

УДК 339.1:338.314:065.926.131

Ю.Н.Королева,

Красноярский государственный торгово-экономический институт,
г. Красноярск, Российская Федерация

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В статье рассматриваются методические подходы к определению эффективности деятельности предприятия торговли экономистами различных периодов становления экономики. На основе анализа и обобщения выявляются проблемы и нерешенные задачи данной области научных исследований.

У статті розглядаються методичні підходи до визначення ефективності діяльності підприємств торгівлі економістами різних періодів становлення економіки. На основі аналізу і узагальнення виявлено проблеми і нерозв'язані завдання цієї галузі наукових досліджень.

In the article are considered the methodological approaches to determining the effectiveness of the enterprise trade by economists of different periods of economy formation. On the basis of the analysis and synthesis of identified problems and unsolved problems in this field of research.

Ключевые слова: эффективность, эффективность торговли, эффективность торгового предприятия, оценка эффективности.

В современных условиях становления рыночных отношений в экономике России предприятия функционируют в условиях полной самостоятельности, вследствие чего оценка эффективности деятельности, выявление причинно-следственных связей между полученными результатами и затраченными ресурсами является необходимым условием достижения коммерческого успеха на рынке [1, с.5]. Определение эффективности деятельности предприятия – непереносимое условие конкурентоспособности хозяйствующего субъекта в современной экономике, которое позволяет обеспечить баланс рыночных запросов с его реальными возможностями, выработать обоснованные программы развития, поведения на рынке. Предприятию необходимо оценить свою эффективность для разработки стратегии развития, маркетинговой политики, рационального использования ресурсов, улучшения финансового положения. Однако эта проблема является весьма непростой, так как в экономике наблюдается широкое разнообразие хозяйствующих субъектов, имеющих как сходные параметры, так и существенно различающиеся между собой характеристики. На деятельность хозяйствующих субъектов оказывает воздействие значительное количество факторов в различных сочетаниях. Именно поэтому важное значение на современном этапе имеет попытка объективной оценки эффективности деятельности предприятий торговли в условиях рыночных отношений с помощью единой, универсальной, научно обоснованной системы показателей [8, с.4].

Целью написания данной статьи является обзор современных методологических подходов к оценке эффективности деятельности предприятий торговли с выявлением проблем и нерешенных задач в

данной области научных исследований.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи: рассмотрены и проанализированы некоторые из имеющихся подходов отечественных экономистов современного периода к оценке эффективности деятельности предприятий; на основе обобщенной информации выявлены проблемы в методологии оценки эффективности.

Оценка эффективности деятельности предприятия торговли является важным этапом экономических исследований, которые нашли достаточно широкое освещение в экономической литературе современного периода. В условиях становления рыночной экономики вопросами разработки методологических подходов к оценке эффективности деятельности предприятий занимались многие отечественные экономисты: Н.Болдырева, Л.А.Брагин, А.А.Воронова, В.Е.Губин, О.В.Губина, Ю.В.Гуняков, Г.Г.Иванов, В.Ф.Катичева, Т.Л.Короткова, Е.Н.Кнышова, Н.В.Парушина, Н.А.Панкина, А.Тимошин, А.Тяпухин и др.

Большинство из авторов, подходы которых были рассмотрены (Т.Л.Короткова, А.А.Воронов и В.Ф.Катичев, Л.А.Брагина, Г.Г.Иванова, и др.), считают, что оценка экономической эффективности должна осуществляться не по одному какому-то показателю, а по их комплексу (системе), состоящему их обобщающих и частных показателей, что, по нашему мнению, является правильным и обоснованным.

С точки зрения Т.Л.Коротковой, данная система показателей должна позволять сопоставлять показатели эффективности одного предприятия в разных условиях; сравнивать показатели эффективности разных предприятий между собой; определять абсолютные и относительные показатели эффективности коммерческой операции и разных видов коммерческой деятельности, а также торгового и управленческого персонала. По мнению данного автора, показатель экономической эффективности – значение не абсолютное, а относительное. Согласно методике Т.Л.Коротковой приводится система показателей оценки эффективности коммерческой деятельности предприятия, которые, в свою очередь разделены на три составляющие, а именно на общие, частные и индивидуальные показатели [4, с.169]. Расчет общей экономической эффективности, предложенной в методике Т.Л.Коротковой, основывается на показателях, характеризующих работу коммерческого предприятия в целом, а именно на показателях рентабельности и деловой активности. Частная экономическая эффективность определяется сопоставлением эффектов и затрат на отдельные виды коммерческих операций и мероприятий, связанных с коммерческой деятельностью. Оценка индивидуальной экономической эффективности может быть выполнена с учетом коммерческих достижений отдельных участников коммерческой деятельности и соответствующих затрат, вызвавших эти

