

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Авходеев Ильфат Рафхатович

магистрант Тюменского индустриального университета, РФ, г. Тюмень

Обзор литературы по данной теме показывает, что единой системы методических приемов оценки эффективности деятельности коммерческих предприятий не существует. Поданной теме существует множество вопросов и возражений, и каждый эксперт имеет свою точку зрения. По результатам экспертизы предложенных концепций оценки сформирован перечень подходов, наиболее полно охватывающих основные критерии экономической эффективности промышленных предприятий. Рассмотрение классификации инвестиционных проектов позволило выявить наиболее распространенные подходы в оценке инвестиционных проектов и сформулировать основные принципы каждого подхода. Результаты работы могут быть использованы для анализа инвестиционных проектов, осуществляемых на промышленных предприятиях, для разработки инвестиционной политики организации и формирования системы управления инвестиционной деятельностью. Несмотря на очевидные различия в описанных ниже подходах, их всех объединяет то, что оценка коммерческой эффективности компании - это систематическая процедура, направленная на определение того, насколько эффективно деятельность компании использует имеющиеся в ее распоряжении ресурсы. Во-первых, необходимо определить понятие "операционная эффективность". В экономической литературе предлагаются различные взгляды на то, как оценивать организационную эффективность.

1. Показатели эффективности помогают анализировать деятельность компании как целостной и динамичной системы, характеризуя организацию как с точки зрения текущих показателей, так и будущих результатов, и обеспечивая всесторонний анализ организации с различных точек зрения (например, потребителей, инвесторов, сотрудников).

2. Структурный подход Куросавы к предприятию. Он состоит из трех компонентов: оценка экономических показателей фирмы, качественная оценка и оценка экономических показателей отрасли.

3. Способ экспресс - оценки эффективности. Экспресс-анализ дает обзор деятельности предприятия и позволяет достаточно быстро оценить экономическое положение компании. Он включает в себя следующие виды анализа:

Оценка экономической целесообразности. В нем оценивается размер предприятия (малое, среднее или крупное) с учетом финансовых и экономических критериев. Этот вид анализа включает показатели, характеризующие состояние основных фондов и оценивающие степень свободы в использовании основных фондов.

Для быстрой оценки финансово-экономической устойчивости используются такие числовые показатели, как уставный капитал, собственный капитал, чистые активы, основные обязательства, краткосрочная дебиторская задолженность и кредиты, кредиторская задолженность, собственные оборотные средства.

Характеристики "больных" статей отчетности, предупреждающие о проблемах компании, включают финансовый дефицит, отрицательную чистую стоимость, просроченную дебиторскую и кредиторскую задолженность, просроченные кредиты и займы, а также просроченные выданные и полученные векселя.

Концепции, измеряющие эффективность деятельности компании, включают доходность капитала (%), доходность активов (%), производительность труда и среднегодовую заработную плату.

Характеристика движения ключевых показателей компании (объем основных средств, объем продаж, количество сотрудников и чистый доход). Данный подход обусловлен применением "Золотого правила экономики". Это золотое правило систематизирует следующие взаимосвязи в анализе: критерием того, что предприятие функционирует хорошо, является наиболее быстрый темп роста финансово-экономических показателей по сравнению с темпом роста цен, а также наиболее быстрый темп роста результатов деятельности по сравнению с темпом роста объема применяемых ресурсов.

Исследование оценки стоимости компании: изучение соотношения капитала компании и полученных результатов (если показатели компании ниже среднего, то она недооценена, если выше - переоценена).

4. Бенчмаркинг - это процесс сравнения деятельности организации с лучшими компаниями на ее рынке или в отрасли и проведение необходимых реформ для получения и поддержания конкурентного преимущества. Бенчмаркинг может быть, как совместным, так и конкурентным. Это очень эффективная система для заблаговременного обнаружения проблем, с которыми могут столкнуться компании.

