

РАБАДАНОВ А.Р., ИРАЗИХАНОВА С.А.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОБОСНОВАНИЮ КРИТЕРИЕВ И ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА

Аннотация. В статье обобщены методические подходы к обоснованию критериев и показателей оценки предпринимательской деятельности предприятий малого бизнеса. Учитывая, что все указанные разновидности целей экономической оценки развития являются взаимосвязанными, требования к критерию формируются такие, как универсальность, пригодность для решения всей совокупности проблем развития.

Среди основных критериев оценки эффективности предприятия можно выделить следующие: критерии, основанные на стоимостной оценке затрат ресурсов и результатов деятельности; критерии, устанавливающие диапазоны желаемых значений характеристик деятельности предприятия; индексы сравнительной значимости.

При выборе критерия и принятии по нему управленческих решений в условиях рыночной экономики необходимо учитывать условия неопределённости, риска, возникающие конфликты. Поэтому возможно применение для этих целей ситуационного подхода. При управлении развитием предприятий малого бизнеса в новых условиях хозяйствования особую значимость приобретают решения в области инвестиций, когда количественная оценка не ограничивается ситуационным подходом, а используются специальные критерии, применяемые на практике экономистами многих стран. Для предприятия, выбравшего приоритет рентабельности на долговременный период, инвестирование и его показатели являются важнейшими аспектами деятельности. С другой стороны, целевая установка на наращивание показателей, характеризующих ресурсный потенциал предприятия, объёмы производства, конкурентоспособность предприятия имеют социальную и экономическую основу, т. к. повышается имидж предприятия, укрепляя его позиции на потребительском рынке товаров и услуг.

Ключевые слова: критерии, показатели, оценка эффективности, предпринимательская деятельность, предприятия, малый бизнес.

RABADANOV A.R., IRAZIKHANOVA S.A.

METHODICAL APPROACHES TO SUBSTANTIATING CRITERIA AND INDICATORS OF EVALUATION OF ENTREPRENEURAL ACTIVITY OF ENTERPRISES OF SMALL BUSINESS

Abstract. The manuscript summarizes the methodical approaches to substantiation of criteria and indicators of evaluation of entrepreneurial activity of small business companies. Taking into account that all of the specified types of goals of economic activity are inter-connected, the requirements to the criteria are formed as follows: the versatility, the capacity to resolve the whole array of problems of development.

The following criteria of evaluation of effectiveness of a company can be specified: the criteria based on the cost evaluation of expenses of resources and results of the activity; the criteria establishing the ranges of the desired meanings of characteristics of activity of an enterprise; the indices of comparative importance.

When choosing the criteria, and making managerial decisions based on this criteria in the conditions of the market economy, it is necessary to take into account the conditions of uncertainty, risk, and the conflicts that develop. That is why it is possible to use the situational approach for these purposes. When managing the development of small businesses in the new economic conditions decisions in the field of investments, it is especially important when the quantitative evaluation is not limited by the situational approach, and special commonly used by international economists criteria are used. The results of activity of an enterprise are the most important aspect of its activity is this enterprise has chosen to be profitable long-term and invest. On the other hand, goal setting on improving results characterizing the resource potential of an enterprise, volumes of production, competitiveness of a company have the social and economic foundation because the image of the company is improving strengthening its positions on the consumer market of products and services.

Keywords: criteria, indicators, evaluation of effectiveness, entrepreneurial activity, enterprises, small business.

В соответствии с особенностями предпринимательской деятельности, которая характеризуется самостоятельностью, инициативой и целенаправленностью, она должна быть ориентирована на увеличение объёмов продаж товаров и услуг для реализации другим субъектом рынка. Для эффективной деятельности в этом направлении необходимо знание критериев и показателей оценки результатов функционирования малых предприятий.

Критерии оценки предпринимательской деятельности имеют широкую дифференцированность, однако важнейшим из них является получение максимальной прибыли. При этом важным для многих предпринимателей остаётся сохранение устойчивости своего положения, когда получение прибыли станет средством для развития предприятия, а не самоцелью. Критерии предпринимательской деятельности характеризуют две основные модели предпринимательства: классическую и инновационную. При использовании классической модели предприниматель стремится организовать малый бизнес с расчётом на максимальную отдачу ресурсов, формируя при этом концепцию управления ростом продаж товаров, при которой максимально используются внутренние резервы для повышения финансовой устойчивости предприятия. В то время как инновационное предпринимательство подразумевает интенсификацию деятельности предприятия за счёт использования инновационных технологий и новых методов увеличения объёмов продаж. Инновационная деятельность в сфере производства и сбыта товаров и услуг позволяет завоёвывать новые сегменты рынка, создавать новый рынок, увеличивать долю товаров и услуг на действующем рынке. В результате такой деятельности формируется инновационный тип мышления. Критерием оценки инновационного предпринимательства можно считать реформирование самой деятельности, способов организации продаж товаров и услуг на основе использования достижений научно-технического прогресса. Развитие каждого из направлений научно-технического прогресса может характеризоваться определённым набором показателей, из которых наибольшее практическое применение нашли обобщённые экономические показатели, характеризующие результаты инновационной деятельности.

