

## Методика оценки торгово-хозяйственной деятельности оптовых предпринимательских структур

*В статье представлена методика экономической оценки торгово-хозяйственной деятельности оптового предприятия; рассматриваются методические подходы к оценке деятельности оптовых предпринимательских структур с позиций современных требований.*

**Ключевые слова:** *оптовая торговля, оценка деятельности оптового предприятия, экономика торговли.*

Оценка является одним из направлений экономического анализа. Если *экономический анализ* – это метод исследования экономики как по всей совокупности протекающих в ней процессов, так и по каждому из них, осуществляемый с целью выявления основных тенденций и закономерностей развития экономики, их взаимосвязи и взаимовлияния; факторов, определяющих те или иные результаты основных пропорций и соотношений [2, С.41], то *оценка* – процедура определения цены, ценности; мнение о ценности, уровне или значении [2, С.646]; заключение о наблюдаемом явлении, основанное на определенном критерии; аналитическая процедура, в процессе которой происходит переход количественной информации к качественным выводам [7, С.125]. Т.е. оценка, с одной стороны, выступает гранью экономического анализа, с другой, углубляет его, переводя на новый, более качественный уровень.

Экономической оценке в последние годы уделяется большое внимание, причем с различных точек зрения. В частности, большое значение приобрела оценка бизнеса, капитала, инвестиций, персонала, маркетинговой среды. Значительное внимание проблемам оценки уделяют зарубежные специалисты, например, С. Майерс и Р. Брейли в книге «Принципы корпоративных финансов» [3] рассматривают оценку финансовой деятельности предприятий, Д.Нортон и Р. Каплан разработали концепцию сбалансированной системы оценочных показателей, используемую в стратегическом менеджменте [5]. Все чаще к вопросам экономической оценки обращаются отечественные аналитики, например, В.В. Ковалев, А. Гинзбург, О.В. Грищенко [4; 6; 9]. Однако зарубежные модели оценки в настоящее время применяться в России не могут по причине существенных различий в формировании информационной базы, а отечественные специалисты, как правило, рассматривают оценку применительно к одной стороне деятельности предприятия – финансовой, причем без учета специфики деятельности организации.

Таким образом, проблемы оценки деятельности предприятия, в особенности оптового, недостаточно освещены в экономической литературе. В то же время к вопросам экономического анализа отечественные экономисты обращаются достаточно часто. При этом, так как оценка является одной из граней экономического анализа, используемые данной отраслью науки подходы могут применяться и для целей оценки.

На сегодняшний день оптовые предприятия нуждаются в методике, позволяющей оценить как состояние и эффективность использования их материально-технической и ресурсной базы, так и эффективность торговых процессов.

По мнению автора, *оценка торгово-хозяйственной деятельности оптового предприятия* – это аналитическая процедура, в процессе которой происходит переход количественной информации к качественным выводам о развитии торговой деятельности и эффективности использования хозяйственных ресурсов оптовой предпринимательской структуры.

Осуществление оценочной деятельности предполагает использование научных подходов. Наиболее широко вопрос формулирования и обоснования научных подходов был освещен Р.А. Фатхутдиновым [8]. Из множества научных подходов, перечисленных данным автором, при оценке торгово-хозяйственной деятельности, на наш взгляд, целесообразно использовать следующие:

- интеграционный, предполагающий исследование взаимосвязей между отдельными подсистемами и компонентами системы;
- системный, предполагающий исследование торгово-хозяйственной деятельности как сложной системы элементов;
- виртуальный, заключающийся в использовании новейших технических, технологических, программных средств.

Исследование литературных источников позволило выявить, что большинство авторов не формулируют последовательность проведения анализа хозяйственной деятельности предприятия. В связи с вышесказанным, разработка методики оценки торгово-хозяйственной деятельности оптового предприятия является актуальной задачей как с научной, так и с практической точки зрения. Для этих целей была разработана блок-схема, описывающая этапы осуществления такой оценки (рис.).

Предложенная в виде блок-схемы методика оценки предполагает использование интеграционного и системного подходов. Непосредственно для осуществления процесса оценки предполагается применять виртуальный подход, т.е. использовать современные информационные технологии и программные средства для автоматизации ряда аналитических процедур.

*Основная цель* оценки торгово-хозяйственной деятельности оптового предприятия – выявить возможности его развития, резервы расширения торговой деятельности и пути повышения эффективности использования ресурсов.

Поиск резервов осуществляется посредством установления причин – факторов, оказывающих неблагоприятное воздействие или не оказывающие требуемого воздействия на те или иные стороны торгово-хозяйственной деятельности.

Исходя из поставленной цели и обзора существующих методологических подходов к постановке задач того или иного исследования можно сформулировать следующие *задачи* оценки торгово-хозяйственной деятельности оптового предприятия в современных условиях:

- оценка развития торговой деятельности;
- определение состояния и эффективности использования хозяйственных ресурсов;
- выявление внутренних и внешних резервов повышения эффективности торгово-хозяйственной деятельности.

