

Методический подход к оценке повышения эффективности деятельности промышленных предприятий за счет развития экспортного потенциала

© 2010 А.В. Сидоренко

начальник управления внешнеэкономической деятельности

ФГУП «ГНП РКЦ «ЦСКБ-Прогресс»»

E-mail: grishanov-sgau@mail.ru

В статье исследуются подходы отечественных и зарубежных авторов к оценке эффективности деятельности экономических субъектов микроуровня; рассматривается влияние экспортной деятельности на эффективность функционирования хозяйствующих субъектов; предлагается авторский метод оценки влияния развития экспортной деятельности на эффективность функционирования предприятий промышленности.

Ключевые слова: промышленные предприятия, эффективность деятельности, экспортный потенциал.

В настоящее время теоретиками и практиками экономической науки предложено множество подходов к оценке эффективности деятельности предприятия. Ряд российских ученых (Г.С. Савицкая, О.В. Ефимова, А.Д. Шеремет) сводят оценку эффективности только к расчету финансово-экономических показателей. Рекомендации по использованию показателей для оценки эффективности деятельности предприятия, изложенные в американском стандарте управленческого учета «Измерение эффективности предприятия» (Statement on Management Accounting «Measuring entity performance»; SMA 4D), также основываются на применении различных финансовых показателей (чистая прибыль, денежные потоки, рентабельность инвестиций, остаточный доход, стоимость бизнеса)¹.

Профессоры Гарвардской школы экономики Р. Каплан и Д. Нортон разработали методику оценки эффективности предприятия на основе сбалансированной системы показателей (BSC), предполагающей четыре классических направления оценки эффективности: финансы, рынок и клиенты, бизнес-процессы, обучение и развитие².

Вместе с тем современные представления о предприятии как об открытой, саморазвивающейся, динамической системе, интегрированной во внешнюю среду и активно с ней взаимодействующей, определяют необходимость использования комплексного подхода к оценке эффективности деятельности предприятия с позиций различных заинтересованных групп.

В силу того, что предприятие является объектом ожиданий со стороны многих социально-экономических субъектов (собственники, менеджеры, работники, конкуренты, потребители, поставщики и подрядчики, инвесторы, кредитные организации, государство и др.) с разносторонними интересами,

различными критериями и подходами к оценке эффективности, понятие эффективности дробится в соответствии с разнообразием этих субъектов и их точек зрения. Следовательно, для оценки эффективности деятельности предприятия необходимо определить показатели, соответствующие каждой группе заинтересованных субъектов согласно критерию полноты удовлетворения их интересов, связанных с его функционированием.

Например, с позиций собственника эффективность определяется ростом финансовых результатов деятельности предприятия, увеличением его стоимости.

Топ-менеджмент предприятия оценивает его эффективность с помощью системы ключевых показателей, таких как показатели производства, продажи, сервисного обслуживания, финансовые показатели и др.

Для персонала эффективность предприятия выражается в возможности удовлетворения социально-экономических ожиданий, потребностей и интересов работников (оплата и содержание труда, возможность личностной самореализации, удовлетворенность общением в коллективе и т.п.), а также обеспечения безопасных условий труда, сохранения здоровья и работоспособности работников.

Конкуренты определяют эффективность предприятия по следующим внутренним и внешним направлениям: результативность бизнес-процессов, развитие и ротация персонала, инновационность и расширение ассортимента и направлений деятельности, ценовая политика, рост доли рынка, которую занимает предприятие, ассортимент услуг, ноу-хау, PR, реклама, маркетинговые ходы, взаимодействие со СМИ.

Потребители оценивают эффективность работы предприятия по следующим признакам: ка-

чество продукции, качество обслуживания, имидж компании-производителя, мнение о ценах³.

Для поставщиков и подрядчиков эффективность предприятия определяется уровнем исполнения договорных обязательств (например, соблюдением сроков оплаты), качеством коммуникаций, исполнительностью и отзывчивостью на требования и пожелания партнера.

Инвесторы оценивают эффективность предприятия, основываясь на показателях доходности, получаемых в расчете на инвестированный капитал, т.е. рентабельности инвестиций, сроках окупаемости своих вложений.

Для кредитных организаций эффективность предприятия определяется его возможностью выплачивать проценты и основную сумму долга по кредитам.

