

УДК 338.45

ББК 65.30

Троянова Елена Николаевна,
candidate of economic sciences,
associate professor of the department
of industrial management and economics
of power engineering
of Novosibirsk State Technical University
Novosibirsk,
e-mail: elena9671@mail.ru

Троянова Елена Николаевна,
канд. экон. наук,
доцент кафедры производственного менеджмента
и экономики энергетики
Новосибирского государственного
технического университета,
г. Новосибирск,
e-mail: elena9671@mail.ru

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ С УЧЕТОМ РЫНОЧНОЙ СИТУАЦИИ

METHODS OF ESTIMATION OF THE COMPANY OPERATION EFFICIENCY WITH REGARD TO THE MARKET SITUATION

В статье представлена разработанная автором методика оценки эффективности деятельности предприятия с учетом рыночной ситуации. Для получения обобщающего коэффициента оценки эффективности деятельности предприятия в рамках существующих методик предложен расчет интегрального показателя, включающий в себя оценочные составляющие внешней и внутренней эффективности, а также коэффициент сравнительной рентабельности. Обоснован методический подход к определению системы основных рыночных факторов, оказывающих влияние на эффективность, с учетом специфики деятельности хозяйствующего субъекта, а также использование результатов моделирования влияния рыночных факторов на эффективность деятельности предприятия для стратегического планирования и прогнозирования поведения предприятия на рынке.

The article presents the method developed by the author for assessment of the company operation effectiveness taking into account the market situation. To obtain the generalized coefficient of the company operation effectiveness assessment within the framework of existing methods, calculation of integral index is proposed, which includes evaluation components of external and internal effectiveness, as well as the comparative cost-effectiveness ratio. Methodological approach to definition of the basic market factors system is justified, which affect efficiency with regard to specificity of the economic entity operation, as well as the use of results of simulation of the market factors influence on the company operation effectiveness for strategic planning and forecasting the company behavior at the market.

Ключевые слова: эффективность деятельности, промышленное предприятие, рыночные факторы, рентабельность, прогнозирование, стратегическое планирование, интегральный показатель, внешняя и внутренняя эффективность, методика оценки эффективности, коэффициент сравнительной рентабельности.

Keywords: operation efficiency, industrial enterprise, market factors, profitability, forecasting, strategic planning, integrated indicator, external and internal efficiency, methods of effectiveness evaluation, comparative cost-effectiveness ratio.

Современные условия развития российской экономики характеризуются интенсивным развитием рыночных отно-

шений. В этих условиях оценка экономической эффективности деятельности предприятия является важной задачей как для собственников предприятий, так и для других субъектов рыночной экономики. Темпы развития различных отраслей национальной экономики, технического прогресса, рост производительности труда, решение важнейших социальных проблем в значительной мере зависят от деятельности реального сектора экономики — промышленности. Все это порождает объективную необходимость разработки принципиально новых подходов к теоретическим и методологическим проблемам оценки эффективности деятельности промышленных предприятий [1].

Представленная методика включает в себя внутренние показатели оценки эффективности деятельности предприятия и оценку влияния рыночных факторов (рис. 1). В настоящее время в традиционных методиках оценки эффективности влияние рыночной среды не нашло своего отражения.

Основная цель методики — обеспечение взаимодействия всех элементов системы для организации проведения оценки влияния внешних рыночных и внутренних факторов с целью получения конечных результатов, способствующих контролю возможности повышения уровня эффективности деятельности [2].

Основной ее задачей на предприятии является непрерывное наблюдение за показателями деятельности и на основе полученных результатов информирование руководства о возможном наступлении снижения уровня эффективности на предприятии.

Предлагаемая методика включает в себя нижеследующие этапы.

1 этап.

Сбор и обработка исходной информации

Проводится изучение бухгалтерской (финансовой) отчетности предприятия за предшествующие и текущий периоды. Бухгалтерская (финансовая) отчетность как единая система данных об имущественном и финансовом положении организации и о результатах ее хозяйственной деятельности используется как внешними, так и внутренними пользователями информации о работе организации в качестве основного источника как в целом для финансового анализа, так и для оценки эффективности деятельности в частности. Достоверность такого анализа, возможность объективной оценки результатов деятельности организации с помощью определенной системы показателей полностью зависят от качества и полноты отчет-

ной информации, предоставления ее пользователям всех необходимых для анализа данных.

