

УДК 519.73: 330.33

Т. Ю. Сидора,

аспірант кафедри економічної кібернетики Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**CRITERION OF EFFICIENCY EVALUATION OF THE ENTERPRISE ACTIVITY**

Запропоновано критерії оцінювання ефективності діяльності підприємства в умовах циклічних змін зовнішнього середовища шляхом розмежування тактичного та стратегічного аспектів діяльності підприємства, що забезпечує можливість прийняття обґрунтованого рішення щодо розвитку підприємства.

Ключові слова: критерії ефективності, діяльність підприємства, стратегія.

Criterion of efficiency evaluation of the enterprise activity under the environmental cyclic changes by demarcation of tactical and strategic aspects of the enterprise activity are offered. It gives the chance to make the proved decision concerning enterprise development.

Keywords: criterion of efficiency, enterprise activity, strategy.

Ефективність є результативністю господарювання. Економічний ефект є абсолютним показником, що характеризує результат діяльності у грошовій оцінці. В свою чергу, економічна ефективність є відносним показником, що дає змогу порівняти одержаний ефект з витратами, які необхідно здійснити для одержання запланованого ефекту [4].

Під ефективністю розуміють таке:

- оцінювання певного результату;
- відповідність одержаного результату (процесу) запланованому;
- числова характеристика задовільності функціонування;
- імовірність виконання певних цілей [5].

Однією з головних передумов забезпечення ефективності діяльності підприємства є оцінка її рівня. Оцінювання ефективності починається із встановлення критеріїв ефективності, тобто головної ознаки оцінювання ефективності. Зміст критерію ефективності витікає з необхідності максимізації одержуваних результатів або мінімізації витрат виходячи з цілей підприємства. Такими цілями можуть бути забезпечення існування підприємства, досягнення стійкого розвитку, структурна перебудова, соціальна стратегія тощо. Тому актуальним завданням покладатися визначення критеріїв ефективності діяльності підприємства.

Раніше [1] було удосконалено критеріїв ефективності роботи торговельних мереж з позицій стратегічного і тактичного аспектів. У вказаній роботі визначалось, що основним критерієм ефективності діяльності торгової мережі є коефіцієнт нормованої ефективності, який знаходиться шляхом співвідношення коефіцієнта ефективності торгової мережі з коефіцієнтом ринкової ефективності і показує, наскільки ефективно функціонує торгова мережа порівняно з конкурентами. Мережа розвивається ефективно, якщо коефіцієнт нормованої ефективності дорівнює або більше одиниці. У праці [2] обґрунтовано важливість зосередження уваги не лише на ефективності виробництва, але й функціонування підприємства взагалі.

Слід зазначити, що за оцінювання ефективності діяльності підприємства важливо враховувати вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємства. Особливого значення набуває врахування впливу циклічних змін зовнішнього середовища. У праці [6] запропоновано модель темпу приросту капіталу, яка надає можливість прогнозувати циклічні зміни у зовнішньому середовищі та їх вплив на діяльність підприємства – визначати фазу економічного циклу, вплив циклічних змін на попит на продукцію підприємства, поведінку споживачів та конкурентів, фінансові перспективи.

Стратегія підприємства визначає загальний напрям його діяльності, довгострокову мету. Відповідно, стратегічна ефективність відображає отримання ефекту від досягнення мети у довгостроковій перспективі. В свою чергу, тактика – це заходи щодо реалізації стратегії (стратегічної мети), а тактична ефективність відображає отримання ефекту від реалізації певних заходів у короткостроковій перспективі [3]. Відповідно до цього, результати діяльності підприємства доцільно розглядати з позицій тактичного та стратегічного аспектів, що надасть змогу прийняти обґрунтоване рішення.

