

ПРОЕКТИРОВАНИЕ И ОЦЕНКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА

Царьков А.О., Гусарова О.М.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Смоленск,
e-mail: om.gusarova@mail.ru*

В статье рассмотрены концептуальные и методологические подходы к оценке эффективности бизнеса. Рассмотрены системы показателей оценки бизнеса, таких как оборот бизнеса, чистая стоимость активов, совокупная доля рынка, чистая прибыль, индекс потенциала развития бизнеса и ряд других показателей. Выполнен анализ ключевых показателей эффективности бизнеса, оценивающих как эффективность бизнеса в целом, так и эффективность отдельного бизнес-процесса. Рассмотрена система качественных и количественных показателей, начиная от планирования стратегии бизнес-компанией в долгосрочной перспективе и занимаемой рыночной ниши до чистой прибыли и рентабельности продукции. Выявлено, что управление эффективностью бизнеса является комплексной стратегической задачей, для решения которой должны быть задействованы информационные системы и процессы, которые обеспечивают контроль и управление деятельностью компании. Выполнен обзор инструментов повышения эффективности бизнеса, таких как поиск привлекательной ниши, планирование долгосрочной стратегии, анализ стратегических игроков своей отрасли, расширение бизнеса в смежные отрасли, поиск надежных поставщиков и партнеров, создание уникального товара, расширение ассортимента, установка объективной цены на продукцию, анализ эмоциональной и функциональной привлекательности товара/услуг для клиентов, использование инструментов маркетинга и продаж для продвижения товара, расширение клиентской базы, анализ цепочки покупателей, эффективная работа с постоянными клиентами, обучение квалифицированных сотрудников и ряд других инструментов. Осуществлено рассмотрение этапов оценки эффективности бизнеса с использованием вероятностно-статистических методов моделирования бизнес-процессов.

Ключевые слова: показатели эффективности бизнеса, планирование стратегии развития компании.

DESIGN AND MEASUREMENT OF BUSINESS PERFORMANCE

Tsarkov A.O., Gusarova O.M.

*Financial University under the Government of the Russian Federation, Smolensk,
e-mail: om.gusarova@mail.ru*

The article discusses the conceptual and methodological approach to the evaluation of business efficiency. The scorecard examined business valuation, such as turnover business, net asset value, the combined share of the market, net profit, business development capacity index and a number of other indicators. The analysis of key performance indicators (KPIs) business, evaluating the effectiveness of the business as a whole, and the effectiveness of a single business process. A system of qualitative and quantitative indicators, ranging from business strategy planning company in the long term and market niche to net profit and profitability of produce. It was revealed that performance management is an integrated strategic task, which should involve information systems and processes that provide monitoring and management of the company. Gives an overview of the tools for improving business performance, such as finding attractive niches, planning long-term strategy, analysis of strategic players in its industry, the expansion of businesses in related industries, finding reliable suppliers and partners, to create a unique product, expansion of assortment, setting an objective price of products, analysis of emotional and functional attractiveness of goods/services for customers, sales and marketing tools for promotion, expansion of client base, analysis of chain buyers, effective work with clients, training of skilled staff and a number of other tools. Carried out the steps for business efficiency estimation using probabilistic and statistical modelling of business processes.

Keywords: performance indicators of the business, planning the strategy of company development.

Отличительной особенностью современной экономики является внедрение практически во все сферы практической и научной деятельности цифровых технологий, способствующих сокращению времени обработки больших массивов данных, повышению эффективности управления, оперативному мониторингу процесса производства и деятельности организации и в целом повышению эффективности бизнеса. Проблемам внедрения цифровых технологий в практическую деятельность организаций и субъектов России всех уровней посвящен ряд научных публикаций [1–5].

Особую актуальность приобретают вопросы оценки эффективности бизнеса на различных этапах его проектирования и реализации. Топ-менеджер стремится оценить эффективность деятельности своей компании, что позволяет сделать вывод, насколько бизнес-компания следует стратегии развития, после чего определяются тактические цели, оперативные ориентиры и пути их достижения. Эффективность бизнеса отражает успешность компании, соответствие её качественных и количественных показателей намеченным ориентирам на конкретных этапах деятельности.

Благодаря оценке эффективности бизнеса можно получить данные о том, как происходит развитие компании, как осуществляется реализация разработанного бизнес-плана, насколько успешным является система управления и мониторинга бизнес-процессами. При получении результатов бизнеса, не соответствующих стратегии развития бизнес-организации, необходимо пересмотреть либо бизнес-план, либо намеченные ориентиры, либо в совокупности всю систему организации бизнес-процессов [6].

