

УДК 338.3

ОСНОВНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У РИНКОВИХ УМОВАХ

Л. М. Павловська

студентка 3 курсу, група ЕП-31, навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
Науковий керівник – к. е. н., професор Т. В. Кузнєцова

*Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне, Україна*

У статті висвітлено теоретичні засади оцінювання ефективності господарської діяльності підприємства. Досліджено специфічні форми економічного ефекту. Розглянуто систему показників ефективності виробництва та чинники, що впливають на її зростання в умовах ринку. Визначено напрямки раціонального використання ресурсів підприємства з метою оптимізації поточних витрат виробництва.

Ключові слова: господарська діяльність, оцінка, ресурси, доходи, видатки, ефективність.

В статье освещены теоретические основы оценки эффективности хозяйственной деятельности предприятия. Исследованы специфические формы экономического эффекта. Рассмотрена система показателей эффективности производства и факторы, влияющие на ее рост в условиях рынка. Определены направления рационального использования ресурсов предприятия с целью оптимизации текущих издержек производства.

Ключевые слова: хозяйственная деятельность, оценка, ресурсы, доходы, расходы, эффективность.

In the article the theoretical principles of an estimation of efficiency of economic activity of the enterprise are highlighted. Specific forms of economic effect are investigated. The system of indicators of production efficiency and factors influencing its growth in market conditions are considered. The directions of rational use of enterprise resources for optimization of current production costs are determined.

Keywords: economic activity, estimation, resources, profit, expenses, efficiency.

Оцінка ефективності займає важливе місце в системі управління діяльністю підприємства, адже являє собою ефективний інструмент для інформаційно-аналітичного забезпечення функціонування підприємства, а її результати складають основу для прийняття управлінських рішень, при цьому вони можуть бути використані як для визначення стратегічних, так і тактичних цілей.

Питання оцінювання економічної ефективності діяльності підприємства є досить дискусійним. Цю проблему розглядали у своїх працях як вітчизняні, так і іноземні науковці, зокрема: Е. Е. Вершигора, Дж. Дей, Н. Л. Зайцев, Н. М. Купріна, Ф. Котлер, Ж. Ламбен, І. І. Мазур, І. А. Маркіна, Г. В. Осовська, І. В. Петрова, Т. А. Сініцина, Т. М. Ступницька, О. Л. Устенко, Л. М. Христенко, А. В. Шегеда та ін.

Метою статті є дослідження теоретичних засад оцінювання ефективності господарської діяльності підприємства у ринкових умовах.

Оцінка ефективності повинна враховувати різні аспекти діяльності підприємства і охоплювати показники як поточної, так і стратегічної оцінки. При оцінюванні ефективності потрібно порівнювати очікувану цінність того, що буде отримано, з очікуваною цінністю того, що буде загублено. У практичних розрахунках цей показник відображає відношення результатів виробництва до витрат на виробництво і збут продукції.

З огляду на це, ефективність виробництва – являє собою комплексне відбиття кінцевих результатів використання засобів виробництва і робочої сили за певний проміжок часу (у зарубіжних країнах з розвинутою ринковою економікою для оцінювання результативності господарювання використовують інший термін – «продуктивність системи виробництва і обслуговування» [1]).

Внаслідок здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства, впровадження на ньому прибуткових певних технічних, організаційних чи економічних заходів має місце первісний (одноразовий) ефект. Досить важливого практичного значення набуває визначення і оцінка «мультиплікаційного ефекту», що має свої специфічні форми прояву.

Специфічні форми мультиплікаційного ефекту:

1. Дифузійний.
2. Резонансний.
3. Ефект стартового вибуху.
4. Ефект супроводжувальних можливостей.
5. Ефект акселерації.

Дифузійний ефект може реалізовуватись у тих випадках, коли певне господарсько-управлінське рішення, нововведення технічного, організаційного, економічного чи соціального характеру поширюється на інші галузі, внаслідок чого відбувається його мультиплікація (наприклад, перш ніж знайти широке застосування у чорній металургії метод безперервного розливання рідкого металу був започаткований на підприємствах кольорової металургії).