Все доктрины и методологии, объясняющие понятие "эффективность", предписывают показатели для анализа, сравнения и оценки деятельности компаний; по мнению А.М. Фридмана, эффективность компании определяется в первую очередь соотношением относительных показателей рентабельности. Существуют различные точки зрения на вопрос оценки эффективности деятельности предприятий, но в самом общем и удобном виде система показателей, рекомендованная Г.В. Савицкой:

1. Показатели, характеризующие темпы развития предприятия, такие как:

- темпы прироста совокупных активов,
- объема продаж,
- прибыли,
- собственного капитала.

2. Показатели, характеризующие уровень доходности бизнеса:

- Рентабельность собственного капитала;
- Рентабельность продаж;
- Коэффициент окупаемости затрат.

Данный метод не является совершенным и не учитывает все характеристики трейдера, влияющие на эффективность работы. Поэтому И.В. Кальницкая и М.В. Максимочкина в своей публикации предлагают добавить к приведенному выше списку показателей следующие:

- Общая экономическая рентабельность компании = общая валовая или чистая прибыль, деленная на чистые продажи, что представляет собой валовую или чистую прибыль на единицу продаж.;
- Индекс эффективности торгового зала = прибыль от продаж, деленная на объем продаж, что показывает величину прибыли от продаж на единицу продаж.

В своей работе В.В. Авдеев отметил, что помимо прямых показателей прибыли, косвенные критерии в отрасли торговых компаний, т.е. сумма прибыли на балансе организации и сумма чистой прибыли, остающейся в ее распоряжении после уплаты обязательных налогов на основе рентабельности капитала на единицу продаж и инвестированного капитала, часто свидетельствуют об эффективности капитальных вложений. Он отметил, что это часто свидетельствует об эффективном использовании капитальных вложений. Оценка коэффициентов рентабельности должна проводиться в сочетании с анализом кредитного качества, ликвидности, оборачиваемости запасов, дебиторской и кредиторской

задолженности. Таким образом, анализ показателей рентабельности становится более четким и показывает реальное финансово-экономическое положение предприятия.

Восприятие корпоративной эффективности выходит далеко за рамки финансовых и экономических показателей. Конкретные темы и решения для стратегий корпоративного совершенствования требуют всестороннего и целостного углубленного изучения корпоративной эффективности для выявления сильных и исправления слабых сторон, поскольку ситуация в каждой компании индивидуальна. В рамках системы, в которой функционирует компания, оценка эффективности является важным элементом повышения качества работы организации. Задача улучшения экономических показателей является центральной для каждого предприятия. Конкурентоспособность каждой компании и ее способность устойчиво функционировать в любых рыночных условиях зависит от качества принимаемых ею решений о финансовой устойчивости. Руководители предприятий должны искать пути повышения эффективности работы своих компаний путем диверсификации использования основных фондов, повышения эффективности, снижения затрат и повышения конкурентоспособности предоставляемых услуг.

Список литературы:

1. Авдеев В.В. Оценка финансового состояния торговых предприятий//Финансовые и бухгалтерские консультации. – 2008. – № 8.
2. Волков В.П., Ильин А.И., Станкевич В.И. Экономика предприятия: учебное пособие. – М.: Новое издание, 2004. – 672 с.
3. Гурышев А.П. Оценка эффективности деятельности предприятия через использование финансовых и нефинансовых показателей // Менеджмент в России и за рубежом. – 2007. – № 5.
4. Кальницкая И.В., Максимочкина М.В. Оценка эффективности и результативности деятельности организаций // Наука и современность. – 2010. – № 5-3.
5. Савицкая Г.В. Анализ эффективности деятельности предприятия: методологические аспекты. – М.: Новое издание, 2004. – 160 с.
6. Фридман А.М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского сообщества. – М.: Дашков и К, 2007. – 628 с.
7. Халиков М.А., Максимов Д.А. Об одном подходе к анализу и оценке ресурсного потенциала предприятия //Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 11-2. С. 296-300.