Ключевые показатели эффективности бизнеса (Key Performance Indicator, аббр. KPI) – инструменты, позволяющие провести анализ эффективности любого вида бизнеса, определить процент достижения поставленных целей.

В качестве основных показателей, оценивающих эффективность бизнеса компании можно принять: оборот бизнеса; чистая стоимость активов; совокупная доля рынка; доходы до вычетов; чистая прибыль; чистая приведенная стоимость бизнеса; индекс потенциала развития бизнеса; долговая нагрузка бизнеса; эффективность в расчете на одного работника [7].

В качестве показателей, оценивающих как эффективность бизнеса в целом, так и эффективность отдельного бизнес-процесса, принимаются следующие качественные и количественные показатели [8,9]:

– расширение доли рынка. Данный показатель дает характеристику положения бизнес-компании на рынке по сравнению с конкурентами. Количественный маркер доли рынка определяют % соотношением показателей объема продаж, к общему объему продаж товаров аналогичной категории на рынке;

– расширение/обновление/пополнение ассортимента товара/услуг. В финансовом плане компании следует предусмотреть траты на заказ/закупку новой продукции, которая была бы интересна потребителю;

– увеличение показателей лояльности клиентов. Более 30% постоянных покупателей – свидетельство успешной работы компании;

– уровень результативности менеджмента. Благодаря налаженной работе менеджмента, уровень дохода может за год увеличиться в разы, превысив расходы.

Данные показатели оценивают эффективность бизнеса компании как в целом, так и могут предоставлять информацию о конкретном бизнес-процессе. Каждое предприятие самостоятельно выбирает параметры оценки эффективности бизнеса.

В основном, эффективность бизнеса оценивают исходя из бухгалтерской отчет-

ности. Документация позволяет определить финансовое положение компании и ключевые показатели его деятельности. Используя эти данные, осуществляется корректировка моделей бизнес-процессов и тактических решений в повышении результативности бизнеса.

Современные экономические условия и усиление конкурентной борьбы стимулируют предпринимателей на сокращение расходов, упрощение бизнес-процессов, увеличение доходности и повышение эффективности бизнеса.

Управление эффективностью бизнеса является комплексным интегрированным решением, включающим методологическую базу, показатели, информационные системы и процессы, которые обеспечивают контроль и управление деятельностью компании. Главные сферы управления: финансы, организационная структура бизнеса, продукты, клиенты, метод целевого управления.

Для повышения эффективности бизнеса рекомендуется использование следующих инструментов:

– поиск привлекательной ниши. Чтобы сэкономить бюджет, не тратя усилия на «раскрутку» товара, необходимо найти перспективную нишу (рынок сбыта), которая будет пользоваться популярностью у клиентов;

– планирование стратегии в долгосрочной перспективе;

– анализ стратегических игроков своей отрасли для понимания того, что может повлиять на выбор клиента;

– создание уникального торгового предложения, которое будет выгодно отличаться от других предложений на рынке;

– использование инструментов маркетинга и продаж для продвижения товара на рынке;

– анализ цепочки покупателей – добавление в круг постоянных покупателей неохваченные сегменты клиентской базы;

– анализ эмоциональной и функциональной привлекательности товара/услуг для клиентов;

– эффективная работа с постоянными клиентами.

– работа с продуктовой линейкой – пополнение и обновление ассортимента, продвижение, расширение бизнеса в смежные отрасли;

– создание службы контроля за качеством;

– поиск надежных поставщиков и партнеров;

– поиск и обучение квалифицированных сотрудников;

– установка объективной цены на продукцию, которая принесет максимальную прибыль, а не убыток;

– ведение прозрачной бухгалтерии.

Повысив эффективность бизнеса, реально увеличить его финансовую отдачу. Наиболее действенный способ – уменьшение расходов и увеличение доходов, используя разнообразные инструменты повышения эффективности бизнеса. Чтобы улучшить управление бизнес-процессами, необходимо соблюдать стандарты стратегического управления, состоящие из следующих уровней:

– динамик-хаос – когда бизнес-процесс ещё не имеет качественной и количественной оценки;

– контроль – повторяемость и управляемость основных бизнес-процессов, с налаженным учетом и контролем, но без оптимизации и точных нормативов;

– оптимизация – поиск и упрощение ключевых бизнес-процессов, снижение уровня производственных издержек. Бизнес-процессы стандартизованы, подтверждены документально;

– адаптация – бизнес-процессы умеют приспосабливаться к внешним факторам. Компания формирует внутренние стандарты качества, создаются стратегические и оперативные планы, налаживается обратная связь;

– мировой класс – предприятие может формировать рынок. Компания умело управляет всеми бизнес-процессами (производством, сбытом, обслуживанием, контролем).

