрямування веде до уповільненого розвитку державних та комунальних підприємств засобів масової інформації в Україні.

У багатьох європейських країнах створено окрему інформаційних підприємств, які мають на меті реалізацію суспільної функції. В Україні з різних причин такої системи не створено, тому необхідно в контексті ефективності реалізації їх функцій розглядати перш за все державний сектор мас-медіа.

Ефективність як економічна категорія показує співвідношення між результатами та витратами на їх досягнення. Однакова кількість витрат може проносити неоднакові результати. І не обов'язково очікування завжди перевищать суми витрат на їх досягнення. Передумовою визначення фактичної оцінки ефективності діяльності підприємства є необхідність вираховування суми витрат, які дали можливість одержати бажаний результат. Такими витратними елементами типового виробничого процесу визначаються засоби праці, предмети праці, робоча сила. Головним чином процес виробництва чи надання послуг визначає фінансову спроможність або економічну міцність підприємства, організаційні, управлінські, технологічні та інші фактори у вигляді нематеріальних ресурсів. Для оцінки витрат потрібно брати оцінку всіх без винятку елементів.

Визначення ефективності виробництва чи надання послуг зводиться до його результатів. Такими результатами можуть бути обсяги виготовленої продукції та наданих послуг у натуральному або вартісному виразі за умови відповідності їх суспільним запитам. Розмір цих результатів є ефектом і не дає можливості робити висновки про ефективність або неефективність діяльності. Для цього необхідне співвіднесення із витратами на отримання доходів (прибутку). Загальна методологія визначення ефективності формалізована співвідношенням ефекту (результату) та витрат (ресурсів) з обов'язковою умовою оцінки суспільно необхідного продукту та діяльності.

Таким чином ефективність підприємства засобів масової інформації – комплексний показник, який визначає раціональність використання основних,

оборотних фондів, трудових і фінансових ресурсів з урахуванням вартості нематеріальних активів протягом визначеного відрізка часу на створення суспільно необхідної інформаційної продукції або послуги.

Процес вимірювання очікуваного чи досягнутого рівня ефективності діяльності підприємства (організації) методологічно пов'язаний передусім із визначенням належного критерію і формуванням відповідної системи показників [2, с. 468].

Аналіз показав, що систему показників ефективності виробництва та надання послуг умовно розподіляють на п'ять груп. У межах першої оцінюють ефективність використання основних фондів, яка визначається такими головними показниками: фондовіддача, фондомісткість, рентабельність основних фондів. У деякі розрахунки вводять коефіцієнт інтенсивного використання обладнання та його змінності. До другої групи включають ефективність використання оборотних фондів, яка визначається коефіцієнтом оборотності, коефіцієнтом завантаження, тривалістю обороту, рентабельністю оборотних фондів. На третьому етапі розраховується ефективність використання трудових ресурсів такими показниками, як продуктивність праці, трудомісткість продукції, фондоозброєність. Четверта група формується показниками ефективності використання капітальних вкладень або інвестицій. До них відносять: коефіцієнт ефективності капітальних вкладень (інвестицій), термін окупності інвестицій. У межах п'ятої групи узагальнюють ефективність діяльності підприємства загалом нормою прибутковості та рентабельністю продукції. У деяких розрахунках використовується коефіцієнт ефективності застосовуваних ресурсів та економічної ефективності.

Крім того, ефективність діяльності підприємств інформаційної сфери або впливові фактори може бути досліджено за допомогою окремих методів формалізації, наприклад імітаційного моделювання, статистичних методів. Вони дозволяють будувати моделі процесів, визначати функціональну залежність опосередкованих впливів. Такі моделі доцільно випробувати в часі як для одного дослідження, так і для їх серії. При цьому результати визначатимуться випадковим характером процесів.

Будь-яка діяльність на всіх етапах її розвитку зіштовхується з об'єктивною необхідністю поліпшення ефективності. Вирішальним фактором виступає попит, який важко визначити, коли йдеться про інформаційний продукт чи послугу без прямого уречевлення. Соціально-культурна сфера характеризується в економіці неречовинним характером результатів праці [11, с. 33]. Саме підприємства культурної сфери в широкому сенсі цього поняття уміщують засоби масової інформації [11, с. 368]. Аналіз показав, що для визначення соціальної ефективності підприємств інформаційної сфери необхідне застосування соціологічних методів досліджень для вивчення громадської думки через проведення порівнянь, складання рейтингів.