На этом же этапе применяем метод экспертных оценок для отбора наиболее значимых внешних рыночных факторов, оказывающих влияние на эффективность деятельности предприятия. Особенность метода состоит в последовательном индивидуальном анонимном опросе экспертов. Такая мето-

дика исключает непосредственный контакт экспертов между собой и, следовательно, групповое влияние, возникающее при совместной работе и состоящее в приспособлении к мнению большинства. Цель метода экспертных оценок — опираясь на опыт, знания, компетенцию руководителей-практиков, выявить внешние рыночные факторы, существенно влияющие на эффективность деятельности предприятия.



Рис. 1. Методика оценки эффективности деятельности предприятия с учетом рыночной ситуации (составлена автором)

Групповая оценка может считаться достаточно надежной только при условии хорошей согласованности ответов экспертов. Для этого используем коэффициент конкордации. Он применяется в экспертных оценках для определения согласованности мнений экспертов в распределении мест рангов между исследуемыми факторами или объектами по их приоритетности.

М. Кэндэллом предложен показатель согласованности, или коэффициент конкордации (K), определяемый как:

$$K = \frac{S}{S_{\max}} \quad (1)$$

Коэффициент конкордации изменяется в диапазоне $0 < K < 1$, причем 0 соответствует несогласованности,

а 1 — полной согласованности. Если значение коэффициента конкордации превышает 0,40—0,50, то качество оценки считают удовлетворительным, если 0,70—0,80 — высоким [Там же. С. 127—129].

II этап.

Расчет и оценка динамики эффективности деятельности предприятия

Проводится оценка эффективности деятельности на основе действующих в настоящее время методик с применением финансовых коэффициентов. Основываться она может на расчете и анализе определенного набора коэффициентов, которые наиболее адаптированы к особенностям функционирования конкретного предприятия (табл.).

Таблица

Показатели рентабельности предприятия

Название	Формула	Характеристика
Рентабельность продаж	Рентабельность продаж = Чистая прибыль/ Выручка	Показывает долю прибыли в каждом заработанном рубле. Обычно рассчитывается как отношение чистой прибыли (прибыли после налогообложения) за определенный период к выручке.
Рентабельность собственного капитала	Рентабельность собственного капитала = Чистая прибыль/Средняя величина собственного капитала за период	Показывает отдачу на инвестиции с точки зрения чистой прибыли.
Рентабельность капитала	Рентабельность капитала = Прибыль до выплаты процентов и налогов/ (Совокупные активы — Текущие обязательства)	Отражает эффективность и доходность капитальных инвестиций компании.

В современных условиях отсутствия репрезентативности информации о прибыли до налогообложения и чистой прибыли предлагаем ввести новый показатель оценки эффективности деятельности предприятия. В качестве результата представлена валовая прибыль (выручка предприятия без НДС за минусом себестоимости), а в качестве затрат — себестоимость продукции.

Это обусловлено тем, что показатели рентабельности представляют собой отношение полученного конечного результата деятельности (прибыли) к вложенным или затраченным ресурсам.

Себестоимость продукции находится во взаимосвязи с показателями эффективности производства. Она отражает большую часть стоимости продукции и зависит от изменения условий производства и реализации продукции. Существенное влияние на уровень затрат оказывают технико-экономические факторы производства. Данное влияние проявляется в зависимости от изменений в технике, технологии, организации производства, в структуре и качестве продукции и от величины затрат на ее производство [3].

Из этого следует, что предлагаемый показатель отношения валовой прибыли как результата деятельности к себестоимости реализованной продукции в полной мере и наравне с существующими показателями рентабельности может применяться для оценки эффективности деятельности предприятия.

Для того чтобы более объективно оценить эффективность деятельности конкретного предприятия, необходимо провести сравнительный анализ со среднеотраслевыми показателями пищевой промышленности с помощью коэффициента сравнительной рентабельности:

$$R_{сравн.} = \frac{R_{нр.}}{R_{отр.}}, \quad (2)$$

где: $R_{сравн.}$ — рентабельность сравнительная;
 $R_{нр.}$ — рентабельность предприятия;

$R_{отр.}$ — рентабельность среднеотраслевая.

Коэффициент сравнительной рентабельности позволяет оценить эффективность деятельности предприятия в сравнении со среднеотраслевым показателем. Это дает возможность предприятию использовать для сравнения внутренние показатели и факторы, а также проводить оценку своей деятельности относительно внешних данных, вследствие чего полученные результаты более объективны.

Если $R_{сравн.} < 1$, эффективность деятельности предприятия ниже, чем среднеотраслевая, а если выполняется условие $R_{сравн.} > 1$, эффективность деятельности предприятия выше среднеотраслевой. При $R_{сравн.} = 1$ эффективность деятельности предприятия на уровне среднеотраслевой эффективности [2, с. 131—132].

