

Управленческий и маркетинговый подходы к оценке эффективности деятельности фирмы

© 2012 А.И. Ковалев

доктор экономических наук, профессор
Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского
E-mail: kovalev_omgu@yahoo.com

Статья посвящена изучению сущности и составляющих такого понятия, как эффективность, в частности, исследованию самого определения эффективности, ее видов, относящихся непосредственно к деятельности работы фирмы и тех сфер в функциональных областях деятельности, где может быть применимо данное понятие.

Ключевые слова: эффективность, оценка эффективности, управленческая эффективность, эффективность маркетинга.

В настоящее время нет единого мнения о том, как понимать понятие “эффективность”. Мнения расходятся относительно того, стоит ли под понятием “эффективность” подразумевать только “степень соответствия между реальным результатом и желаемым”¹ или же “понимание того, как надо действовать, чтобы в реальной жизни происходили (случались) те или иные события”². “Большинство ограничиваются смыслом латинского термина “effectus” – действие (какой-либо причины, силы, результата, следствия чего-либо), а также “effectivus” – производительный, действенный и сводят, как правило, его проявление к области экономики”³. Стоит также отличать понятие эффективности от других схожих с ней определений, таких как результативность (efficiency), экономия (economy), производительность и качество (quality). В эффективности акцент делается на то, что производит продукт при его потреблении, какую он принесет пользу. Последнее понятие “польза” очень важно, хотя, может быть, его трудно описать в каких-то четких количественных или качественных показателях⁴.

Под результативностью (efficiency) понимается соотношение между объемом выпуска и необходимыми для его производства ресурсами. Это как бы внутренний параметр функционирования, который используется для оценки экономичности работы предприятий и организации в целом. З.П. Румянцева различает понятия эффективности и результативности следующим образом: “Результативность (efficiency) относится к агентам, их действиям или инструментам и означает способность производить желаемый результат (эффект), соответствующий поставленной задаче. Эффективность (effective) характеризует уже выполненную работу или самого исполнителя работы и означает наличие высокого уровня результата (эффекта)”⁵.

То есть данная категория может быть представлена как в узком (например, соотношение затрат и результатов), так и в широком понимании (наличие эффекта, достижение заданных результатов).

В первом случае эффективность рассматривается в узком понимании, которое тяготеет к сфере экономических взаимоотношений и определяется как результат соизмерения эффекта (полезного результата) с затратами на его получение, превышение эффекта над затратами⁶.

В широком смысле эффективность можно понимать как синтез существующего результата деятельности и той пользы (потенциала) для общества, которую она несет в себе. Можно полагать, что эффективность есть сумма (сложение) двух моментов:

- разницы между результатами и затратами, свидетельствующей о положительном сальдо, т.е. о пользе, принесенной человеческими усилиями;
- способности этой разницы (пользы) удовлетворять реальные жизненные потребности общества, людей.

Рассмотрим *виды эффективности*. Следует отметить, что в данной работе будут представлены только виды эффективности, относящиеся к хозяйствующему субъекту, которые включают в себя:

- эффективность субъектов управления;
- эффективность в зависимости от видов деятельности;
- эффективность с точки зрения масштаба анализа;
- эффективность исходя из набора показателей.

Эффективность субъектов управления. Охватывает *техническую, организационную и экономическую* эффективность субъектов управления.

- Под технической эффективностью понимают анализ и оценку всего, что происходит в субъектах управления, начиная от “входа” - поступления информации и завершая “выходом” - исходящими от субъекта управления управленческими решениями и действиями. Фактически в этом блоке оцениваются: наличие и полнота информации, поиск и выбор вариантов, моделирование управленческих решений и действий, соблюдение законодательства, оценка персонала, затраты времени и т.п.

- Под экономической эффективностью понимается сопоставление результатов деятельности с общими затратами ресурсов (настоящими и прошлыми).

- Эффективность субъектов управления (организационная эффективность) характеризуется через построение субъектов управления, координацию и субординацию субъектов, комбинацию используемых методов, действие формальных и неформальных отношений, реализации организационного потенциала и т.д.

Эффективность в зависимости от видов деятельности. По данному признаку выделяются такие виды деятельности, как *маркетинговая, производственная, финансовая, инновационная*. Рассмотрим только те виды эффективности, которые непосредственно связаны с деятельностью предприятия.

- Эффективность производства часто определяется через сопоставление результата производства как с полными совокупными затратами труда и издержками производства.