Государство оценивает эффективность предприятия с позиций его участия в решении комплекса социальных и экономических задач, представляющих жизненно важный интерес для государства. Социальный аспект заключается в дополнительных рабочих местах, морально-психологической стабильности работников, имеющих постоянную работу, и др. С экономической точки зрения, эффективность предприятия для государства определяется его способностью обеспечивать налоговые поступления в бюджет.

Актуализация в современном техногенном обществе экологической проблематики, ужесточение экологических стандартов привели к появлению нового критерия эффективности предприятия с позиций как государства, так и общества в целом - оказываемого предприятием воздействия на окружающую среду, уровня экологической безопасности при осуществлении им производственно-хозяйственной деятельности.

Учитывая наличие множества разнонаправленных запросов и ожиданий субъектов внешней и внутренней среды предприятия, необходимо оценивать его общую эффективность многокритериальным и многоуровневым образом, включая требования всех его контрагентов и самого предприятия как экономического субъекта, осуществляющего протяженное во времени объединение производственных, рыночных и инновационно-воспроизводственных процессов⁴.

Система показателей эффективности, адекватная поставленным стратегическим целям предприятия и позволяющая наилучшим образом оценить их реализацию, должна также учитывать особенности стратегической ориентации промышленного предприятия, его специфику, состояние внешней среды, степень ее воздействия на предприятие и другие факторы.

При всем многообразии стратегических целей предприятие как коммерческая организация имеет

доминанту достижения наилучших экономических результатов, извлечения наибольшей массы прибыли с учетом долговременной перспективы развития и максимизации стоимости предприятия.

Оценивая экспорт с позиций его участия в повышении финансовых результатов как приоритетов деятельности предприятия, необходимо отметить, что осуществление экспорта обеспечивает поступление валютной выручки, увеличение притока отечественных и иностранных инвестиций.

Кроме того, экспорт стимулирует рост конкурентоспособности за счет совершенствования технического уровня производства и качества продукции. Осуществление экспортной деятельности также повышает эффективность использования природных ресурсов и преимуществ территориального разделения труда, помогает снизить уровень безработицы.

Таким образом, очевидно, что экспорт обеспечивает улучшение показателей, характеризующих эффективность деятельности предприятия с позиций различных заинтересованных групп: собственников, менеджеров, персонала, конкурентов и т.д.

Следовательно, осуществление экспорта является комплексным фактором эффективности деятельности промышленного предприятия.

Данный вывод подтверждают результаты исследования, проведенного сотрудниками ГУ ВШЭ при поддержке Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации. Исследование показало, что среди экспортеров доля эффективных, конкурентоспособных компаний вдвое выше, чем среди предприятий, работающих исключительно на внутреннем рынке, независимо от доли экспорта в объеме продаж (см. рисунок)⁵.



Рис. Соотношение уровня конкурентоспособности предприятия и объемов его экспортной деятельности

Характеризуя экспорт с позиций его места в процессах формирования, обеспечения и оценки эффективности работы предприятия, необходимо отметить двойственность его роли. Экспорт является *фактором* эффективности деятельности предприятия, но одновременно с этим он выступает и в качестве *результата* эффективной работы предприятия.

Очевидно, что в условиях свободной конкуренции на мировом рынке экспорт возможен в том случае, если продукция предприятия является конкурентоспособной.

Конкурентоспособность товара - это оцененное потребителем превосходство его по качеству и цене над аналогами в определенный момент времени в конкретном сегменте рынка, достигнутое без ущерба для производителя⁶.

Конкурентоспособность - сравнительная характеристика товара, она содержит комплексную оценку всей совокупности производственных, коммерческих, организационных и экономических показателей товара относительно выявленных требований рынка. Конкурентоспособность является очень сложной категорией, которая зависит от множества факторов - материальных (вещественных) и нематериальных условий, необходимых для формирования конкурентных преимуществ.

Сравнение факторов конкурентоспособности продукции, находящихся в сфере влияния предприятия, и показателей, признаков, выступающих в качестве критериев эффективности деятельности предприятия с позиций его различных контактных аудиторий, показывает совпадение данных категорий по смысловому содержанию. Данное тождество является методологическим основанием тезиса о том, что эффективность деятельности предприятия обеспечивает конкурентоспособность его продукции, поскольку на конкурентном пространстве более эффективное, производительное предприятие сможет вытеснить с рынка других конкурентов, обеспечив, например, доступные для потребителя цены или иные конкурентные преимущества.