Любое предприятие является открытой системой, и оценку его эффективности нельзя производить вне сложных и динамических взаимоотношений с внешней рыночной средой. Рынок — самый существенный внешний фактор воздействия, поэтому необходимо оценивать все основные его элементы в совокупности с внутренними факторами предприятия, влияющими на эффективность его деятельности.

Для получения обобщающего коэффициента оценки эффективности деятельности предприятия в рамках существующих методик предложен расчет интегрального показателя уровня эффективности; он включает в себя четыре показателя: два показателя оценки относительно внешней рыночной среды функционирования предприятия — доля рынка и сравнительный коэффициент рентабельности, два других — рентабельность продаж и рентабельность собственного капитала, оценивающие эффективность деятельности предприятия с точки зрения его внутренней среды:

$$\varepsilon_{нр} = \frac{R_{нн}}{R_{отр}} \times \frac{T/Об_{нр}}{E_p} \times \frac{Pr}{V_{нр}} \times \frac{Pr}{K_{соб}}, \quad (3)$$

где: $\varepsilon_{нр}$ — эффективность деятельности предприятия;
 $R_{нр}$ — рентабельность предприятия;
 $R_{отр}$ — рентабельность среднеотраслевая;
 $T/об$ — товарооборот предприятия;
 E_p — емкость рынка;
 Pr — прибыль;
 $V_{нр}$ — выручка предприятия;
 $K_{соб}$ — собственный капитал.

Для оценки проведенных расчетов интегрального показателя необходимо применять шкалу уровня эффективности, для ее построения рассчитаем шаг интервала (h) по формуле:

$$h = \frac{Z_n \max - Z_n \min}{n}, \quad (4)$$

где: $Z_n \max$ — максимальное значение интегрального показателя;
 $Z_n \min$ — максимальное значение интегрального показателя;
 n — количество групп [Там же. С. 133].

III этап.

Построение модели влияния внешних рыночных факторов на уровень эффективности деятельности предприятия

Для того чтобы определить, насколько эффективно осуществляло свою деятельность предприятие на определенном временном интервале, и в соответствии с этим выстроить дальнейший прогноз, следует проводить оценку эффектив-

ности с точки зрения влияния факторов внешней среды его функционирования.

Для этого с помощью экспертного опроса были определены основные рыночные факторы, которые оказывают влияние на эффективность деятельности предприятия. Предлагаемые внешние рыночные факторы, оказывающие влияние на эффективность деятельности предприятия, можно сгруппировать по четырем группам (рис. 2):

1. Маркетинговые факторы: емкость рынка, доля рынка предприятия, рекламный бюджет.

2. Социально-экономические факторы: фонд потребления (или покупательные фонды), импорт продовольственных товаров и сырья.

3. Ценовые факторы: уровень потребительских цен, уровень инфляции.

4. Инвестиционные факторы: инвестиции.

Первоначально необходимо оценить величину рынка, в котором существует предприятие. Для этого определяется емкость рынка, то есть объем реализуемого в регионе товара, аналогичного тому, который производит предприятие. Оценка динамичности этого показателя позволит выявить тенденцию функционирования регионального рынка, поможет спрогнозировать его дальнейшее развитие и относительно него оценить деятельность конкретного предприятия.



Рис. 2. Взаимосвязь рыночных факторов и их влияние на эффективность деятельности предприятия (составлено автором)

Место предприятия на рынке оценивается с помощью такого показателя, как его доля. Это удельный вес продукции конкретного предприятия в совокупном объеме реализованного товара на рынке. Развитие этого показателя в динамике позволяет определить, насколько эффективно развивалась деятельность предприятия по отношению к изменению рынка в целом. Доля фирмы на рынке определяется как отношение товарооборота фирмы (T_i) к общему объему продаж на рынке ($\sum T_i$):

$$\delta_i = \frac{T_i}{\sum T_i} \quad (5)$$

Наряду с количественным измерением доли может быть получена ее качественная характеристика (большая доля, средняя, небольшая и т. п.). Она базируется на сопоставлении доли, принадлежащей данной фирме, и доле, принадлежащей наиболее крупным конкурентам [Там же. С. 134—136].

Проведенная оценка внутренних показателей эффективности за определенный период может иметь положительную динамику развития, однако оценка по отношению к рынку может показать обратный результат. Рост емкости рынка будет быстрее и значительнее, чем изменение доли рынка предприятия. Это отставание будет свидетельствовать о снижении эффективности и, в свою очередь, потребует корректировки программы стратегического развития предприятия.

