

ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ФАКТОРЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ И НЕПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СТРУКТУР

За последние годы предпринимательство занимает значительное место в экономике страны. Наиболее значимое влияние на становлении предпринимательства имеют образование и, безусловно, жизненный опыт и профессионализм. Важно, чтобы образовательный уровень предпринимателей соответствовал задачам, которые они перед собой ставят. Этому вопросу уделяют постоянное внимание специалисты, ученые, работающие в этой области. Успешный опыт США является ярким тому свидетельством: средний уровень образованности у предпринимателей несколько выше, чем у населения в целом, в то же время уровень образованности средних и мелких предпринимателей пока остается ниже, чем у профессиональных менеджеров и предпринимателей, руководителей крупных компаний [1, с. 14-15].

Целью данной статьи является проведение анализа основных факторов, которые наиболее целенаправленно и комплексно позволяют оценить уровень эффективности деятельности различных предпринимательских структур, в первую очередь, малого и среднего бизнеса, поскольку, кроме наличия деловых качеств, предпринимателям, менеджерам необходимо обладать способностью аналитической работы, в частности, реально оценивать эффективность (целесообразность) различных возможных вариантов коммерческо-предпринимательской деятельности.

Общеизвестно, что предпринимательство осуществляется во многих сферах человеческой деятельности, как производственной, так и непроизводственной направленности. При всей важности производственной сферы большое место в предпринимательской деятельности занимает сфера услуг, а для некоторых регионов приоритетными являются туристические и рекреационные услуги. При этом любой вид предпринимательства может организовываться в большие или малые структуры (организации), где имеются определенные фонды (капитал), человеческие ресурсы, оптимальное сочетание которых позволяет формировать эффективную (или неэффективную деятельность).

Задачи, стоящие перед предпринимателями, менеджерами в высшей степени сложны и взаимосвязаны, определяются требованиями удовлетворения потребностей покупателя и создания достаточных ресурсов для осуществления эффективной деятельности. Обеспечение эффективной деятельности возможно при постоянном анализе по соответствующим результирующим показателям деятельности предпринимателей (предприятий), а также путем сопоставления конкретных показателей по годам (или другим периодам) на данном предприятии или при сравнении с другими аналогичными предприятиями (предпринимательскими структурами). Система показателей (факторов) для различных целей анализа представлена на рис. 1.

Выбор показателей для оценки (определения) эффективности работы фирмы зависит от целей анализа. Таковыми могут быть:

- стратегические цели: необходимость сравнения результатов деятельности данной фирмы с результатами деятельности конкурентов или смежников, для чего выбираются обобщающие показатели и показатели каких-либо элементов деятельности;
- тактические цели: в этом случае руководство контролирует деятельность отдельных подразделений или производств какой-либо определенной продукции, для чего рассчитываются показатели эффективности функционирования этих подразделений;
- задачи планирования: необходимо сопоставить выгодность использования различных ресурсов или различных сочетаний данных ресурсов за какой-либо период, определить возможные изменения в будущем с учетом поставщиков, конкурентов и др.
- прочие цели руководства, например: проведение переговоров с профсоюзами о заключении коллективного договора, для этого в процессе анализа оцениваются предложения со стороны профсоюзов и соответствующие ограничения, выдвигаемые фирмой и т.д.



Рис.1. Система показателей (факторов), характеризующих эффективность деятельности предпринимательской структуры

Опишем сущность показателей, характеризующих эффективность деятельности фирмы.

Одним из главных показателей бизнеса является уровень удовлетворения потребностей рынка ($Y_{упр}$), который вычисляется сопоставлением изготовленной и реализованной продукции или оказанной услуги ($P_{ф}$) и вероятного спроса рынка на эту услугу ($O_{ср}$), определенного в процессе маркетингового исследования, то есть

$$\hat{O} \hat{O} \hat{O} \hat{O} = \frac{D_{\hat{O}}}{\hat{I}_{\hat{N}D}} \cdot 100 \quad (1)$$

Этот показатель дает возможность предпринимателю ориентироваться в вопросах перспективного развития: необходимости и направленности переориентации производства, изменения качественного уровня оказываемых услуг. При всей первостепенной важности показателя (1) для любого предпринимателя главной его целью остается прибыль, достижение запланированного уровня, что можно определить по формуле:

$$\hat{E}_{\hat{r}} = \frac{\hat{I}_{\hat{O}}}{\hat{I}_{\hat{r}}} \quad (2)$$

где K_{Π} – коэффициент роста (снижения) прибыли;

$\Pi_{ф}$, Π_{Π} – фактическая и плановая прибыль соответственно, грн.

Такое сопоставление (2) дает возможность выявить, насколько удалось достигнуть ожидаемых результатов. Использование для анализа других основных показателей (рис.1) позволяет выявить разнонаправленные потенциальные возможности предпринимателя (структуры), выбирать альтернативные варианты деятельности и развития.

В предпринимательской деятельности наиболее тщательным образом необходимо подходить к планированию и определению рентабельности, как относительному показателю прибыльности ведения хозяйства. В сфере производственного предпринимательства важное значение для оценки деятельности

приобретает в первую очередь рентабельность производства (P_{Π}), при определении которой сопоставляются прибыль и сумма основных фондов и оборотных средств предприятия:

$$D_i = \frac{\dot{I}}{\hat{I}\hat{O} + \hat{I}\hat{A}\hat{N}} \cdot 100 \quad (3)$$

где Π – прибыль, грн.

ОФ – основные фонды предприятия, грн;

ОБС – оборотные средства, грн.