Комплексный анализ результатов деятельности предпринимателей, работающих в малом бизнесе, начинается с оценки и анализа организационных, экономических и социальных показателей. Однако технические, эксплуатационные и организационные достигнутые показатели носят частный характер, качественно различны, не сопоставимы между собой, а также не выражают затрат общественного труда, вследствие чего их применение не даёт ответ на вопрос о необходимости, рациональности и рентабельности повышения уровня объёма продаж товаров и услуг. Это подтверждается часто на практике, когда предприятия, имеющие высокую техническую оснащённость, могут иметь низкие экономические показатели. Эффективное функционирование предприятий малого бизнеса в условиях рыночной экономики возможно только за счёт повышения роли качественных показателей производства и управления, т. к. достижение высоких результатов зависит от правильности управленческого решения по отношению к используемым ресурсам. Практическая связь между качественными результатами хозяйственно-предпринимательской деятельности и соотношениями материальных элементов производства не вызывает сомнений, т. к. только экономическая целесообразность определения для каждого предприятия количественных соотношений между результатами и затратами может обеспечить эффективное функционирование предприятия и его развитие. На этих принципах должно быть основано управление предприятиями малого бизнеса как экономической системой, системный подход к оценке уровня развития предприятия. При таком подходе возможно исследование динамического характера процессов, протекающих в системе, их функционирования и развития. Для описания развития такой системы необходимо знание характеристик её объекта:

- свойства взаимосвязи;
- структурные;
- функциональные и другие параметры.

С другой стороны, нельзя рассматривать малое предприятие изолированно от внешней среды, оказывающей влияние на его характеристики. Поэтому большое значение при оценке и анализе развития предприятия приобретают учёт его отраслевой принадлежности, её элементы, инфраструктуры, коммуникативные связи.

На предприятиях малого бизнеса коммуникации представляются развитой сетью каналов, предназначенных для сбора, систематизации и анализа информации о внешней среде, а также обратной связью с внутренней средой. Система коммуникаций в бизнесе служит средством интеграции предприятия и элементов внешней среды.

Для анализа результатов развития предприятий малого бизнеса необходим анализ показателей, характеризующих итоги его работы, имеющиеся резервы и факторы, способствующие его

развитию. Это связано с комплексной оценкой системы показателей, характеризующих эффективность деятельности производства, и анализ частных показателей, характеризующих динамику развития предприятия и его темпы. Процесс развития предприятия требует чёткой определённости в вопросе выбора критерия экономической эффективности, для чего необходимо:

- определить цели экономической оценки мероприятий развития;
- определить требования и ограничения, предъявляемые к критерию.

Всё многообразие целей экономической эффективности по развитию малого предприятия можно свести к следующему:

- сравнительная количественная оценка экономической эффективности различных вариантов;
- количественная экономическая оценка отдельных мероприятий;
- количественная экономическая оценка влияния результативности темпов развития на основе экономических показателей деятельности предприятия.

Учитывая, что все указанные разновидности целей экономической оценки развития являются взаимосвязанными, требования к критерию формируются такие, как универсальность, пригодность для решения всей совокупности проблем развития.

Среди основных критериев оценки эффективности предприятия можно выделить следующие:

- критерии, основанные на стоимостной оценке затрат ресурсов и результатов деятельности;
- критерии, устанавливающие диапазоны желаемых значений характеристик деятельности предприятия;
- индексы сравнительной значимости.

При выборе критерия и принятии по нему управленческих решений в условиях рыночной экономики необходимо учитывать условия неопределённости, риска, возникающие конфликты. Поэтому возможно применение для этих целей ситуационного подхода. При управлении развитием предприятий малого бизнеса в новых условиях хозяйствования особую значимость приобретают решения в области инвестиций, когда количественная оценка не ограничивается ситуационным подходом, а используются специальные критерии, применяемые на практике экономистами многих стран. Для предприятия, выбравшего приоритет рентабельности на длительный период, инвестирования и его показатели являются важнейшим аспектом деятельности. С другой стороны, целевая установка на наращивание показателей, характеризующих ресурсный потенциал предприятия, объёмы производства, конкурентоспособность предприятия имеют социальную и экономическую основу, т. к. повышается имидж предприятия, укрепляя его позиции на потребительском рынке товаров и услуг.