У найзагальнішому вигляді соціологічне дослідження визначається як система логічних послідовних і методологічних, методичних і організаційно-технічних процедур, пов'язаних єдиною метою: отримати достовірні дані для того, щоб потім використати їх у практиці управління різними

сферами суспільного життя. Серед методів отримання таких даних є соціологічне опитування – найбільш поширений метод, за допомогою якого отримують майже 90% всього соціологічного матеріалу [12, с. 243]. Він скерований на ті сторони процесу, які приховані від зовнішнього погляду. Основа методу – пізнання і прийняття дослідником, як незалежних від людей, об'єктивно діючих законів, властивостей, зв'язків, що визначають функціонування і розвиток дійсності, а його сутність – засновані на знанні законів прийоми дослідження [13, с. 13].

На всі процеси, пов'язані з формуванням громадської думки та суспільної оцінки певних подій та явищ, визначально впливає розвиненість самого суспільства. Вона ж у свою чергу визначає попит на інформацію, на форму її представлення та подання і в такий спосіб регулює розвиток самих засобів інформації. Ефективність, ціль і форма використання речовини, енергії й інформації остаточно залежить від характеру суспільства, від властивої йому системи суспільних відносин [14, с. 4].

Суспільна оцінка діяльності телерадіомовних підприємств безпосередньо пов'язана з ефективністю їх дії. Для визначення ефективності роботи журналістики існує ціла низка наук, тому в межах однієї парадигми з'ясувати повну ефективність неможливо. Для цього потрібна злагоджена робота представників різних галузей науки про інформаційну діяльність. Найбільша частка роботи в цьому напрямку зосереджена на соціології журналістики. Аналіз показав, що питання ефективності – це перш за все розрахунок впливу кожного кроку діяльності підприємств інформаційної сфери на кінцевий результат – задоволення потреб різних прошарків аудиторії ЗМІ. Щоб інформаційна продукція та інформаційна послуга були ефективнішими, треба всебічно досліджувати аудиторію та її ставлення як до суб'єктів інформаційної діяльності (засобів комунікації), так і до засобів інформації. На єдності кількісної і якісної сторін ефективності засобів інформації формуються методи визначення дієвості. Найпоширеніші з них – спостереження та опитування.

Питання суспільної оцінки є складовою частиною проблеми визначення громадської думки, оскільки остання охоплює більше коло суспільних відносин. Дослідження громадської думки – це своєрідний спосіб з'ясування процесів наявної реальності, у тому числі – і суспільної оцінки діяльності підприємств інформаційної сфери. Використання соціологічних методів дозволяє забезпечити репрезентативність відомостей про функціонування громадської думки, зміни її стану; регулярність отримання відомостей у часі; оперативність їх обробки і аналізу; зіставлення даних про громадську думку, отриманих у різний час і різними способами; достатньо високу надійність інформації; задану глибину відбиття тощо.

Водночас соціологія громадської думки загалом має й помітні недоліки, які викривляють об'єктивність процесу визначення оцінки інформаційного продукту та послуги. Наприклад, недоліком анкетування та інтерв'ювання є те, що часто в них фіксується суб'єктивна думка, яка залежить від психологічного стану реципієнта в момент опитування.

Одним із різновидів методу опитування є метод експертних оцінок. Головною його особливістю, яка відрізняє від масового опитування, є залучення як респондентів осіб, найбільш компетентних у

досліджуваній царині, тобто експертів. За масових опитувань практично чим більша вибіркова сукупність, тим краще, критерієм є репрезентативність. В експертному ж опитуванні, у випадку збільшення кількості осіб, зарахованих до експертів, якість інформації не поліпшується, а погіршується. Це й визначає техніку збирання інформації, її аналізу та використання. Експертне опитування особливо ефективно під час діагностики, прогнозування, оцінки станів соціальних об'єктів, у прийнятті рішень. Важливим питанням є добір експертів. Від цього залежить цінність отриманих результатів. Добір експертів можливий такими методами: документальним, атестації, експериментальним, самооцінкою.

Ефективність використання інформації остаточно залежить від характеру суспільства, від властивої йому системи суспільних відносин. Найоптимальніші суспільні умови формуються в суверенній, незалежній, демократичній, соціальній та правовій державі. У такому випадку інформація слугує всьому суспільству і кожній окремій людині, спрямовується на розвиток гармонійної, обдарованої особистості [14, с. 4].

Підприємства інформаційної сфери повинні спрямувати свою діяльність на встановлення дійсних потреб аудиторії щодо інформації, досягнення справжньої поінформованості населення. Механізмами такого спілкування можуть бути опитування громадської думки з виходом на програми телебачення, експрес-інтерв'ю на вулицях, передачі зі "зворотнім зв'язком" [15, с. 446]. Усі ці шляхи спілкування з глядачами та слухачами мають слугувати перетворенню їх із пасивних споживачів інформації в активних співучасників інформаційного процесу.

Для підприємств із суспільними інтересами доцільно застосовувати систему оцінок, до якої, крім фінансових, входили б показники, що дають змогу оцінити ступінь досягнення поставлених цілей. Формування такої системи оцінок роботи суспільних підприємств дало б можливість з'ясувати шляхи найкращого досягнення їх цілей, дати об'єктивну оцінку діяльності [6, с. 138].