Следовательно, осуществление экспорта, как результат достижения конкурентоспособности товара на внешнем рынке, свидетельствует одновременно об эффективной работе предприятия как с точки зрения его контрагентов, так и с точки зрения внешнего окружения. В этом заключается двойственность экспорта с позиций его участия в обеспечении эффективной деятельности предприятия: экспорт одновременно выступает и как фактор, и как результат эффективной работы предприятия.

Подобная роль экспорта свидетельствует о том, что интенсификация внешнеэкономической деятельности (ВЭД) отечественных предприятий,

в частности их ориентация на зарубежные рынки сбыта продукции, в настоящее время должна выступать ключевым направлением программы посткризисных мероприятий, реализуемых на промышленных предприятиях и пришедших на смену антикризисным.

Таким образом, в настоящее время необходимым условием устойчивого развития и роста экономики как на макро-, так и на микроуровнях является интенсификация экспорта совместно с активизацией инновационно-инвестиционных процессов, повышением эффективности использования рыночных инструментов, согласованным решением задач формирования соответствующих технологической, финансовой, институциональной и организационной структур, основной целью которых выступает объединение всех необходимых элементов в общий воспроизводственный контур нового технологического и социально-экономического укладов, создание благоприятных условий для модернизации и повышения эффективности деятельности промышленных предприятий.

Развитие элементов экспортного потенциала оказывает прямое воздействие на увеличение эффективности деятельности промышленного предприятия. Осуществляется оно по двум направлениям: развития фактически достигнутого экспортного потенциала и вовлечения во внешнеторговый оборот нереализованных по разным причинам экспортных позиций. При развитии фактически достигнутого экспортного потенциала повышаются объемы экспорта, уровень валютной выручки и чистой прибыли промышленного предприятия. Экспортная выручка является составляющей совокупного дохода экспортоориентированного предприятия, следовательно, растут объемные и стоимостные показатели предприятия в целом. Уровень этого роста определяется долей экспортной продукции в общем объеме выпуска предприятия и долей затрат в общей себестоимости. У продукции экспортного ассортимента на каждом рынке может быть своя цена и свои затраты. Они могут существенно отличаться от цены и затрат аналогов, идущих на внешний рынок.

Для того чтобы определить влияние развития экспортного потенциала на повышение эффективности деятельности промышленного предприятия, необходимо определить величину каждой из его составляющих. Для этого проводим оценку фактически достигнутого экспортного потенциала $ЭП_{фд}$ по каждой номенклатурной позиции, а также оценку нереализованного экспортного потенциала по трем показателям: объему валютной выручки по экспортным позициям прошлых лет, не востребованным на рынках в отчетном периоде по разным причинам $ЭП_{нрп}$; объему товар-

ной продукции, конкурентоспособной на внешнем рынке, но не поставляемой по разным причинам $ЭП_{НР2}$; объему рекламаций, включая полный или неполный возврат брака $ЭП_{НР3}$.

Первая и вторая позиции нереализованного экспорта являются резервом развития экспортного потенциала промышленного предприятия.

Третья позиция представляет собой дестабилизирующий фактор, который ведет к снижению или утрате экспортного потенциала из-за некачественно выполненных операций бизнес-процесса по производству, комплектации, условий сбыта экспортных позиций.

Оценка нереализованного экспортного потенциала проводится по каждой позиции экспорта и каждому рынку реализации. Такой разрез анализа необходим потому, что одна и та же позиция экспорта в одних сегментах рынка может представлять успешно реализуемый экспорт, а в других - элементы нереализованного потенциала вида $ЭП_{НР1}$, $ЭП_{НР2}$, $ЭП_{НР3}$.

Развитие элементов экспортного потенциала оказывает прямое влияние на конечные результаты и экономическую эффективность деятельности промышленного предприятия. Автор предлагает оценивать результаты деятельности промышленного предприятия с помощью системы прямых и частных показателей. Оценка показателей должна осуществляться с учетом доли экспорта в совокупном объеме конечных показателей промышленного предприятия.

К прямым показателям автор относит: прирост объемов продукции по рынкам сбыта; прирост выручки предприятия; прирост чистой прибыли предприятия; увеличение коэффициента эффективности деятельности предприятия.

В частные показатели автор включает: повышение доли конкурентоспособной продукции; прирост доли инновационной продукции; прирост стоимости бренда (брендов); прирост стоимости бизнеса предприятия; улучшение имиджа и деловой репутации предприятия.