Резонансний ефект має місце тоді, коли якийсь нововведення у певній галузі активізує і стимулює розвиток інших явищ у виробничій сфері (зокрема отримання синтетичного волокна високої якості призвело до виробництва нових видів тканин, а це стимулювало появу нових видів одягу тощо).

Ефект стартового вибуху – це ланцюгова реакція у перспективі.

Він можливий за умови, що певний стартовий вибух стає початком наступного лавиноподібного збільшення ефекту в тій же самій або іншій галузі виробництва чи діяльності (яскравий приклад – застосування економіко-математичних методів та моделей в управлінні, виробництві, різних галузях науки). У процесі створення будь-яких матеріальних цінностей з'являються супроводжувальні можливості з певним ефектом. Такі можливості проявляються у вигляді різних проміжних і побічних результатів, використання виробничих і побутових відходів тощо. Зрештою у будь-якій діяльності має місце також ефект акселерації, що означає позитивний наслідок не лише самого по собі конкретного результату, а й прискорення темпів його розповсюдження і застосування [3].

Межі між виокремленими формами мультиплікаційного ефекту досить умовні, рухомі і відносні. Діалектичний взаємозв'язок цих форм полягає в тому, що усі вони разом формують загальний інтегральний ефект від реалізації певного господарського рішення (впровадження нової техніки чи технології, прогресивних методів або форм організації виробництва, нових форм господарювання тощо).

Коли вирішується певна великомасштабна проблема з очевидними мультиплікаційними характеристиками, то очікуваний ефект має охоплювати одночасно усі його специфічні форми. Загальна величина такого ефекту залежить від трьох головних чинників: економічної ефективності впроваджуваного господарського заходу (сукупності заходів), масштабів і швидкості його (їх) розповсюдження в усіх галузях чи сферах

діяльності.

Оцінка ресурсів, що забезпечують господарську діяльність та ефективність їх використання, визначається системою економічних показників. Для оброблення показників господарської діяльності використовуються абсолютні та відносні величини.

У системі показників ефективності виробництва можна виділити такі групи показників:

- а) ефективності використання основних засобів;
- б) ефективності використання оборотних фондів;
- в) ефективності використання праці (трудоих ресурсів);
- г) ефективності капітальних вкладень (виробничих інвестицій);
- д) узагальнюючі показники ефективності діяльності підприємства.

Узагальнюючий, кінцевий результат роботи підприємства оцінюється рівнем ефективності його господарської діяльності: загальним обсягом одержаного прибутку та в розрахунку на одиницю ресурсів [2].

Прибуток та відносний показник прибутку – рентабельність є основними показниками ефективності роботи підприємства, які характеризують інтенсивність господарювання. Прибутковість підприємства визначається не одним, а декількома показниками. Їх перелік наведений в таблиці.

Таблиця

Основні показники прибутковості діяльності підприємства

Показники	Способи розрахунку
Коефіцієнт валового прибутку (Gross Profit Margin, GPM)	маржинальний дохід/дохід
Коефіцієнт операційного прибутку (Operation Profit Margin, OPM)	прибуток від операційної діяльності/витрати операційної діяльності
Коефіцієнт чистого прибутку (Net Profit Margin, NPM)	чистий прибуток/витрати
Окупність інвестицій (Return On Investment, ROI)	прибуток/капітал
Окупність власного капіталу (Return On Equity, ROE)	прибуток/власний капітал
Прибуток на акцію (Earnings Per Share, EPS)	чистий прибуток/кількість акцій
Співвідношення «ціна/дохід» (Price Earnings Ratio, P/E)	ринкова ціна однієї акції/дивіденд на одну акцію
Частка виплат (Payout Ratio, PR)	дивіденд на одну акцію/EPS

Водночас абсолютна сума прибутку не характеризує рівня ефективності господарської діяльності. Щоб зробити висновок про рівень ефективності господарювання, отриманий прибуток необхідно порівняти з понесеними витратами або активами, які забезпечують підприємницьку діяльність, тобто визначити рентабельність.

Рентабельність має кілька модифікованих форм залежно від того, які саме прибуток і ресурси (витрати) використовують у розрахунках. Передусім розрізняють рентабельність інвестованих ресурсів (капіталу), рентабельність продукції і рентабельність господарської діяльності. Рентабельність інвестованих ресурсів (капіталу) обчислюється в кількох модифікаціях: рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, рентабельність акціонерного капіталу [5; 134].

