

6. Міценко Н. Г. Ресурсний потенціал підприємства: сутність, структура, стратегія використання / Н. Г. Міценко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.9. – С. 193-198
7. Сабадирьова А.Л. Теоретичні основи організації виробничого потенціалу промислового підприємства / А.Л. Сабадирьова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. - №5. – Т.1. – С. 134-138
8. Талах В. І. Ефективність використання ресурсного потенціалу підприємства: методика та практика аналізу: монографія / В. І. Талах, Т. А. Талах – Луцьк: РВВ ЛНТУ, 2010. – 156 с
9. Шевров В. Ю. К вопросу формирования стратегии повышения эффективности использования ресурсного потенциала предпринимательской структуры / В. Ю. Шевров, И. Ю. Окольнішнікова // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2013. - №1 (т.7). – с. 130-135.
10. Шиян В.Й. Интегральные показатели эффективности использования ресурсного потенциала сельско-хозяйственных предприятий: лекция / В. Й. Шиян, А.В. Олейник. – Х.: Харьк. с.-х. ин-т им. В. В. Докучаева, 1989. – 40 с.

**Кирилко Н.М.,**

ст. викладач кафедри менеджменту

Київський національний університет технологій та дизайну

## **ПРИНЦИПИ АНАЛІЗУ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА-ЕКСПОНЕНТА**

Виставкові заходи не можна недооцінювати як важливі інструменти організації та управління виставковою діяльністю та маркетингу, які змогли досягти величезного цільового ринку за один раз. Протягом років організовані виставкові заходи забезпечили рівноправні ігрові умови, в яких підприємства малого, середнього бізнесу і підприємства лідери галузей мають можливості зібратися разом, щоб визначити ефективність та результативність участі у виставкових заходах.

Метою дослідження є визначення та узагальнення принципів аналізу виставкової діяльності саме підприємств-експонентів – активних учасників виставкових заходів.

Об'єктом дослідження є принципи аналізу виставкової діяльності підприємств-експонентів.

Вивчення проблем перегляду стратегій інноваційного розвитку підприємств та аналізу їх виставкової діяльності знаходить своє відображення у працях зарубіжних та українських вчених: Ансоффа І. А., М. Портера, Томпсона А. А. та Стрікленда А. Дж., М. Фрідмана та Б. С. Міллера, Я.Г. Крітсотакіса, А.Б. Крутіка, Л.Д. Фролова, А.С. Савоценка, В.І. Фарберова, І.М. Грищенко [2, с. 113-119], А.О. Касич [3, с. 66-69], Л.В. Лукашової, В.О. Пекаря та ін.

Варто зауважити що, важливою умовою в процесі організації виставкової діяльності та управління інноваційним розвитком підприємства-експонента є

дотримання принципів оцінювання виставкової діяльності підприємства-експонента

В ході проведеного дослідження було виокремлено три групи принципів аналізу виставкової діяльності підприємств-експонентів, а саме:

- I Принципи системи;
- II. Принципи розвитку
- III. Принципи управління (рис. 1).

Основними характеристиками першої групи є: по-перше, спроможність до змін структури і механізму функціонування підприємства-експонента (ПЕ) відповідно до участі у виставковій діяльності (ВД) під впливом зовнішнього середовища; по-друге, зміна параметрів елементів системи управління ВД ПЕ під впливом зовнішнього оточення і ресурсного забезпечення.

Друга група включає в себе: 1) забезпечення своєчасного інформування, наявність адекватних методів і моделей обробки інформації на всіх етапах участі у виставковій діяльності підприємства-експонента (довиставкової, виставкової та поствиставкової); 2) постійну активізацію всіх рівнів управління ВД ПЕ та вплив економічних та суспільних критеріїв ефективності на їх розвиток; 3) критерій оптимальності управлінського рішення щодо участі ПЕ у ВЗ; 4) забезпечення мінімальних витрат ресурсів ПЕ; 5) дотримання умов фінансової, ресурсної та соціальної забезпеченості підприємства-експонента та ін.; 5) пріоритетність в управлінні розвитком економічних систем на основі активізації інноваційних процесів підприємства-експонента.