достижения [4, с.170]. По-нашему мнению, данная методика оценки эффективности деятельности предприятия имеет ряд сильных сторон. К их числу можно отнести то, что оценка должна производиться по системе показателей, эти показатели должны иметь как абсолютное, так и относительное выражение, это позволит более полно произвести сопоставление показателей эффективности не только в динамике, но и с аналогичными показателями других структурных единиц предприятия. Помимо этого к сильным сторонам данной методики оценки эффективности деятельности предприятия необходимо отнести то, что показатели эффективности рассчитываются для всех уровней управления компании: общие показатели характеризуют предприятие в целом, а частные позволяют оценить каждого работника индивидуально. Однако следует отметить, что данная методика имеет несколько универсальный вид и не отражает специфические особенности предприятия торговли, что не удовлетворяет его потребности в отношении оценки эффективности деятельности.

По мнению А.А.Воронова и В.Ф.Катичева, традиционный подход к исчислению показателей эффективности заключается в количественной интерпретации всех сторон его деятельности. Основой исследований вышеуказанных авторов стал фундаментальный труд экономиста Е.К.Смирницкого, который обобщил большую часть известных на данный момент экономических показателей, из которых были выделены, по мнению А.А. Воронова и В.Ф.Катичева, важнейшие. В результате были оставлены 103 показателя, исходя из необходимости оценки эффективности управления предприятием по всем направлениям его деятельности в условиях становления рынка [3, с.99]. Показатели отбирались данными экономистами таким образом, чтобы для их практического применения имелись объективные физические измерители, позволяющие проверить величину каждого. Для структурирования показателей авторами было произведено их деление на восемь функциональных групп. Во главу угла были поставлены показатели успешности конкуренции как наиболее адекватные рыночным условиям хозяйствования. Главным из них является доля рынка, контролируемая предприятием. Остальные показатели дополняют оценку различных сторон реализации продукции.

Показатели, которые обуславливают уровень успешности конкуренции, авторами были поделены на показатели устойчивости и надежности текущей деятельности, показатели потенциала развития, показатели эффективности финансовых, трудовых, и материально-технических ресурсов, показатели ресурсной обеспеченности и показатели социальной эффективности деятельности предприятия. Наибольшее число показателей взято для характеристики эффективности использования

живого труда и материально-технических ресурсов, так как от них в первую очередь зависят объемы выпуска продукции и ее конкурентоспособность.

По нашему мнению, сильным сторонам данной методики следует отнести следующее: система оценки эффективности деятельности включает в себя значительное количество показателей, которые позволяют произвести всестороннюю оценку; показатели разрабатывались с учетом возможного получения объективной исходной информации, что так же является положительным моментом. При оценке эффективности деятельности предприятия, согласно данной методике, учитываются не только внутренние факторы, определяющие результат работы, но и внешние, например, такие как доля на рынке, уровень успешности конкуренции и др. Однако данная методика оценки эффективности деятельности предприятия, обобщая в себе внешние и внутренние факторы, а также показатели, определяющие их величину, в узкой форме рассматривает социальное значение и социальные последствия деятельности предприятия торговли, не затрагивая эффективность оказываемых услуг предприятиями торговли, оценивая их несколько отвлеченно от бизнес-процесса.

Коллектив современных отечественных экономистов в составе Л.А.Брагина, Г.Г.Иванова, Н.А.Панкина и др. считают, что в качестве основы для обобщающего показателя рекомендуется использовать экономический потенциал предприятия, а так же способности его сотрудников к использованию данного потенциала в соответствии с целью деятельности предприятия и получению максимально возможного в этих условиях дохода [2, с.278].

Помимо расчета экономического потенциала коллектив данных авторов выделяет три группы показателей, в частности отражающих интересы покупателей, собственников и финансовую устойчивость фирмы. Выделение трех указанных групп показателей, с одной стороны, вводит новые показатели, развивающиеся рыночные отношения, с другой стороны, сохраняет ряд показателей, которые использовались в торговых организациях ранее [2, с.278]. По-нашему мнению, положительным моментом данной методики является то, что авторы, разделяя все показатели на функциональные группы, выделяют те, которые отражают интересы покупателей, то есть оценивают социальные последствия деятельности предприятия торговли.