Любые изменения и инновации отражаются на росте прибыли. А для предприятий-потребителей продукции основными критериями принятия решений являются: качество товара, цена и затраты на его использование.

Опыт развитых стран мира показывает, что основное внимание при оценке предпринимательской деятельности малых предприятий необходимо уделять росту производительности труда, снижению затрат и повышению качества реализуемой продукции. В этом случае необходимо и важно помнить, что производительность рассматривается не только как переработка ресурсов, но и как процесс взаимодействия с внешней средой. Производительность (эффективность) можно рассматривать как отношение стоимости входных ресурсов к стоимости выходной продукции (услуг), т. к. все факторы, влияющие на входные и выходные параметры системы, вызывают изменения и в производительности [1,2]. При этом в качестве входных параметров можно рассматривать ресурсы: материалы, труд, капитал, энергию, информацию, которые преобразуются в системе малого предприятия в положительные результаты: качественные услуги и товары, управления прибылью и затратами, занятость, социальные выгоды или отрицательные результаты: финансовые потери, безработица, социальные последствия и др.

Руководители предприятий, на которых снижается производительность труда, происходят потери доли рынка в пользу конкурентов, теряют прибыль, и это приводит к банкротству.

Управление функционированием предприятия по критерию производительности отличается эффективностью функционирования всех функций и элементов системы.

Изменение количественных показателей и их соотношение зависит от многих факторов: затрат труда, материалов, наличия складских площадей, качества товаров, уровня роста производительности труда и др. Для развития предприятий по классическому и инновационному направлениям можно использовать систему обобщающих показателей, состоящую из следующих:

- показателей объёмов затрат на маркетинговые исследования и разработки;
- важности продуктовых или технологических инноваций;
- объёма производства услуг и продаж;
- технического уровня продукции;
- размеров фонда экономического стимулирования развития производства;
- экономического эффекта от использования новой продукции у предприятий-потребителей;
- степени влияния инноваций на экономический рост и повышение производительности труда.

На основании указанных показателей можно определить систему дополнительных показателей в виде соотношений, позволяющих оценить характер и количественный аспект взаимосвязей между исходными показателями. Инновационный характер в любом виде бизнеса относится и к организации и управлению трудовыми ресурсами, для чего необходимо наличие необходимого количественной информации и системы показателей, анализ которых позволит оценить основные результаты инновационного предпринимательства. На современном этапе хозяйствования Россия переходит на новые (единые) стандарты получения информации, предполагающие не только отбор способов сбора и обработки информации, но и совершенствование показателей учёта и экономического анализа деятельности малых предприятий, которые должны обеспечить сопоставляемость происходящих в региональной экономике процессов с другими странами. В конкретных формах отчётности содержатся различные, часто сменяющиеся показатели в течение времени. В настоящее время уже сложился определённый набор основных показателей для оценки финансово-хозяйственной деятельности малых предприятий, к которым относятся следующие:

- размер уставного капитала;
- средняя численность работников;
- фонд заработной платы;
- выручка от реализации товаров и услуг;
- капитальные вложения;
- затраты на производство и реализацию продукции и услуг;
- товарооборот;
- объём платных услуг;
- оборотные активы;
- долгосрочные заёмные средства;
- краткосрочные активы.

Для оценки деятельности малых предприятий торговли необходимы показатели экспортно-импортной деятельности, т. к. большинство реализуемых товаров на местном региональном рынке привозится из других регионов ближнего и дальнего зарубежья. По этой причине из общего количества показателей можно выделить следующие наиболее важные для оценки эффективности предпринимательской деятельности, к которым относятся:

- производительность труда, отношение добавочной стоимости к числу занятых (среднесписочная численность работников);
- рентабельность продукции, как отношение объёма прибыли к полной себестоимости реализованных товаров и услуг;
- показатели экспортно-импортной деятельности малых предприятий для экономических отношений с зарубежными странами.

Исходными показателями оценки деятельности предприятий малого бизнеса являются сле-

дующие: объём выручки от реализации товаров и услуг; средняя численность работников и т. д.

Расчётные показатели: производительность труда; уровень рентабельности и др. исчисляются путём статистических преобразований исходной информации. Указанные показатели необходимы для разработки и реализации эффективных мер государственной политики в отношении предпринимательской деятельности предприятий малого бизнеса. Ориентация на стабилизацию прибыльности требует постоянного и более тщательного контроля над результатами функционирования и перспективами развития предприятия, в отдельных случаях ограничивается сопоставлением затрат и результатов.