Виділяють три види ефективності: споживчу (відношення цілей до ідеалів, норм), результативну (відношення досягнутого результату до цілей) та витратну (відношення витрат до результатів). Споживча ефективність як відношення цілей до потреб, ідеалів та норм являє собою узагальнюючий показник, що відображає ефективність поставленої мети не лише відносно зовнішньої потреби, але й відносно найкращих варіантів таких стратегічних параметрів підприємства, як ресурси та технологія (ідеали та норми). Крім того, порівняння стану досліджуваного підприємства слід здійснювати як відносно максимально можливого стану, так і відносно стану конкурентів. Витратна ефективність виражається за допомогою показників рентабельності. У випадку постановки фінансової мети для співставності з показником цільової ефективності доцільно розраховувати показник витратної ефективності як відношення витрат до сукупної виручки. Можна розглядати показники ефективності через перспективи системи збалансованих показників. У класичному варіанті розглядаються чотири перспективи: фінансова складова, клієнтська складова, складова внутрішніх бізнес-процесів, складова навчання та розвитку. Цільова ефективність має дискретний якісний характер, що надає змогу відстежувати успішність роботи підприємства та підрозділів з позицій руху до певної мети [5].

Діяльність підприємства є сукупністю процесів поточного функціонування, спрямованого на забезпечення максимально можливого та стабільного досягнення певних цілей. Для досягнення стратегічних цілей підприємства розробляються виробнича, маркетингова та фінансова стратегії підприємства, які повинні узгоджуватися між собою. Це визначає необхідність проведення комплексної оцінки ефективності діяльності підприємства та її результатів.

На рис. 1 наведено основні критерії оцінювання результатів діяльності, які згруповано за видами стратегій [3].



Рис. 1. Основні критерії оцінювання результатів діяльності підприємства

З рис. 1 бачимо, що основними критеріями оцінювання маркетингової діяльності є обсяг продажів, частка ринку та імідж компанії. Обсяг продажів є абсолютним показником, визначається як обсяг виручки, одержаний від реалізації товарів та послуг. Більш доцільним є визначення приросту обсягу продажів, що надає можливість проаналізувати ефективність здійснених витрат та заходів стимулювання продажів. Частка ринку є відносним показником, що характеризує відсоток від всієї цільової аудиторії, яку охопило підприємство або відсоток продажів підприємства у загальному обсязі продажів аналогічних товарів на певному ринку. Імідж компанії характеризує оцінку підприємства та його продукції важливими цільовими групами за певними суттєвими для підприємства параметрами (якість продукції, ціна, дизайн тощо) [5, 7].

В свою чергу, фінансову діяльність запропоновано оцінювати за допомогою таких критеріїв, як ефективність використання фінансових ресурсів, відповідність фінансових дій економічному стану підприємства, визначення загроз. Ефективність використання фінансових ресурсів визначається за допомогою таких показників, як рентабельність капіталу, внутрішній коефіцієнт ефективності, період повернення капітальних вкладень, точка беззбитковості. Відповідність фінансових дій економічному стану та можливостям характеризується коефіцієнтом концентрації власного капіталу (відношення власного капіталу та резервів до суми активів підприємства). Визначення загроз здійснюється за допомогою таких показників, як ліквідність та платоспроможність підприємства [5, 7].

Стратегічні рішення у сфері виробництва продукції виробляються за такими напрямками, як розташування виробничих потужностей, використання виробничого персоналу, організація виробництва, управління якістю продукції, розвиток виробничої інфраструктури, організація взаємовідносин з постачальниками та іншими партнерами, управління виробництвом [3]. Критеріями оцінювання виробничої стратегії є витрати на виробництво продукції, якість продукції, якість виробництва, відповідність пропозиції попиту. Витрати на виробництво характеризують виражені у грошовій формі витрати підприємства на виробництво продукції, питома вага витрат праці та фондівіддача. Якість продукції є відносним показником, який відображає ступінь відповідності характеристик товару певним вимогам. Якість виробництва – кількість одиниць браку на одиницю продукції, обсяг витрат на покращення якості. Відповідність пропозиції попиту відображають відповідність асортименту, споживчих, естетичних та інших характеристик товару попиту споживачів, широта асортименту, швидкість оновлення продукції [5, 7].