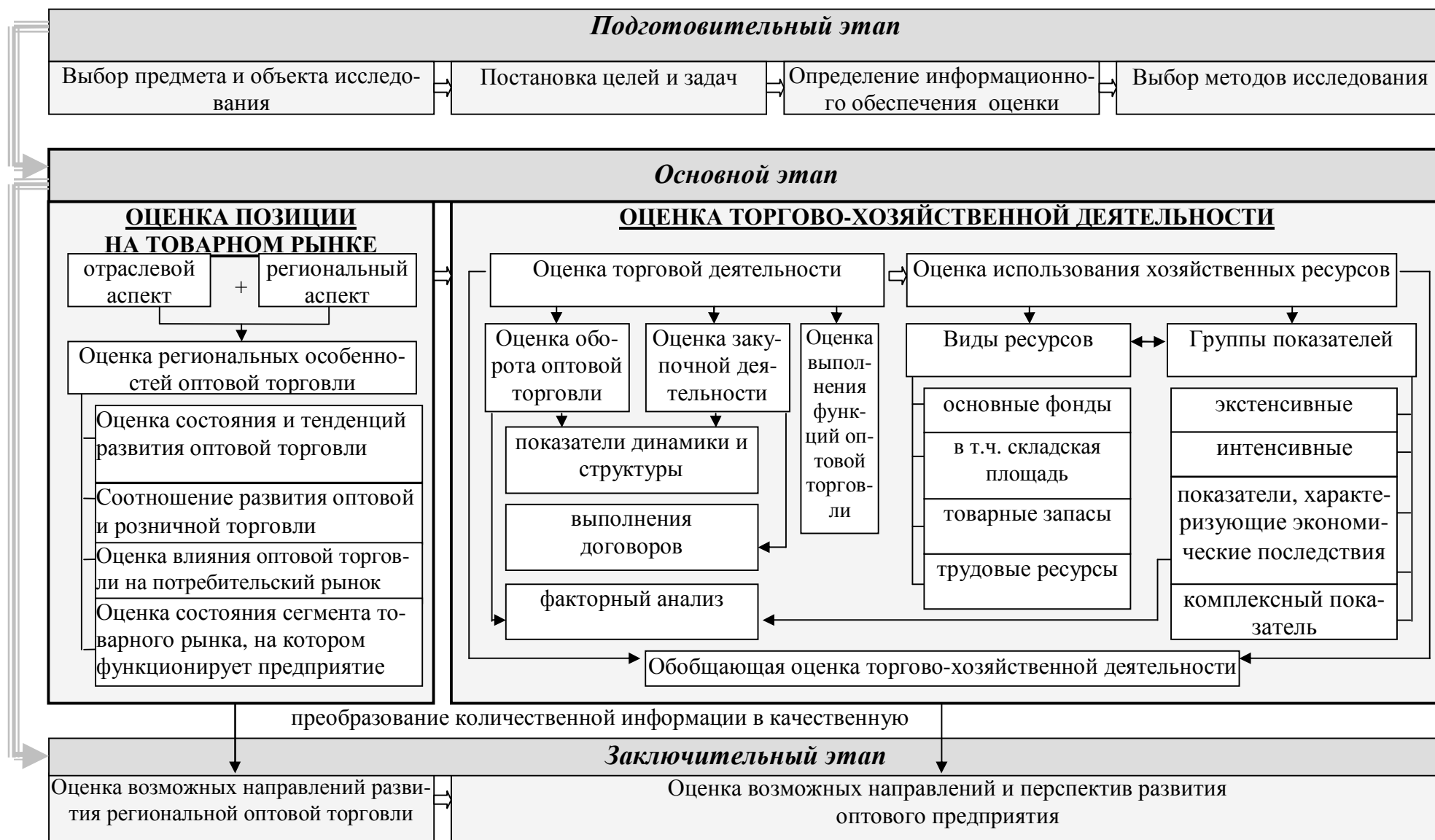


Рис. Блок-схема оценки торгово-хозяйственной деятельности оптовой предпринимательской структуры

Методика оценки торгово-хозяйственной деятельности оптового предприятия включает три этапа.

На *подготовительном этапе* осуществляется выбор объекта и предмета исследования, постановка целей и задач оценки (в т.ч. определяется, на какие блоки необходимо акцентировать внимание), определяется необходимое информационное обеспечение и выбираются методы исследования. В качестве *методов исследования* могут выступать как традиционные методы анализа: методы сравнения, группировок, абсолютных и относительных величин, приемы факторного анализа, так и достаточно новые, сравнительно недавно нашедшие применение в экономической науке, такие как методики СТЭП- и SWOT-анализа.

*Основной этап* содержит два блока: позиционирование предприятия во внешней среде с точки зрения его места на товарном рынке и оценку торгово-хозяйственной деятельности как элемента внутренней среды.