Для оценки эффективности малого бизнеса возможно использование традиционных экономических показателей. В качестве примера можно привести показатели производимой продукции: прибыль; рентабельность; трудоемкость изделия; материалоемкость; энергоёмкость; другие показатели – стоимость аренды помещения, транспорт и логистика и т.д. Указанные показатели помогают оценить эффективность малого бизнеса и сравнить её с показателями конкурентов.

В научных публикациях ранее отмечено, что: «руководители фирм, финансовые менеджеры, аналитики должны не только владеть современными методиками оценки бизнеса и количественного анализа бизнес-процессов, но и грамотно их применять в своей практической деятельности» [10].

Вероятностно-статистические методы оценки бизнеса используются в том случае, когда эффективность принимаемых решений зависит от большого количества факторов, имеющих случайный характер и прояв-

ляющихся эпизодически. При построении математической модели, характеризующей подобные зависимости, невозможно учесть влияние всего множества случайных факторов, поэтому в уравнение вероятностно-статистической модели вводится стохастический элемент.

Любой объект бизнеса может развиваться по различным траекториям, в результате чего на выходе могут быть получены те или иные результаты и показатели, характеризующих эффективность бизнеса, подлежащие оценке с использованием вероятностно-статистических характеристик.

На практике вероятностно-статистические методы применяются в том случае, когда для оценки результатов бизнеса используются большие массивы статистической информации, формируемые путем применения выборочного метода, и, следовательно, подчиняющиеся законам теории вероятностей.

Применение вероятностно-статистических методов в оценке эффективности принятия бизнес-решений состоит из следующих этапов:

– постановка целей и задач исследования;

– проектирование концептуальной модели исследуемого объекта (процесса);

– построение на основе содержательного (экономического) анализа функционирования объекта исследования абстрактной математико-статистической модели, базирующейся на реальных статистических данных;

– параметризация вероятностной модели, т.е. численная оценка весовых коэффициентов математической модели, используя вероятностно-статистический инструментарий;

– проверка качества вероятностно-статистической модели на ее соответствие реальным закономерностям функционирования объекта исследования;

– использование результатов математического моделирования для исследования тенденций и перспектив развития явления (процесса, объекта).

В заключение можно отметить, что ключевыми факторами успеха бизнеса являются внедрение во все звенья проектирования, организации и реализации бизнеса современных технологий, методов и приемов с использованием инновационных достижений цифровой экономики.

Список литературы

1. Царьков А.О., Гусарова О.М. Использование математико-статистических инструментов эконометрики в оценке эффективности работы сотрудника // Международный студенческий научный вестник. 2018. № 4-6. С. 864-868.

2. Гусарова О.М., Комаров П.И., Денисов Д.Э. Нейронные сети в кредитном скоринге // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2018. № 5. С. 107-113.
3. Гусарова О.М., Кузьменкова В.Д., Комаров П.И. Цифровые модели социально-экономического развития региональных субъектов // Фундаментальные исследования. 2018. № 8. С. 42-47.
4. Гусарова О.М. Трендовый анализ приоритетных направлений региональной экономики // Фундаментальные исследования. 2016. № 8-1. С. 123-128.
5. Ильин С.В., Гусарова О.М. Эконометрическое моделирование в оценке взаимосвязи региональных показателей // Международный студенческий научный вестник. 2015. № 4-1. С. 134-136.
6. Комаров П.И., Гусарова О.М., Таранец С.А. Нейросетевые модели оценки стоимости бренда компании // Современные наукоемкие технологии. 2018. № 12. С. 47-51.
7. Гусарова О.М., Морозов А.А., Жарская Ю.В., Прохоренков П.А., Курьлев В.А., Троицкая Л.М. Информационно-аналитические технологии моделирования бизнес-процессов. Смоленск, 2018. 314 с.
8. Гусарова О.М. Информационно-аналитические технологии прогнозирования деятельности организаций // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 12-3. С. 492-495.
9. Гусарова О.М. Оценка взаимосвязи региональных показателей социально-экономического развития (на материалах центрального федерального округа России) // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 6-2. С. 11.
10. Гусарова О.М. Аналитический аппарат моделирования корреляционно-регрессионных зависимостей // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 8-2. С. 219-223.