Таким чином, ефективними способами визначення суспільної оцінки стосовно діяльності телерадіоорганізацій є проведення соціологічних досліджень, порівнянь, складання рейтингів. Головними методами виступають спостереження та опитування. Важливим фактором, який обумовлює необхідність визначення оцінки діяльності інформаційних структур, є те, що вони є домінуючим джерелом отримання інформації.

Перспективними напрямками дослідження методології оцінки ефективності діяльності підприємств інформаційної сфери є визначення комплексу показників, які б включали результати соціологічних досліджень та фінансово-економічного аналізу.

Список літератури

1. Савицька, Г. В. *Економічний аналіз діяльності підприємства [Текст] : навч. посіб. – 3-тє вид., випр. і доп. / Г. В. Савицька. – К.: Знання, 2007. – 668 с. – (Вища освіта XXI століття)*
2. *Економіка підприємства [Текст] : підручник / [Под ред. С. Ф. Покропивного]. – К.: КНЕУ, – 1999. – 541 с.*

3. *Основи масово-інформаційної діяльності [Текст] : підручник / [А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іванов]. – К., 1999. – 634 с.*
4. *Луцій, О. П. Маркетинговий менеджмент [Текст] : навч. посіб. / О. П. Луцій, І. В. Новікова. – К. : Видавництво Європейського університету, 2005. – 95 с.*
5. *Корюкова, А. А. Информационный рынок: продукция, услуги, цены и ценообразование [Текст] / А. А. Корюкова. – М.: Коринф, 1992. – 108 с.*
6. *Білик, М. Д. Фінансові результати підприємств державного сектору економіки в умовах планування [Текст] / М. Д. Білик // Фінанси України. – 2006. – № 9. – С. 128–142.*
7. *Костюк, В. Н. Информация как социальный и экономический ресурс [Текст] / В. Н. Костюк. – М.: ИЧП "Издательство Магистр", 1997. – 156 с.*
8. *Социально-экономическая природа информационного продукта и информационного ресурса [Текст] / [Под ред. Д. Г. Плахотной]. – М.: Изд. МГУ, 1992. – 96 с.*
9. *Чечетов, М. Концептуальні засади управління об'єктами державної власності [Текст] / М. Чечетов, І. Жадан // Економіка України. – 2005. – № 3. – С. 20–31.*
10. *Малий бізнес та підприємництво в ринкових умовах господарювання [Текст] : навч. посіб. / [Л. І. Воротіна, В. Є. Воротін, Л. А. Мартинюк, Т. В. Черняк]; під ред. Л. І. Воротіна. – 3-є вид., доп. і перероб. – К. : Видавництво Європейського ун-ту, 2004. – 308 с.*
11. *Безгін, І. Д. Мистецтво і ринок [Текст] : нариси / Безгін І. Д. – К.: ВВП "Компас", 2005. – 544 с.*
12. *Лукашевіч, М. П. Соціологія [Текст] : навчальний посібник / М. П. Лукашевіч, М. В. Туленков; за заг. ред. М. В. Туленкова. – К.: МАУП, 1998. – 276 с.*
13. *Прохоров, Е. П. Исследуя журналистику [Текст] / Прохоров Е. П. – М.: РИП-Холдинг, 2005. – 202 с.*
14. *Арістова, І. В. Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти [Текст] : монографія / За загальною редакцією д-ра юрид. наук, проф. О. М. Бандурки / І. В. Арістова. – Харків: Вид-во Ун-ту внутр. справ, 2000. – 368 с.*
15. *Мащенко, І. Г. Телебачення України [Текст] : Том другий: Телебачення de jure / І. Г. Мащенко. – К.: Тетра, 2000. – 528 с.*

RESUME

Petrenko Volodymyr

General methodology of determination of efficiency of activity of enterprises of informative sphere

The necessity of research of efficiency of activity of facilities of mass communication is grounded. The feature of aims of enterprises with the socially necessary result of activity are considered. Essence and complication of estimation of efficiency of subjects of informative sphere is determined. The effective methods and indexes of estimation of social-necessary activity are generalized.

Стаття надійшла до редакції 22.02.2012 р.

РЕЗЮМЕ

Петренко Володимир

Общая методология определения эффективности деятельности предприятий информационной сферы

Обоснованно необходимость исследования эффективности работы средств массовой коммуникации. Определенно особенность целей предприятий с социально необходимым результатом деятельности. Рассмотрена сущность и сложность оценки эффективности субъектов информационной сферы. Обобщенно действенные методы и показатели оценки социально-необходимой деятельности. Определенно понятие "эффективность предприятий массовой информации".