- Эффективность маркетинга оценивается через критерии, характеризующие стратегическую область (планирование, организация, контроль, сегментация, позиционирование и конкурентная стратегия), и на уровне операционного маркетинга (товарная, сбытовая, коммуникационная политика фирмы).

- Эффективность управленческая рассматривается через призму качества принятия управленческих решений, через ответственность менеджмента за результаты хозяйственной деятельности перед внешними и внутренними агентами. При оценке менеджмента компании необходимо учитывать как критерии, применяемые при оценке функционального уровня управления, так и специфические критерии, характерные для высшего уровня управления.

- Эффективность инвестиций оценивается, главным образом, через чистую текущую стоимость, внутреннюю норму окупаемости, период окупаемости и индекс прибыльности.

Эффективность с точки зрения масштаба анализа. Рассматривает оценки различных орга-

низационных уровней: эффективность *деятельности компании, эффективности деятельности структурных подразделений, эффективности деятельности отдела* и *эффективности работы отдельного сотрудника*.

- Эффективность деятельности компании связана с комплексной оценкой эффективности бизнеса и оценкой стоимости бизнеса. В виде критериев эффективности компании могут выступать как финансовые, управленческие и рыночные (маркетинговые).

- Эффективность деятельности структурных подразделений (видов бизнеса) оценивается рентабельностью вложенного (авансированного) капитала, остаточным доходом, прибылью, устанавливаемой на основе использования внутренних цен, остаточным доходом и т.д.

- Эффективность деятельности отдела оценивается через индивидуальный набор показателей, характеризующих специфику работы данной службы, например, при оценке эффективности работы маркетингового отдела будут анализироваться рыночные достижения компании по определенным направлениям.

- При оценке индивидуальной эффективности рассматриваются такие вопросы, как:

- потенциал сотрудника (работника) - его квалификация, знания, навыки, умения, психологические особенности;

- труд сотрудника - типовая сложность его заданий, время, затрачиваемое, на выполнение типовых задач;

- результаты труда сотрудника во всех ракурсах - его индивидуальный труд, его вклад в показатели аппарата функционирования отдела⁷.

Эффективность исходя из набора показателей. По данному критерию можно выделить два вида эффективности: *системную* эффективность и *эффективность критериев*.

- Системная эффективность основана на принципе системного подхода через многочисленные факторы, представляющие собой элементы общей системы (например, критерии внешние и внутренние).

- Эффективность отдельных критериев может выражаться в абсолютных и относительных единицах измерения (по отношению к себе или по отношению к рынку).

Данные рассуждения крайне важны для оценки, прежде всего, эффективности маркетинговой и управленческой. Здесь следует, по мнению автора, избегать формализованного подхода, согласно которому маркетинг является одной из функциональных областей деятельности организации и может оцениваться по признакам эффективности данного вида деятельности. Вместе

с тем именно маркетинг в значительной степени отвечает за достижение рыночных целей компании, часто маркетинг наряду с управлением отвечает за системную эффективность деятельности. В этой связи задачи маркетинга и управления в принципиальных вопросах совпадают: выявлять и превращать в реальность существующие перспективы и оценивать, предотвращать потенциальные риски, координировать действия подразделений внутри компании и рыночные действия.

Таким образом, вынужденная на сегодня сильнейшая рыночная направленность большинства компаний (на рыночные тенденции, изменение поведения субъектов рынков и пр.) ориентирует все управление на рынок и управленческие критерии эффективности все чаще сливаются с маркетинговыми (маркетинг вбирает в себя функции планирования, координации и ряд

др.). Следовательно, по мнению автора, управленческая эффективность любой компании в нынешних условиях, прежде всего, будет рассматриваться с позиции рынка (т.е. через маркетинговую эффективность).

¹ Гембл П., Стоун М., Вудкок Н. Маркетинг взаимоотношения с потребителями. М., 2002. С. 109.

² Жюльен Ф. Трактат об эффективности. СПб., 1999. С. 6.

³ Словарь иностранных слов. М., 1954. С. 825.

⁴ Атаманчук Г.В. Управление: сущность, ценность, эффективность: учеб. пособие для вузов. М., 2006. С. 391.

⁵ Румянцева З.П. Общее управление организацией. Теория и практика: учебник. М., 2001. С. 278.

⁶ Почкин П.Ф. Эффективность и интенсификация производства. М., 1990. С. 29.

⁷ Андронов В.В. Эффективность менеджмента корпорации // Страховое дело. 2005. □ 7. С. 25.

Поступила в редакцию 03.08.2012 г.