Любое предприятие находится и функционирует в среде. Среда обуславливает возможности для деятельности и дальнейшего развития предприятия, что и делает необходимым ее исследование. Внешняя среда создает условия и ограничения для функционирования предприятия. Одним из основных факторов внешней среды оптового предприятия является состояние и развитие товарного рынка, на котором оно функционирует. При этом можно выделить два основных аспекта нахождения оптового предприятия на товарном рынке: региональный и отраслевой.

1. *Региональный аспект.* Каждый экономический регион имеет специфические черты, оказывающие существенное влияние на деятельность функционирующего в нем предприятия. Для оценки региональных особенностей мы предлагаем использовать методику PEST (СТЭП-анализа), которую разработали Д. Бодди Д. и Р. Пэйтон [1, С.411-413]. Данный тип анализа характеризует влияние четырех групп факторов: экономические (E – Economy – экономика), политические (P – Policy – политика), социальные (S – Society – общество, социум) и технологические (T – Technology – технология).

2. *Отраслевой аспект* предполагает изучение состояния и тенденций развития той отрасли экономики, в которой функционирует предприятие. Поскольку предприятия каждой отрасли экономики имеют сходные черты (единую нормативно-правовую базу хозяйствования, идентичные технологические процессы и т.п.), подобная оценка позволяет предприятию позиционировать себя на рынке, оценить уровень конкуренции, соотнести показатели собственной деятельности со среднеотраслевыми, своевременно изменить приоритеты стратегического развития в соответствии с изменением условий функционирования.

Характеристика товарного рынка как основного элемента внешней среды завершается выявлением перспектив развития региональной оптовой торговли. Подобная оценка, своевременно осуществленная, позволяет соотнести стратегические планы оптового предприятия с развитием внешней среды и скорректировать их, используя систему показателей, характеризующих его деятельность.

Оценка торгово-хозяйственной деятельности оптового предприятия как элемента внутренней среды включает изучение отдельных групп показателей торговой и хозяйственной деятельности и завершается расчетом комплексного показателя.

Таким образом, в результате осуществления основного этапа оценки торгово-хозяйственной деятельности оптового предприятия, мы получаем некую количественную информацию. Эта информация может быть получена с применением средств автоматизации либо без них, с помощью сотрудников самого предприятия или привлеченных специалистов. В дальнейшем количественную информацию необходимо преобразовать в качественную, т.е. провести непосредственно оценку ситуации и влияющих на нее факторов с целью концентрации внимания на поиске резервов развития для предприятия.

*Заключительный этап* оценки торгово-хозяйственной деятельности предполагает выявление перспективных направлений развития оптового предприятия с задействованием управленческих процессов, искусства управленческой деятельности и прочих элементов системы управления. При этом вначале оцениваются возможные направления развития региональной оптовой торговли, обуславливающие внешние резервы роста для оптового предприятия, а затем, с учетом выявленных достоинств и недостатков во внутренней среде, оцениваются перспективы развития оптового предприятия.

Таким образом, оценка с помощью предлагаемого интеграционного методического подхода позволяет осуществить позиционирование предприятия на рынке, соотнести показатели его деятельности со среднеотраслевыми, оценить уровень конкуренции, состояние и развитие товарного рынка, своевременно изменить приоритеты стратегического развития в соответствии с изменением условий функционирования. Кроме того, предлагаемая методика предполагает выявление возможных направлений и перспектив развития оптового предприятия на основе проведенной оценки деятельности путем соотнесения возможных направлений развития региональной оптовой торговли и торгово-хозяйственной деятельности, в т.ч. с применением традиционных методов экспертных оценок (SWOT, СТЭП-факторного анализа и прочих приемов маркетинга и менеджмента). Таким образом, разработанная методика позволяет не только уточнить содержание и повысить качество экономического анализа на оптовом предприятии, но и выявить возможности его развития, резервы расширения торговой деятельности и пути повышения эффективности использования ресурсов.

### **Список литературы:**

1. Бодди Д. Основы менеджмента: пер. с англ. / Д. Бодди, Р. Пэйтон; под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 1999. – 483 с.
2. Большой экономический словарь / под ред. А.Н. Азрилияна. – 5-е изд., доп. и перераб. - М.: Институт новой экономики, 2002. – 1280 с.
3. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов / Р. Брейли, С. Майерс. - М.: Олимп-Бизнес, 2004. - 1008 с.

4. Грищенко О.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / О.В. Грищенко. – Таганрог: ТРТУ, 2000. – 112 с.
5. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию: пер. с англ. / Р. Каплан, Д. Нортон. - М.: Олимп-Бизнес, 2004. – 304 с.
6. Ковалев В.В. Финансовый учет и анализ: концептуальные основы / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 720 с.
7. Терещенко Н.Н. Эффективность деятельности торгового предприятия: Теория, методология, практика оценки: монография / Н.Н. Терещенко, О.Н. Емельянова; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2004. – 229 с.
8. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: учебник / Р.А. Фатхутдинов. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Интел-Синтез, 1997. – 352 с.
9. Экономический анализ / Гинзбург А.И. - СПб: Питер, 2002. – 176 с.