Доцільно за умови прийняття певних рішень, проектів, зважаючи на зв'язок між видами стратегій, проводити аналіз впливу їх впровадження для стратегії кожного виду, для загальної мети підприємства, поточних показників його діяльності. Для аналізу альтернативних стратегій розвитку підприємства доцільно порівнювати показники ефективності як на стратегічному, так і на тактичному рівнях.

Наприклад, стратегічною метою підприємства є захоплення максимальної частки ринку. Відповідно, спершу аналізується асортимент продукції (послуг) підприємства, його відповідність потребам споживачів. На підставі аналізу приймається рішення про зміну асортименту (зміна якісних характеристик певних товарів, початок виробництва нових товарів (послуг), припинення виробництва певних товарів (послуг) або інтенсифікацію маркетингової діяльності, пошук нових споживачів або ринків збуту. Відповідно до обраної тактики обираються певні заходи. Наприклад, підприємство вирішило почати виробництво нового виду продукції. В такому випадку слід оцінити його фінансові можливості, спрогнозувати, як зміниться частка ринку за умови, що підприємство розпочне збут нової продукції, що надасть можливість оцінити ефективність використання фінансових ресурсів, спрямованих на виробництво та стимулювання збуту нового виду продукції.

Отже, відповідно до обраної стратегічної мети визначаються конкретні показники (критерії) ефективності, які відображають основні характеристики результатів.

Для оцінювання стратегічної ефективності доцільно також використовувати такий показник, як відношення ринкової вартості підприємства до його капіталу. Показник рентабельності капіталу відображає ринкову вартість однієї інвестованої грошової одиниці у підприємство та характеризує його інвестиційну привабливість. Розрахункові значення рентабельності капіталу можуть змінюватись залежно від структури капіталу, рівня прогнозованих цін на продукцію, обсягу попиту та інших факторів. Такий критерій може застосовуватись для порівняння різноманітних варіантів розвитку підприємства.

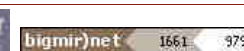
Таким чином, було запропоновано критерії оцінювання ефективності діяльності підприємства в умовах циклічних змін зовнішнього середовища шляхом розмежування тактичного та стратегічного аспектів діяльності підприємства, що забезпечує можливість прийняття обґрунтованого рішення щодо розвитку підприємства.

Література

1. Дериведмідь О. С. Визначення критеріїв ефективності розвитку торгових мереж / О. С. Дериведмідь // Держава та регіони. Серія : економіка та підприємство. – 2008. – № 1. – С.46-50.
2. Яременко О. Ф. Науково-практичні аспекти стратегічного і тактичного управління конкурентоспроможністю підприємства / О. Ф. Яременко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2011. – № 5. – Т. 1. – С. 35–37.
3. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление : Пер. с англ. / Д. Аакер. – С-Пб. : Питер, 2002. – 544 с.
4. Савицкая Г. В. Анализ эффективности деятельности предприятия. Методологические аспекты. – 2-е изд., испр. – М. : Новое знание, 2004. – С. 5.
5. Гурышев А. П. Оценка эффективности деятельности предприятия через использование финансовых и нефинансовых показателей / А. П. Гурышев // Менеджмент в России и за рубежом. – 2007. – № 5.
6. Яковенко О. Г. Моделивання прибуткової діяльності підприємства в умовах циклічних змін / О. Г. Яковенко, Т. Ю. Сидора // Економічна кібернетика : міжнародний науковий журнал. – 2009. – № 1–2 (55–56). – С. 24–30.

7. Preston M. R. Introduction to economic analysis / Preston McAfee R., Stanley Johnson J. – California Institute of Technology, 2006. – 322 p.

Стаття надійшла до редакції 16.07.2012 р.



ТОВ "ДКС Центр"