Коллектив авторов в составе Н.В.Парушиной, В.Е.Губина, О.В.Губиной предлагают иную систему показателей, значительно отличающуюся от рассмотренных в данном исследовании методик. Данные экономисты считают, что эффективность торговой деятельности на всех уровнях характеризует время товарного обращения [5, с.13]. Авторы считают, что

эффективность работы организации измеряется одним из двух способов: относительно величины авансированных ресурсов, либо величины их потребления в процессе хозяйственной деятельности. Эти показатели характеризуют степень деловой активности и рентабельности [5, с.13]. При оценке эффективности торговли авторы предлагают систему показателей, которые должны быть сравнимы на всех уровнях управления экономикой, с учетом особенностей ее организации.

Методический подход, предложенный данными экономистами, ориентирован на один ключевой показатель – время обращения товаров, что в корне не совпадает с нашей точкой зрения. По-нашему мнению, система показателей, характеризующая эффективность деятельности предприятия торговли, не должна быть ориентирована на один показатель. Показатели оценки эффективности должны рассматриваться в комплексе, возможно так же использование интегральных показателей, которые дают обобщенную численную характеристику эффективности деятельности.

При изучении эффективности деятельности организации, по мнению Н.В.Парушиной, В.Е.Губина, О.В.Губиной, можно использовать два подхода к выбору методики исследования: результаты финансово-хозяйственной деятельности представляются в виде системы частных показателей; результаты финансово-хозяйственной деятельности характеризуются одним сводным (обобщающим) показателем.

Комплексная оценка является важнейшим и необходимым инструментом учета, анализа и планирования, основой выбора и обоснования управленческих решений в дальнейшей деятельности организации, показателем ее эффективности. Для получения обобщающей комплексной оценки эффективности служат все основные экономические показатели деятельности организации, утверждают экономисты, в их числе объем товарооборота, численность работающих, производительность труда, прибыль, рентабельность, зарплатоемкость и другие. Все экономические и финансовые показатели можно свести в единый интегральный показатель различными методами. Полученный интегральный показатель дает возможность измерить отличие данной организации от других экономических субъектов за анализируемый период времени и спланировать его деятельность за счет анализа каждого отдельного показателя, входящего в общую систему. Н.В.Парушина, В.Е.Губин, О.В.Губина предлагают объединить интегральные показатели в две группы: интегральные показатели эффективности использования ресурсов, интегральные показатели эффективности деятельности.

Особенностью данной методики является то, что данные экономисты предлагают к расчету интегральные показатели при оценке эффективности деятельности предприятия. Причем авторы предлагают

разделить интегральные показатели на несколько функциональных групп, что, в свою очередь, является сильной стороной данной методики оценки эффективности.

А.Тяпухин и Н.Болдырева, помимо расчета показателя общей эффективности предлагают несколько частных показателей, например, таких как эффективность менеджмента, эффективность технологического звена и др. Таким образом, расчет показателя эффективности всего технологического процесса или общей эффективности складывается из соотношения, фактически достигнутого и запланированного результата деятельности хозяйственного субъекта в определенный момент времени с фактическими и запланированными затратами на достижение результата деятельности хозяйствующего субъекта. При расчете фактической экономической эффективности, по мнению авторов, целесообразно учитывать величину так называемой «упущенной выгоды» хозяйствующего субъекта [8, с.5], что является отличительной особенностью данной методики от тех, которые были рассмотрены в данном исследовании.

А.Тимошин и Ю.Гуняков основной целью ставят анализ коммерческой деятельности на основе функционального подхода к ее организации, и оценка эффективности, по их мнению, должна проводиться с точки зрения функционального подхода. Таким образом, они предлагают схему показателей оценки эффективности коммерческой деятельности, в которой выделяют несколько групп показателей оценки эффективности.

Во-первых, данные экономисты предлагают произвести анализ финансовой устойчивости коммерческого предприятия, который определяется уровнем обеспеченности активов и источников их финансирования. Анализ финансовой устойчивости характеризуется системой абсолютных и относительных показателей, в их числе коэффициенты автономии, обеспеченности собственными оборотными средствами, обеспеченности запасов собственными оборотными средствами, маневренности собственного капитала, уровень перманентного капитала, комплексный показатель финансовой устойчивости и др. Следующая группа показателей, выделяемая данными экономистами, отражает эффективность материально-технического обеспечения. В ее составе такие показатели, как коэффициенты эффективности использования площадей, основных фондов, степень их износа, эффективность использования установочной площади и др. Следующая группа показателей связана с использованием трудовых ресурсов, среди которых авторы предлагают к расчету такие как производительность труда работников, зарплатоодача, зарплаторентабельность, отдача затрат на содержание персонала, рентабельность затрат на содержание персонала и др. Проведение оценки