Тому на практиці важливо знайти дійові напрямки підвищення ефективності функціонування підприємств. Для розв'язання цього завдання певного значення набуває класифікація чинників його зростання. Взагалі всі чинники підвищення ефективності функціонування підприємств зводяться до трьох напрямків:

- 1) управління витратами і ресурсами;
- 2) напрямки розвитку і удосконалення виробництва та іншої діяльності;
- 3) напрями удосконалення системи управління підприємством та всіма видами його діяльності [4; 236].

До першої групи мобілізації чинників можна віднести такі заходи щодо підвищення поточної виробничої діяльності підприємства: зростання продуктивності праці і зменшення зарплатоємності виготовлення продукції (тобто економія витрат живої праці); зниження загальної ресурсомісткості виробництва (зменшення енергоємності, фондомісткості, матеріаломісткості тощо). Все це спонукає підприємство до раціонального використання природно-сировинних ресурсів.

Активна мобілізація вказаних факторів передбачає здійснення таких заходів, як прискорення впровадження результатів науково-технічного та організаційного прогресу в практику діяльності підприємства; удосконалення організаційної та виробничої систем управління, форм і методів організації діяльності, її планування і мотивації; підвищення якості і конкурентоспроможності виготовлюваної продукції; удосконалення і постійне коригування всіх видів діяльності для забезпечення їх вимогам сучасності. Всі визначені напрями власне представляють другий напрям мобілізації факторів підвищення ефективності господарювання підприємства.

На ефективність виробництва значно впливає характер маркетингових рішень щодо товарів і послуг підприємств, зокрема рішень стосовно обсягів виробництва, величини базових цін на товари, прийняття додаткового замовлення на виробництво продукції за ціною, що пропонує замовник. При прийнятті цих рішень повинні враховуватися витрати і можливі доходи підприємств [6, С. 468].

Зростання ефективності виробництва можливе тільки за умов оптимізації поточних витрат. Завдання оптимізації витрат полягає у визначенні величини оптимальних витрат для досягнення максимуму прибутку за максимально допустимих трудових, матеріальних і фінансових ресурсів. Оптимальним може бути як максимальне, так і мінімальне значення окремих видів витрат. На різних етапах розвитку підприємств критерій оптимальності може бути різним, залежно від визначених для цього періоду цілей і стратегії (максимум прибутку, збільшення частки ринку).

Для підприємств важливо знати силу і напрямок дії кожного з чинників, мати власну програму підвищення ефективності виробництва, постійно контролювати її і забезпечувати виконання, враховуючи вплив економічної і соціальної політики держави, розвитку інфраструктури ринку, структурних змін у суспільстві.

Отже, підвищення ефективності господарської діяльності є важливим питанням для успішного функціонування підприємств в умовах ринку. Тільки при забезпеченні високої ефективності вони зможуть стати більш фінансово стійкими та конкурентоспроможними як на вітчизняному, так і на зовнішньому ринку товарів та послуг.

Список використаних джерел:

1. Канцуров О. О. Удосконалення методології оцінки ефективності управління підприємствами державного сектору економіки / Канцуров О. О., Білоусова О. С. // Фінанси України. – 2006. – № 9. – С. 143–151.
2. Кузьмін О. Є. Оцінювання ефективності системи корпоративного управління / Кузьмін О. Є., Муқан О. В. // Теоретичні та прикладні питання економіки : зб. наук. праць / за ред. Ю. І. Єханурова, А. В. Шегди. – К. : Вид.-поліграф. центр “Київський університет”, 2006. – Вип. 9. – С. 89–95.
3. Отенко В. І. Формування аналітичного інструментарію оцінки ефективності діяльності підприємства / Отенко В. І. // Бізнес Інформ. – 2013. – № 5. – С. 231–237.
4. Конкурентоспроможність підприємства оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
5. Гетьман О. О. Економіка підприємства: Навч. посіб. / Гетьман О. О., Шаповал В. М. – 2-ге видання. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.
6. Економіка підприємства : підручник / [М. Г. Грещак, В. М. Колот; О. Г. Мендрул [та ін.] ; за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. – Вид. 4-те, перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2009. – 816 с.