Эффективное функционирование предприятий малого бизнеса в сфере оптовой торговли в условиях нестабильности рыночной среды возможно только при маркетинговом подходе к их управлению, с помощью которого достигаются основные цели решений следующих задач:

- предотвращение расхода ресурсов, связанных с выводом на рынок товаров, не пользующихся спросом;
- обеспечение возможно более полного удовлетворения потребительского спроса;
- формирование условий для расширенного воспроизводства товаров и услуг, адекватного динамике спроса;
- поддержание и развитие рыночного спроса с помощью маркетинговых коммуникаций;
- ориентация управленческого спроса на решение стратегических задач.

В соответствии с такими подходами маркетинговая деятельность направлена на изучение потребителей для определения объёмных и структурных показателей потребительского рынка. Целевой рынок малого предприятия располагается на рынке потребительских товаров и услуг или на нескольких рынках, если предприятие предусматривает многоцелевую ориентацию. При определении целевого рынка используются различные показатели, выступающие в качестве оценочного критерия при сопоставлении альтернативных сегментов рынка. К таким показателям и параметрам можно отнести следующие:

- перспективы роста сегмента, выражаемые темпами роста объёма продаж товаров и производства услуг;
- перспективы рентабельности деятельности предприятия на данном сегменте в зависимости от прибыли и уровня издержек производства;
- уровень нестабильности внешней среды, который определяется в ходе анализа динамики внешней среды и её способности ограничивать развитие предпринимательской деятельности;
- уровень конкуренции, при определении которого необходима оценка общего уровня конкуренции и конкурентных преимуществ главных конкурентов с учётом потенциальных возможностей для обострения конкурентной борьбы.

Оценка потребительского спроса на оптовом рынке определяется по следующим параметрам:

- темпы роста производства товаров широкого потребления;
- прирост численности потребителей конкретной продукции в регионе;
- динамика территориального расширения рынка потребительской продукции;
- темпы физического и морального износа товаров;
- темпы инновационного процесса;
- уровень насыщенности спроса;
- уровень государственного вмешательства.

Оценка изменений рентабельности деятельности предприятия на данном сегменте производится по параметрам:

- колебание рентабельности;
- колебание объёма продаж товаров;
- колебание цен на товар;
- цикличность спроса на каждый отдельный вид товара;
- уровень конкуренции на рынке;
- интенсивность рекламной поддержки товаров;
- степень удовлетворения потребительских предпочтений и др.

Степень гибкости малого предприятия зависит от степени нестабильности внешней среды. В основу количественной оценки гибкости может быть положен принцип соизмерения степени стабильности технологии и степени стабильности затрат, связанных с функционированием бизнес-системы, которые соответственно, оценивают с помощью измерения темпов изменения товарного разнообразия, а степень стабильности затрат — темпов измерения затратных компонентов.

Для количественной оценки товарного разнообразия могут применяться различные методы, наиболее простым из которых является его оценка с помощью коэффициента ассоциации:

$$K_a = \frac{\sum_{j=1}^n a_i P_i}{P_0},$$

где K_a — коэффициент ассоциации; P_i — множество совпадающих признаков сравниваемых объектов; P_0 — множество всех признаков; a_i — коэффициент значимости признаков; n — число совпадающих признаков.

Чем больше коэффициент ассоциации, тем меньше коэффициент разнообразия продукции (K_p)

$$K_p = 1 - K_a.$$

Темпы изменения степени разнообразия определяются индексом изменения этого показателя за рассматриваемый период, представляющим собой отношение степени разнообразия на начало и конец рассматриваемого периода.

Количественная оценка затрат, связанных с созданием, функционированием и развитием предприятия, складывается из единовременных и текущих затрат. В состав единовременных затрат включаются затраты, связанные с формированием пространственных ресурсов, материально-технических ресурсов, кадрового потенциала, информационного обеспечения организационных ресурсов, маркетингового обеспечения. В состав текущих затрат входят затраты, связанные с поддержанием в активном состоянии всех элементов предприятия. Однако отдельной статьёй при формировании совокупных затрат на маркетинговое обеспечение необходимо предусмотреть затраты на проведение маркетинговых исследований, подготовку рынка, организацию маркетинговой деятельности, организацию и стимулирование сбыта и распределения товаров, рекламную деятельность и др.

Совокупные затраты, обеспечивающие возможности функционирования предприятия, определяются по формуле:

$$Z_c = \sum_{j=1}^m Z_{ej} + \sum_{g=1}^R Z_{mq},$$

где Z_c — совокупные затраты; Z_e — единовременные затраты j -го вида; Z_m — текущие затраты q -го вида; m — число единовременных затрат; R — число текущих затрат.

