

Показатели ROI и ROIC принимает в 2014 г. отрицательное значение вследствие получения в данном периоде чистого убытка. Однако, не смотря на получение чистого убытка отрицательное значение EVA в 2014 г. снижается, что было вызвано снижением средневзвешенной стоимости капитала. Отрицательное значение EVA свидетельствует о неэффективном использовании капитала организации. Показатель CFROI в 2014 г. незначительно возрос, что свидетельствует о более эффективной политике в области денежных потоков организации.

В силу того, что каждый из рассмотренных показателей имеет свои ограничения и недостатки, а также потому что области стоимостных показателей является относительно новой отраслью знаний, некоторые авторы предлагают комбинированное использование нескольких показателей при оценке процесса создания стоимости. На наш взгляд, такой подход не будет оптимальным, так как эффективность системы может быть достигнута при подчинении всех значимых управленческих решений единой цели, что предполагает наличие единого критерия, на основе которого строится и оценка эффективности, и системы мотивации. Поэтому в каждом конкретном случае менеджмент организации должен выбрать соответствующий стоимостной показатель исходя из соображений оперативности, выгод и затрат, связанных с получением информации необходимой для его расчета.

Список использованных источников

1. Бурмистров, А. Оценка эффективности управления предприятием/ А. Бурмистров, В. Конаховская, М. Мясникова//Топ-Manager. – 2013. - №5. – с. 19-24.
2. Волков, Д. А. Управление стоимостью: показатели и модели оценки / Д. Л. Волков // Российский журнал менеджмента. – Т 3. - № 4. – 2005. – с. 57-63
3. Еленева, Ю.Я. Стоимостной подход как основа современного управления бизнесом/ Ю. Я. Еленева//Проблемы теории и практики управления. – 2012. - №3. – с. 35-39.
4. Нелюбова, Н. Н. Анализ показателей стоимости компании/ Н. Н. Нелюбова, В. С. Фарафонов // Вестник ВолГУ. - Серия 9. –Вып.4. – Часть 2. - 2005. – с. 99 – 105.
5. Харитонов, А. Ю. Оценка эффективности управления предприятием на основе его стоимости / А. Ю. Харитонов, А. В. Пластинин // Экономические и социальные проблемы развития европейского севера. – Архангельск: Изд-во АГТУ, 2007. – с. 195-200.
6. Эрбан, А. Революция EVA / А. Эрбан, Б. Стюарт// Российский журнал менеджмента. – Т3. - № 4. – 2005. – с. 36-41

УДК 338

КОММЕРЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ БИЗНЕСА: НАПРАВЛЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ

Матвеев М.В., студ., Касаева Т.В., доц.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье сформулированы основные подходы к определению коммерческой эффективности, сформулировано авторское определение, изучены существующие методы её оценки, разработан авторский метод оценки – на основе обобщающих показателей эффективности, показателей маркетинга и логистики, проведена его апробация, сделаны выводы.

Ключевые слова. Коммерческая эффективность, методы оценки коммерческой эффективности, эффективность логистики, эффективность маркетинга.

В настоящее время гарантией успешного функционирования экономического субъекта, в том числе и производственной организации в рыночной среде является повышение эффективности его деятельности. В связи с этим достижение необходимого уровня эффективности – важнейшая практическая задача управления.

Со временем коммерческая деятельность имеет все большее отношение к производственному процессу, так как она охватывает процессы снабжения, производства и сбыта. Несмотря на повышенное внимание к проблеме оценки коммерческой эффективности деятельности экономического субъекта, в экономической литературе нет четкого представления об оценке коммерческой эффективности бизнеса, отсутствует подробная классификация характеристик и критериев эффективности. Данные факты

предопределяют актуальность настоящего исследования.

Вопросы теории и методологии оценки коммерческой эффективности функционирования бизнеса являлись и являются на данный момент предметом исследования как зарубежных, так и отечественных ученых. Однако, они по-прежнему относят понятие коммерческой эффективности преимущественно к торговле либо процессу купли-продажи.

Однако, на современном этапе коммерция вышла за рамки понятий торговли либо просто процесса купли – продажи. Появились коммерческие организации, коммерческая деятельность, коммерческая устойчивость, коммерческий расчет, коммерческая эффективность и т.д.

Сегодня многие авторы приравнивают понятие коммерческой эффективности и эффективности коммерческой деятельности. Данный подход не совсем точен, так как относится преимущественно к торговой деятельности и практически не затрагивает производственную сферу, но, как и любой подход, имеет право на жизнь.

Многие авторы отождествляют понятия «коммерческой эффективности» и «коммерческой устойчивости». Стоит отметить, что данный показатель относительно новый для экономики и в коммерческой деятельности практически не применяется. Также на данный момент нет единой методики определения уровня коммерческой устойчивости. В научной литературе коммерческая устойчивость упоминается наряду с другими показателями устойчивости и как самостоятельная не выделяется.