Совместно с рентабельностью производства необходимо определять рентабельность отдельных изделий ($P_{и}$) как отношение прибыли и себестоимости (C) произведенной продукции (оказанных услуг):

$$D_E = \frac{\dot{I}}{\hat{N}} \cdot 100 \quad (4)$$

Этот показатель используется для оценки эффективности деятельности как производственных предпринимательских структур, так и сферы услуг, в том числе торговых, туристических и др.

Эффективность предпринимательской деятельности в большой мере зависит от уровня использования трудовых ресурсов. Последнее связано с уровнем оплаты труда. Наиболее актуальным использование этого показателя для предприятий сферы услуг, в частности, по оказанию туристических услуг, поскольку в этом бизнесе нет необходимости в значительных затратах на приобретение оборудования, материалов, техническое оснащение (переоснащение) – главную роль здесь играет человеческий фактор, который обеспечивает этот бизнес.

В этой связи для предпринимателей сферы услуг, в частности, туристической отрасли важным показателем, который нуждается в тщательном анализе и регулировании в процессе предпринимательской деятельности, является зарплатоёмкость (Z_E). Для ее вычисления пользуются показателями фонда заработной платы ($\Phi_{ЗП}$) и объема валового дохода ($V_{д}$). Расчетная формула такая:

$$C_A = \frac{\hat{O}_{\dot{C}\dot{I}}}{\hat{A}_A} \quad (5)$$

Одной из важных характеристик финансового состояния предпринимателя является его инвестиционная независимость от внешних источников, что можно определить по таким коэффициентам: финансовой независимости (автономности); привлечение долгосрочных заимообразных средств; покрытие платежей с фиксированными сроками выплат.

Коэффициент финансовой независимости ($K_{ФНЗ}$) вычисляется как отношение общей суммы собственного капитала (K_C) к общей величине балансовых средств (K_B), то есть:

$$\hat{E}_{\dot{o}iC} = \frac{\hat{E}_{\dot{N}}}{\hat{E}_A} \quad (6)$$

Он характеризует степень независимости предприятия от внешних источников финансирования. Поэтому чем больше значения коэффициента, тем лучше финансовое состояние предприятия. В мировой практике считают, что общая сумма задолженности не должна превышать величины собственных источников финансирования. Это означает, что когда коэффициент больше 0,5, финансирование предпринимательской структуры за счет привлеченных средств осуществляется в допустимых границах.

Коэффициент привлечения долгосрочных заимообразных средств ($K_{ПВС}$) определяется как доля (уровень) долгосрочных кредитов ($K_{ДК}$) в общем объеме собственных и приравненных к ним средств ($K_{СС}$) по такой формуле:

$$\hat{E}_{\dot{i}C\dot{N}} = \frac{\hat{E}_{\dot{A}\dot{E}}}{\hat{E}_{\dot{N}\dot{N}}} \quad (7)$$

Этот коэффициент характеризует относительную величину привлечения заимообразных средств для выполнения финансовых обязательств предприятия сравнительно с его уставным фондом (капиталом). Мировая практика ведения хозяйства признает бизнесовую деятельность достаточно эффективной, когда уровень заимообразных средств не превышает 1/3 собственного акционерного капитала.

Коэффициент покрытия платежей с фиксированными сроками выплат ($K_{ПП}$) фактически фиксирует размер годовых платежей предприятия, связанных с его долгосрочными обязательствами и определяется сравнением валовой прибыли (Π_B) и суммы долгосрочных пассивов ($\Pi_{ДС}$) по формуле:

$$\hat{E}_{\bar{H}} = \frac{\dot{I}_{\hat{A}}}{\dot{I}_{\hat{A}\bar{N}}} \quad (8)$$

Финансовое состояние предпринимателя считается нормальным, если коэффициент покрытия таких платежей колеблется в пределах 1,5 – 2,0.

По результатам поэтапного проведения анализа делаются выводы и разрабатываются мероприятия повышения эффективности предпринимательской деятельности.

Для комплексной оценки эффективности предпринимательской деятельности ученые предлагают использовать обобщающие (интегральные) показатели, один из таких вариантов представлен в монографии [3, с. 109-123]. Исследования в этом направлении представляют большой интерес как для науки, так и практики. Однако однозначное решение этого вопроса, как подчеркивают многие специалисты, представляется весьма сложным и требует самостоятельного изучения.

Подводя итог проведенного исследования по формированию и анализу основных факторов (показателей) эффективности предпринимательской деятельности необходимо отметить, что многие предприниматели (компании) основной целью признают максимизацию прибыли. Реализация такой политики на практике порождает множество постоянных проблем. В краткосрочном периоде компания (предприниматель) может достигнуть максимальной величины прибыли. Однако увеличение размера прибыли в короткий период возможно только за счет прекращения финансирования научно-исследовательских работ и разработок, направленных на создание новых видов продукции (услуг). По этой причине в долгосрочной перспективе прибыль будет уменьшаться вследствие отказа от производства новых товаров, внедрения новой техники и технологии. Поэтому маловероятно, чтобы большинство предпринимателей (компаний) существовали с одной единственной целью – получить как можно больше прибыли сегодня, не основываясь на перспективных прогнозах.

Литература

1. Основы предпринимательской деятельности: Учебное пособие. - 2-е изд., доп. и перереб. / Под ред. д.э.н. Нагорской М.Н. - Симферополь: Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского, 2008. - 308 с.
2. Крутик А., Пимонова А. Введение в предпринимательство. – СПб.: «Политехника», 1995.-525с.
3. Нагорская М.Н. Эффективность производства: роль управленческого персонала.- Донецк: ИЭП НАН Украины, 1998.-240с.