Индекс изменения затрат (Y_3), связанных с функционированием предприятия, характеризует темпы их развития:

$$Y_3 = \frac{Z_{ck}}{Z_{cn}},$$

где Z_{cn} , Z_{ck} — совокупность затрат на начало и конец рассматриваемого периода.

В практической деятельности коммерческих организаций развитых стран мира широко используются показатели, характеризующие формы и методы торговли на рынке, к которым относятся следующие показатели:

- для анализа и оценки деятельности на рынке предприятий-поставщиков;
- для анализа и оценки деятельности на рынке предприятий-конкурентов;
- для изучения потенциальных покупателей;
- показатели транспортных, правовых условий;
- для анализа торгово-политических условий.

Для оценки деятельности фирм-поставщиков необходимо изучение всего комплекса пока-

зателей, характеризующих данную фирму (предприятия) со всех сторон ее деятельности: наименование фирм, поставляющих товар на данный рынок, их потенциальные покупатели; степень монополизации рынка как доля рынка, закреплённая за каждым участником картельного соглашения (если оно имеется) или сложившаяся в результате соглашения сил и позиций отдельных предприятий-конкурентов. Кроме того, помимо общих сведений необходима информация по всем конкурирующим предприятиям: объёмы продаж выпускаемой продукции; доля продаж каждого предприятия по данной продукции на исследуемом рынке; факторы конкурентоспособности, виды стимулирования продаж и их расходы; виды транспортировки, наличие складов и их размещение; показатели маркетинговой деятельности предприятий-конкурентов; организация сбыта продукции; применяемые методы конкурентной борьбы; финансовое положение и его устойчивость; качественные показатели по развитию инновационной деятельности; коммерческие условия сделок и инновационный потенциал предприятий-конкурентов.

Для формирования успешной деятельности и дальнейшего роста малым предприятиям необходима полная информация о покупателях на продуктовом рынке: торгово-посреднических — оптовых и розничных, торгово-посылочных и конечных потребителей; методы осуществления розничной торговли; условия предоставления покупателям различных льгот; эффективность каналов реализации. Особую значимость в деятельности предприятия оптовой торговли малого бизнеса приобретают в новых условиях хозяйствования показатели коммерческой практики на рынке [3], такие, как: применение типовых контрактов (биржевых, аукционных); условия проведения торгов в аспекте государственного законодательства и региональных предпочтений при выборе поставщика по результатам тендерных предложений (местные, из других регионов и стран); торговые обычаи конкретного региона; особенности условий международных сделок.

Спецификой оптовой торговли является её зависимость от транспортных условий, которые характеризуются стоимостным показателем всех видов транспорта; качеством транспортных сообщений; уровнем организации погрузочно-разгрузочных работ в конкретном регионе; правилами и условиями перевозки; требованиями к объёму, весу и упаковке грузов; продажной ценой товара при его реализации с доставкой и др.

Большое значение имеет информация о правовых условиях, т. е. законах, действующих как на территории, где товар приобретается, так и там, где предполагается его продажа.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что для оценки предпринимательской деятельности предприятий малого бизнеса необходимо определение условий, при которых достигаются оптимальные соотношения между спросом и предложением товаров на рынке; оценка деятельности всех участников торговли и их позиций, методов торговли, применяемой коммерческой практике и характере рыночных отношений. Это всё непосредственно связано с решением задач маркетингового исследования для определения конкурентных позиций товаров на исследуемом рынке и соответствующая ориентация управления предприятия на тот вид товаров и изделий, которым обеспечен сбыт на исследуемом рынке.

Литература

1. Николаев, М. В. и др. Развитие предпринимательства в регионе : опыт и проблемы : сб. докладов междунар. конф. — СПб., 2006.
2. Одинец, В. П., Тарасевич, В. М., Цацулин, А. Н. Рынок, спрос, цены : стратификация, анализ, прогноз. — СПб. : Изд. СПбУЭФ, 2003.
3. Пью, Д. Понимание организационных изменений и управление им // Управление изменениями. — М. : МЦДО «ЛИНК», 1996.

References:

1. Nikolaev, M. V. etc. The development of entrepreneurship in the region : experience and problems : the articles by inter. conf. — St. Petersburg, 2006.
2. Odinets, V. P., Tarasevich, V. M., Tsatsulin, A. N. Market demand, price : stratification, analysis, forecast. — SPb. : Publishing. SPbUEF, 2003.
3. Pju, D. Understanding organizational change and management // Change management. — M. : MTSDO «LINK», 1996.