Но с уверенностью можно сказать, что в настоящее время коммерческая деятельность связана с экономической деятельностью организации, снабжением, производством и сбытом. В свою очередь эффективность данных направлений в организации достигается, в том числе, за счет эффективной реализации маркетинговых и логистических мероприятий.

Исходя из данного предположения, было предложено авторское определение коммерческой эффективности. Коммерческая эффективность – комплексный показатель, характеризующий сопоставление результатов проводимых в организации мероприятий сбытовой, маркетинговой и логистической деятельности с затратами на их осуществление.

На основе данного исследования была разработана методика оценки коммерческой эффективности организации. Первоначально были выделены основные направления коммерческой деятельности производственной организации:

– комплексное исследование рынка товаров и услуг (именно этот процесс обеспечивает возможность сбора информации, необходимой для изучения спроса, конъюнктуры рынка и выбор товара для реализации);

- сегментирование рынка и планирование маркетинга;
- анализ маркетинговой эффективности;
- выбор оптимальной группы поставщиков;
- своевременная поставка сырья, материалов и готовой продукции;
- уровень и качество оказываемого сервиса;
- анализ логистической эффективности.

Исходя из этого, показатели, отражающие коммерческую эффективность, были разделены на следующие группы:

- 1) обобщающие показатели эффективности;
- 2) показатели эффективности маркетинговой деятельности;
- 3) показатели эффективности логистической деятельности.

Представим данные группы показателей в виде таблицы:

Расчет данного набора показателей позволяет осуществить комплексную оценку коммерческой деятельности организации и ее эффективности. Показатели выбраны с учетом анализа основных направлений коммерческой деятельности промышленной организации и своевременный их расчет позволит выявить сильные и слабые стороны в коммерческой деятельности организации, начиная со стадии снабжения и заканчивая сбытом. После получения достоверной информации в рамках исследуемого направления руководством могут быть определены основные направления совершенствования коммерческой эффективности. Плюсом данной методики является ее комплексность, а недостатком – сложность расчета.

Таблица 1 – Показатели коммерческой эффективности бизнеса

Группы	Показатели
Обобщающие показатели эффективности	1. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств; 2. Коэффициент реализации; 3. Рентабельность продаж по прибыли от реализации; 4. Рентабельность продаж по чистой прибыли.
Показатели эффективности маркетинговой деятельности	1. Темп роста рынка; 2. Доля рынка; 3. Потенциал рыночного спроса; 4. Относительное качество продукта и услуги; 5. Относительная цена; 6. Удовлетворенность клиента; 7. Сохранение клиента; 8. Затраты на маркетинг; 9. Рентабельность маркетинга; 10. Прибыль на одного нового клиента; 11. Коэффициент обновления ассортимента.
Показатели эффективности логистической деятельности	1. Надежность поставщиков; 2. Удаленность поставщиков; 3. Контроль запасов и нахождение возможности их сокращения; 4. Уровень обслуживания потребителей и готовности продукта к отгрузке; 5. Постоянное поддержание расходов на деятельность службы логистики в организации; 6. Доля всех видов транспортных расходов; 7. Сокращение различных повреждений товаров при погрузке-разгрузке; 8. Уровень логистического сервиса

Источник: составлено автором.

Апробация данной методики проводилась только по первому блоку показателей на примере двух экономических субъектов. В результате были получены данные, которые не позволили однозначно оценить динамику коммерческой эффективности организаций: если по одному объекту исследования были достигнуты более высокие показатели коэффициента реализации, то по другому – лучшие показатели оборачиваемости оборотных средств. Это подтверждает необходимость разработки комплексного показателя для мониторинга коммерческой эффективности бизнеса.

Полную апробацию предложенной методики затрудняет отсутствие показателей эффективности логистической и маркетинговой деятельности. Большинство производственных организаций вовсе не рассчитывают данные группы показателей, что не позволяет комплексно оценить коммерческую деятельность и эффективность. В ходе дальнейших исследований предполагается получение информации по всем блокам показателей оценки коммерческой эффективности на примере реального субъекта хозяйствования, что позволит определить направления её совершенствования.

Список использованных источников

1. Байбардина, Т.Н. Снабженческо-сбытовая деятельность: учеб. Пособие / Т.Н. Байбардина, И.А. Байбардин, И.И. Грищенко, Л.И. Старовойтова. – Минск : ЗАО «Техноперспектива», 2004. – 256 с.
2. Войтоловский, Н.В. Комплексный экономический анализ коммерческих организаций: учебник/ Н.В. Войтоловский, А.П. Калинина. — СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 264 с.
3. Касаева, Т. В. Оценка коммерческой устойчивости промышленной организации / Т. В. Касаева, О. Г. Цынкович, Г. Е. Белов // Вестник Витебского государственного технологического университета . – 2013. – № 24. – С. 147.