

# **Контроль и анализ производственных процессов, результат и эффективность деятельности**

**Сущность и показатели эффективности  
деятельности предприятия**

Понятия «экономический эффект»

и «экономическая эффективность»

относятся к числу важнейших категорий рыночной экономики. Эти понятия тесно связаны между собой.

**Экономический эффект** предполагает какой-либо полезный результат, выраженный в стоимостной оценке.

Обычно в качестве полезного результата выступают прибыль или экономия затрат и ресурсов.

**Экономический эффект** –

величина абсолютная, зависящая от масштабов производства и экономии затрат.

**Экономическая эффективность** - это соотношение между результатами хозяйственной деятельности и затратами живого и овеществленного труда, ресурсами.

Экономическая эффективность зависит от экономического эффекта, а также от затрат и ресурсов, которые вызвали данный эффект.

Таким образом, **экономическая эффективность** - величина относительная, получаемая в результате сопоставления эффекта с затратами и ресурсами.

Обычно анализируются оба показателя, характеризующие успешность экономической деятельности предприятия, так как по отдельности показатели эффекта и эффективности не могут дать полной и всеобъемлющей оценки деятельности предприятия.

Например, на предприятии может быть такая ситуация, когда достигнут значительный экономический эффект, выраженный в полученной прибыли при относительно низкой экономической эффективности.

И наоборот, производство может характеризоваться высоким уровнем эффективности при небольшой величине экономического эффекта.

Оценку деятельности предприятия и его экономической эффективности невозможно произвести одним каким-либо показателем. Многообразие свойств и признаков различных видов производственно-хозяйственной и коммерческой деятельности предприятия обуславливает и многообразие показателей.

При этом проблема их использования состоит в том, что ни один из них не выполняет роль универсального показателя, по которому однозначно можно было бы судить об успехах или неудаче в бизнесе.

Поэтому на практике всегда используют систему показателей, которые связаны между собой и оценивают или показывают различные стороны деятельности предприятия.

Показатель - это признак, характеризующий какую-либо одну сторону явления, действия, их количественную или качественную характеристику (сторону) или степень выполнения определенной задачи.

В условиях рынка на первое место выдвигаются показатели: объем продаж, прибыль, рентабельность и целый ряд оптимизационных показателей.

Ориентировка производства на удовлетворение спроса резко усилила значение оценки различных вариантов удовлетворения спроса.

Все показатели, исходя из требований рынка, можно разделить на:

- **оценочные**, характеризующие достигнутый или возможный уровни развития или результатов той или иной деятельности;
- **затратные**, отражающие уровень затрат по осуществлению различных видов деятельности.

Такое деление весьма условно.

Оно зависит от цели проводимого анализа.

К примеру, показатель «издержки производства» в одном случае может рассматриваться как оценочный, характеризующий достигнутый уровень затрат труда, а в другом случае (при планировании) определяться как затратный, позволяющий установить количество затрат при оказании услуг.

То же можно сказать о значимости показателей.

Это во многом зависит от характера (вида) деятельности.

Например, показатель прибыли, несмотря на всю его важность, далеко не всех интересует в одинаковой степени: арендодателя (земли, зданий, оборудования и др.) больше интересует движение ликвидности в компании, а акционеров интересует не только размер дивидендов, но и курс акций, который зависит от темпов роста объема их продаж.



В зависимости от цели анализа показатели могут выражаться в форме **абсолютных, относительных и средних величин**. Выделяют также структурные и приростные показатели.

### ***Абсолютные показатели***

бывают стоимостными и натуральными.

В условиях рыночных отношений первостепенное значение придается стоимостным, что обусловлено сущностью товарно-денежных отношений.

***Абсолютные показатели*** отражают уровень развития предприятия, достигнутый за определенный период времени. Ими являются: оборот (объем продаж), валовая и частичная выручка, валовая и частичная прибыль, величина дивидендов, уровень издержек производства и реализации продукции, основные и оборотные производственные фонды, уставный фонд, задолженность и др.

**Относительные показатели** выделяются как отношения абсолютных показателей, характеризующие долю одного показателя в другом, или как отношения разнородных показателей. Процедура их оценки заключается в сравнении отчетных значений с базисными плановыми, средними за предшествующий период, отчетными за предшествующие периоды, среднеотраслевыми, показателями конкурентов и т.д. К ним относятся: прибыль на единицу стоимости основных средств, издержек или уставного фонда; производительность; фондовооруженность труда и др.

***Структурные показатели*** - по расходам, капиталу, доходам - характеризуют долю отдельных элементов в итоговой сумме.

***Приростные показатели*** отражают свое изменение за определенный период. Они могут быть даны в относительном или абсолютном выражении. Таковыми являются, например, изменения уставного фонда за год, прибыли за год и т.д.

Следовательно, мы имеем дело с разнообразными и разнородными показателями, причем в одном и том же случае одни из них могут улучшаться, а другие ухудшаться. Например, увеличение прибыли при продажах в кредит (в случае задержки с выплатами) ведет одновременно и к уменьшению наличности. В условиях рынка в число контролируемых показателей входят: выручка от реализации, объем продаж, размер капитала, сумма чистой прибыли, величина активов, число акционеров, величина выплачиваемых дивидендов, доля экспорта в обороте и др.

В условиях рынка важное значение имеют показатели качества продукции или оказываемых услуг, так как качество продукции сильно влияет как на повышение конкурентоспособности товаров, так и на повышение продажной цены. Последнее увеличивает объем продаж, а, следовательно, и рост прибыли.

Показатели качества различны для видов продукции разного потребительского назначения. Например, для продуктов питания главным показателем является содержание полезных веществ (белков, жиров, углеводов, витаминов и т. п.); для тканей, трикотажа и нетканых материалов - прочность окраски, степень усадки, прочность на разрыв; для швейных и трикотажных изделий - соответствие моде. Для оценки товаров длительного пользования применяются показатели экономичности, надежности, долговечности, степени учета требований технической эстетики.

В данном случае под **экономичностью** понимаются такие свойства продукции, которые дают экономию средств как в производстве изделия, так и в процессе его эксплуатации.

Так, последнее поколение телевизоров отличается меньшими габаритами, весом, меньшим потреблением электроэнергии и т.д.

## ***Систематический и всесторонний анализ эффективности деятельности предприятия позволит:***

- быстро, качественно и профессионально оценивать результативность хозяйственной деятельности как предприятия в целом, так и его структурных подразделений;
- точно и своевременно находить и учитывать факторы, влияющие на получаемую прибыль по конкретным видам производимых товаров и предоставляемых услуг;
- определять затраты на производство (издержки производства) и тенденции их изменения, что необходимо для разработки ценовой политики предприятия;
- находить оптимальные пути решения проблем предприятия и получения прибыли в ближайшей и отдаленной перспективах.

При рассмотрении показателей важно отметить, что рыночные отношения предполагают, что в каждой сфере бизнеса должны быть свои показатели (часто нигде более не применяемые). Важно усвоить, что нет и не может быть такого показателя хозяйственной деятельности, который годился бы на все случаи жизни. Для того чтобы развиваться в условиях острой конкуренции, руководитель предприятия должен видеть, чувствовать результаты всех видов деятельности, а это означает, что необходимо формирование системы взаимосвязанных показателей, отражающих степень достижения целей, период и тип организации.