С помощью данных показателей можно определить только совокупный результат внутри- и внешнеэкономической деятельности предприятия. Для того чтобы выявить, как влияет развитие экспортной деятельности на эффективность в целом, необходимо проанализировать значения коэффициентов эффективности отдельно по видам деятельности, при этом нужно учитывать условия сопоставимости показателей по времени, объемам, единицам измерения и др. Анализ предлагается проводить по сравнимой и несравнимой продукции в отдельности. К сравнимой автором относится та, что поставлялась в отчетном периоде и на внешний и на внутрен-

ний рынки. К несравнимой - те номенклатурные позиции, которые производились в отчетном периоде только для внешнего или внутреннего рынка. Расчет фактически достигнутого экспортного потенциала дает возможность проанализировать влияние фактически достигнутого экспорта, а нереализованного - прирост эффективности за счет его вовлечения в экспортную деятельность.

Расчет разницы коэффициентов эффективности по каждому виду сравнимой продукции (см. (1)) дает возможность сразу сделать вывод о влиянии экспортной деятельности на совокупную эффективность.

$$\lambda = \frac{B_{вал.i} \cdot k_{вал}}{З_{эксн.i}} - \frac{РП_i}{C_i}, \quad (1)$$

где $B_{вал.i}$ - валютная выручка от продаж продукции i -го вида на внешнем рынке, в валюте цены сделки;
 $k_{вал}$ - курс пересчета валюты цены сделки в рубль на дату расчета, руб.;
 $З_{эксн.i}$ - совокупные затраты на производство и продажу i -го вида продукции на внешнем рынке, руб.;
 $РП_i$ - выручка от продаж продукции i -го вида на внутреннем рынке, руб.;
 C_i - полная себестоимость продукции i -го вида, реализованной на внутреннем рынке, руб.

Расчет влияния экспортной деятельности на совокупную эффективность предприятия по несравнимой продукции автором предлагается проводить с помощью следующей формулы (2):

$$\lambda = \frac{\sum_{i=1}^n B_{вал.i} \cdot k_{вал}}{\sum_{i=1}^n З_{эксн.i}} - \frac{\sum_{j=1}^m РП_j}{\sum_{j=1}^m C_j}, \quad (2)$$

где $B_{вал.i}$ - валютная выручка от продаж продукции i -го вида на внешнем рынке, в валюте цены сделки;
 $k_{вал}$ - курс пересчета валюты цены сделки в рубль на дату расчета, руб.;
 $З_{эксн.i}$ - совокупные затраты на производство и продажу i -го вида продукции на внешнем рынке, руб.;
 $РП_j$ - выручка от продаж продукции j -го вида на внутреннем рынке, руб.;
 C_j - полная себестоимость продукции j -го вида, реализованной на внутреннем рынке, руб.

С помощью данной формулы находится разница коэффициентов эффективности на разных рынках, что дает возможность определить преимущество хозяйствования на одном из них.

Проводя исследование на предприятиях Самарской области, производящих высокотехнологичную наукоемкую продукцию, автор убедил-

ся, что такой методический подход позволяет достаточно объективно оценить влияние развития экспорта на совокупную эффективность деятельности промышленных предприятий.

¹ *Аверчев И.* Как оценить эффективность работы компании. URL: http://www.iteam.ru/publications/finances/section_29/article_2941/.

² *Каплан Р.С., Нортон Д.П.* Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. 2-е изд., испр. и доп. М., 2008.

³ *Хойзингтон С., Науманн Э.* Системный подход к обеспечению лояльности потребителей // *Деловое совершенство*. 2006. □3. С. 6-14.

⁴ *Клейнер Г.* Институциональные аспекты реформирования промышленных предприятий // *Проблемы теории и практики управления*. 2002. □ 4. С. 24-30.

⁵ *Российская промышленность на перепутье. Что мешает нашим фирмам стать конкурентоспособными: докл. ГУ ВШЭ по результатам партнерского проекта со Всемирным банком при финансовой поддержке Мин-ва экономического развития и торговли Рос. Федерации / В. Голикова, К. Гончар, Б. Кузнецов, А. Яковлев; науч. рук. проекта Е. Ясин. М., 2007.*

⁶ *Бекетов Н.В.* Понятие конкурентоспособности и его эволюция // *Маркетинг в России и за рубежом*. 2009. □ 4.

Поступила в редакцию 04.07.2010 г.