Важным фактором, оказывающим влияние на эффективность деятельности предприятия, является его рекламный бюджет. Все предприятия, которые решают инвестировать средства в рекламу, сталкиваются с проблемой определения оптимального количества денежных средств, которые следует потратить на рекламу.

В любом случае уровень эффективности рекламы оценивается в соответствии с изменением уровня продаж. В настоящее время существует несколько методик определения рекламного бюджета.

Проведя оценку рынка и положения конкретного предприятия на нем, необходимо проанализировать структуру рынка по конкретному товару. Для этого нужно изучить динамику развития рынка по двум направлениям:

- местное производство;
- импортные поставки.

Важность влияния этого показателя на эффективность деятельности предприятия подтверждается исторически. Так, в начале 90-х годов активная либерализация внешней торговли и открытие российского внутреннего рынка для международной конкуренции привели к ряду негативных последствий в развитии российской промышленности: значительное сокращение производства привело к тому, что многие российские предприятия утратили свои позиции на рынке.

Во многих отраслях значительно возросла доля импорта, особенно в перерабатывающей и пищевой промышленности, и в конечном счете большинство предприятий утратили свои позиции на традиционных и наиболее емких рынках сбыта.

В действительности рыночных факторов на эффективность деятельности предприятия ведущая роль принадлежит ценам. Для оценки влияния ценового фактора на эффективность деятельности необходимо использовать такой показатель, как уровень цен. Это обобщающий показатель, характеризующий состояние цен за определенный период времени на определенной территории по совокупности товаров с близкими потребительскими свойствами (статистика рынков товаров и услуг).

Взаимосвязанным с показателем уровня цен является показатель инфляции. В рыночной экономике инфляция — это объективный процесс, ее влияние на уровень эффективности деятельности предприятия необходимо оценивать наравне с другими факторами.

Очевидна и связь инфляции с уровнем жизни населения. Под уровнем жизни понимается обеспеченность населения необходимыми материальными благами и услугами, достигнутый уровень их потребления, степень удовлетворения физических, материальных и духовных потребностей.

С точки зрения влияния на эффективность необходимо рассматривать показатели платежеспособности населения и потребительских расходов. Эффективность деятельности предприятия взаимосвязана прежде всего с динамикой изменения расходов на приобретение товаров и услуг для использования в домашнем хозяйстве.

Для изучения влияния потребительских расходов на эффективность деятельности промышленного предприятия необходимо учитывать отраслевой фактор, поскольку в данном случае важна сфера деятельности конкретного предприятия (то есть производство каких именно — продовольственных или непродовольственных — товаров является для него основным видом деятельности).

Современные исследования показали, что в бюджете домохозяйств затраты на потребление продовольственных товаров составляют более 50% всех расходов и доля постепенно увеличивается. Это свидетельствует о степени уровня жизни.

Структура потребительских расходов распределяется по социальным группам населения с разными доходами. Чем выше среднедушевой расход, тем больше возможность увеличить потребление продовольственных товаров.

Для учета влияния динамики изменения покупательных фондов на эффективность деятельности предприятия необходимо рассматривать показатель уровня среднедушевого потребления (К):

$$K = F/S, \quad (6)$$

где: F — фонд потребления;
S — среднегодовая численность населения.

Из данного показателя следует, что одним из составляющих его является среднегодовая численность населения, поэтому можно утверждать, что ее изменение также значимо.

Для того чтобы оценить влияние этих факторов на эффективность деятельности предприятия, необходимо разделить их на две группы:

1. Управляемые, то есть те факторы, которые может регулировать само предприятие. К ним относятся доля рынка предприятия, рекламный бюджет.

2. Неуправляемые, воздействие которых не регулируется и не зависит от деятельности предприятия. К ним относятся емкость рынка, покупательные фонды населения, структура товарного рынка, уровень цен на продукцию, коэффициент инфляции, инвестиции в отрасль.

Для измерения влияния предложенных факторов на эффективность деятельности предприятия необходимо применить корреляционный анализ, поскольку взаимосвязь между ними является неполной и вероятностной. Рассматриваемый этап состоит из нескольких составляющих подэтапов:

1) определяются факторы, которые оказывают существенное влияние на эффективность. Для этого исчисляется коэффициент корреляции и на основе шкалы Чеддока определяются показатели, у которых связь наиболее тесная или заметная;

2) следующим шагом является построение однофакторной модели корреляционного анализа.