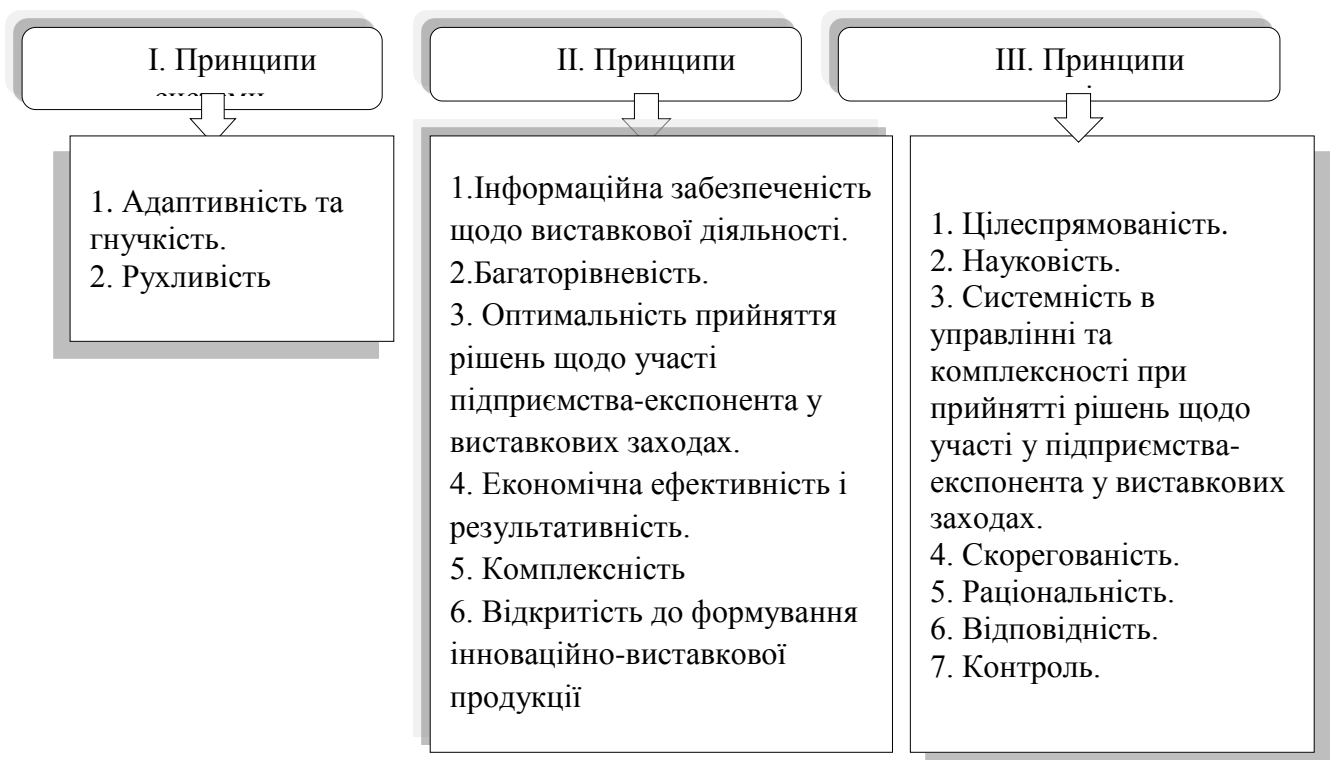


Рис. Характеристика принципів аналізу виставкової діяльності підприємства-експонента

Джерело: сформовано автором на основі [1, 3-6]

Третя група зосереджена на : об'єднанні дій з метою покращення ділової репутації та впізнаності підприємства-експонента за рахунок участі у виставкових заходах; здійсненні аналізу суперечливих концепцій і поглядів відносно вибору варіанта альтернативного рішення; оцінці структури як системи, що складається із безлічі елементів як цілісний об'єкт управління участю ВД ПЕ; досягненні ефективності розвитку підприємства-експонента; обґрунтованості управлінських рішень щодо завдань управління елементами системи; визначенні економічної ситуації на підприємстві-експоненті з урахуванням світових тенденцій виставкового бізнесу; здійсненні постійного контролю за процесом впровадження управлінських рішень щодо участі підприємства-експонента у виставкових заходах з урахуванням адаптації до змін внутрішнього та зовнішнього середовища.

Принципи оцінювання виставкової діяльності підприємства-експонента спрямовані на регламентацію процедур моніторингу та формування їх методичної основи.

Результати даного дослідження можуть бути корисні для потенційних підприємств-експонентів, які будуть використовувати дані принципи аналізу виставкової діяльності для ефективного та якісного просування своєї продукції чи послуг на всіх етапах виставкових заходів (довиставковому, виставковому та поствиставковому). Підприємства-експоненти мають змогу визначити, чи була їх організація участі у виставковій діяльності доречною та результативною.

Отже, для обґрунтування аналізу результативності ВД підприємства-експонента в контексті інноваційної діяльності необхідно використовувати принципи дослідження інноваційного розвитку підприємства-експонента, які можуть застосовуватись на мікрорівні, зокрема принципи систем, розвитку, управління підприємством-експонентом.

Це дасть можливість вибудувати організацію аналітичних процедур щодо оцінки результативності ВД на підприємстві-експоненті з урахуванням вимог сучасної науки і практики та забезпечити синхронізацію та інтеграцію інноваційних процесів на мікрорівні у відповідності до тенденцій розвитку зовнішніх факторів підприємства-експонента.

### Література

1. Гусев Е. Б. Выставочная деятельность в России и за рубежом: учебно-метод. пособие / Е. Б. Гусев, В. А. Прокудин, А. Г. Салащенко ; под ред. академика РАН Н. П. Лаверова. – М. : Изд. торг. корп. «Дашков и К», 2005. – 516 с.
2. Грищенко І. М. Ринкові аспекти виставкової діяльності в Україні на сучасному етапі / І. М. Грищенко, Н. А. Крахмальова // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 9 (63). – С. 113-119.
3. Касич А.О. Інноваційна продукція як основа підвищення конкурентоспроможності підприємств України /Касич А.О., Назарова М.В., Климович Т.А. // Держава та регіони: науково-виробничий журнал. – 2008. – № 2. – С. 66–69.

4. Кирилко Н. М. Виставкова діяльність – джерело генерування нової продукції та технологій промислових підприємств / Н.М. Кирилко // Матеріали ІV Міжнародної науково-технічної конференції молодих вчених та студентів, 25-26 листопада 2015 року. Т.2. – Тернопіль, 2015. – С. 195-196.

5. Кирилко Н. М. Підвищення ефективності виставкової діяльності підприємства-експонента на основі планування витрат / Н. М.Кирилко, Н. Д.Гуріна // Теоретико-методичні засади функціонування підприємств легкої промисловості України на базі оптимізації системи управління витратами : монографія / за ред. Ю. В. Гончарова. – К., 2014. – [Розд.6.1]. – С. 267-281.

6. Офіційний сайт Інтернет університету інформаційних технологій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.intuit.ru/department/database/datamining/9/](http://www.intuit.ru/department/database/datamining/9/).