эффективности информационного обеспечения, по мнению А.Тимошина и Ю.Гунякава, заключается в обеспеченности на предприятии информации, ее оборачиваемости и эффективности. Для этого рассчитываются следующие показатели: коэффициенты информированности работников, обновления информации, достоверности информации, автоматизации обработки информации и др. Оценка эффективности закупочной деятельности определяет экономический результат сформированного ассортимента на предприятии. Она включает в себя ряд следующих показателей, относящихся к формированию торгового ассортимента. Например, коэффициент устойчивости ассортимента, коэффициент обновляемости товаров рассчитывается как отношение количества новых ассортиментных позиций к общему количеству ассортиментных позиций. Оценка эффективности продаж происходит на основе следующих показателей: рентабельность продаж, коэффициент дополнительного обслуживания, который равен отношению фактическому количеству услуг к количеству услуг предусмотренных для гипермаркета, коэффициент ожидания затрат на обслуживание, рассчитываемый в результате соотнесения фактических затрат с оптимальными, коэффициент мнения покупателей, который показывает число давших положительный ответ из числа опрошенных, коэффициент обслуживания покупателей, эффективность применения рекламы и др. [8, с.9].

Методика оценки эффективности деятельности предприятия торговли, разработанная данными авторами, так же представляет собой систему показателей, разбитую на функциональные группы, однако, в отличие от других методик, рассмотренных нами, данные экономисты предлагают оценивать эффективность информации, закупочной деятельности, продаж, обслуживания покупателей и эффективности рекламы, что, в свою очередь, в большей степени отражает специфику деятельности торгового предприятия. Данная методика позволяет оценить социальную эффективность деятельности предприятия, а также эффективность услуг, оказываемых данными предприятиями, что является положительным моментом.

Таким образом, в результате обзора методических подходов, к оценке эффективности деятельности предприятий торговли, разработанных современными отечественными экономистами были выявлены некоторые проблемы и нерешенные задачи, устранение которых является необходимым условием для проведения дальнейшего исследования, в их числе:

- отсутствие единого научно обоснованного методического подхода к оценке эффективности деятельности предприятия торговли;

- разработанные современными отечественными экономистами системы показателей зачастую имеют универсальный вид оценки

эффективности деятельности и не отражают специфики функционирования предприятия торговли;

Û в большинстве случаев рассмотренные системы показателей не учитывают большое число факторов – политических, экономических, социальных и прочих в их взаимодействие, что требует поэтапной научно-организационной работы с использованием системного подхода;

Û в методиках оценки эффективности деятельности предприятия, рассмотренных в рамках данного исследования, зачастую анализируется экономический аспект эффективности и не уделяется достаточного внимания ее социальному аспекту.

Таким образом, устранение выявленных негативных моментов позволит производить более точную экономическую и социальную оценку эффективности деятельности предприятия торговли.

Список использованных источников:

1. Александров Ю.Л. Предприятие торговли как субъект рыночной экономики : текст лекций / Ю.Л. Александров, Н.Н.Терещенко, С.В. Трусова ; Краснояр. гос.торг.-экон ин-т.-Красноярск, 2007.- 60 с.
2. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация: учебник / под общ.ред. Л.А. Брагина, Т.П. Данько.-М.: ИНФРА –М, 2004.-
3. Воронов А.А. Показатели и методы оценки эффективности организационно – экономического механизма управления промышленным предприятием / А.А. Воронов, В.Ф. Катичев // Менеджмент в России и за рубежом.- 2004.-№ 4.- С. 98-107.
4. Короткова Т.Л. Коммерческая деятельность: Учебник / Т.Л. Короткова под ред. Н.К. Моисеевой.-М.: Финансы и статистика. – 2007. – 416 с.
5. Парушина Н.В. Анализ эффективности и интенсификации в торговле / Н.В. Парушина, В.Е. Губин, О.В. Губина //Учет и анализ торговой деятельности. – 2009. – №2. – С.12-15.
6. Тертышник М.И. Экономика предприятия / М.И. Тертышник. – М.: ИНФРА – М, 2005.- 301 с.
7. Тимошин А. Подходы к оценке эффективности деятельности коммерческих предприятий / А.Тимошин, Ю. Гуняков// Теория и практика коммерческой деятельности : сб. материалов VIII Межрегион. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых , 27-28 марта 2007 г. / Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2007. С. 51-54.
8. Тяпухин А. Оценка эффективности экономических систем и подсистем предприятия / А. Тяпухин, Н. Болдырева // Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. - 2006. - № 1. - С. 4-11.