IV этап

Использование результатов моделирования влияния рыночных факторов на эффективность деятельности предприятия для стратегического планирования и прогнозирования поведения предприятия на рынке. С этой целью в полученное уравнение связи необходимо подставить прогнозный уровень факторных показателей и оценить изменение результативного признака, то есть эффективности [Там же. С. 143—145].

По направлениям прогнозы подразделяются на два типа — поисковые и нормативные. Поисковый, или, как еще его называют, генетический, прогноз основывается на условном продолжении в будущее тенденций развития исследуемого объекта в прошлом и настоящем и отвлекается от условий (факторов), способных изменить эти тенденции.

Нормативный, или целевой, прогноз в отличие от поискового разрабатывается на базе заранее определенных целей. Его задача состоит в том, чтобы определить пути и сроки достижения возможных состояний объекта прогнозирования в будущем, принимаемых в качестве целей. В то время как поисковый прогноз при определении будущего состояния объекта прогнозирования отталкивается от его прошлого и настоящего, нормативный прогноз разрабатывается в обратном порядке: от заданного состояния в будущем к существующим тенденциям и изменениям в свете поставленной цели [4].

Разработка прогнозов будущего состояния условий

хозяйствования включает оценку предстоящей конъюнктуры рынка (для краткосрочных прогнозов) и тенденций изменения рынка и его контрагентов (для средне- и долгосрочных прогнозов). В методическом плане важно обеспечить сопряжение звеньев цепи «прогноз — план» за счет установления периодов прогнозирования в соответствии с задачами планирования. В процессе разработки стратегии действий следует уделять достаточное внимание и долгосрочным, и краткосрочным из них с целью исключения доминирования каких-либо аспектов. По этой причине прогнозы проводятся как с кратко-, так и с долгосрочными периодами упреждения (рис. 3).



Рис. 3. Прогнозирование уровня эффективности деятельности предприятия с учетом рыночной ситуации (составлено автором)

Методологически при средне- и долгосрочном прогнозировании не учитываются частные и случайные факторы развития рынка; чем длительнее прогнозный период, тем более обобщенным становится прогноз, а факторы воздействия на конъюнктуру рынка уступают место факторам, формирующим длительные, существенные тенденции рынка [5].

Изменившаяся внешняя среда и рыночное окружение формируют потребность использовать при оценке экономической эффективности деятельности предприятия не только его внутренние данные, но и данные, получаемые с помощью рыночных исследований. В современных условиях хозяйствования необходимо, чтобы показатели оценки эффективности деятельности учитывали все релевантные параметры внешней среды, включая рыночную конъюнктуру, изменение макроэкономических показателей, а также влияние государственного регулирования отдельных рыночных факторов. Предложенная методика оценки эффективности деятельности промышленного предприятия с учетом рыночной ситуации предоставляет возможность своевременно отмечать и прогнозировать влияние внешних рыночных факторов на эффективность деятельности конкретного предприятия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз. М.: Финансы и статистика, 2010. 320 с.
2. Троянова Е. Н. Совершенствование методов управления эффективностью деятельности предприятия: дис. ... канд. экон. наук. Саратов, 2010. 204 с.
3. Горбунова Е. Г., Шамрай Л. В. Оценка результативности управленческих решений по критериям экономической эффективности // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2014. № 2 (27). С. 181—186.
4. Коняшова А. В., Мерзликina Г. С. Методика оценки уровня экономической устойчивости развития предприятия // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2012. № 4 (21). С. 174—179.
5. Николаев Ю. Н. Экономическая оценка условия безубыточной и эффективной деятельности предприятия // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2010. № 1 (11). С. 91—98.

REFERENCES

1. Belyaevskiy I. K. Marketing research: information, analysis, forecasts. M.: Finance and statistics, 2010. 320 p.
2. Troyanova E. N. Improving the company operation effectiveness management methods: dissertation of the candidate of economics. Saratov, 2010. 204 p.
3. Gorbunova E. G., Shamray L. C. Assessment of the impact of management decisions on the criteria of economic efficiency // Business. Education. Law. Bulletin of the Volgograd Business Institute. 2014. № 2 (27). P. 181—186.
4. Konashova A. V., Merzlikina G. S. Methodology of assessment of the level of economic sustainability of the enterprise // Business. Education. Law. Bulletin of the Volgograd Business Institute. 2012. № 4 (21). P. 174—179.
5. Nikolaev Yu. N. Economic assessment of break-even conditions and efficient operation of the enterprise // Business. Education. Law. Bulletin of the Volgograd Business Institute. 2010. № 1 (11). P. 91—98.