

С.В. Кузнецов

**Метод оценки общей  
эффективности на предприятиях  
агропромышленного комплекса**

Эффективность деятельности любой коммерческой организации в условиях рынка – главное в процессе управления. В основе создания эффективной компании должна лежать концепция управления, опирающаяся на объективные законы развития рыночных отношений. В этом аспекте главной задачей является теоретическое обоснование использования метода оценки общей эффективности как основы вышеназванной концепции управления. Актуальность этого метода обуславливается глубокой практической значимостью.

В экономике понятие «эффективность» в самом простом определении означает максимизацию результата при допустимых затратах и усилиях. Вспомним историю экономических учений. Именно требованием эффективности Адам Смит обосновал необходимость разделения труда на своем знаменитом примере производства булавок. Фредерик Уинслоу Тейлор – отец менеджмента и его последователи впервые использовали научный подход к решению проблемы производительности труда рабочих, способствующему эффективности в промышленности [1, с. 271]. Каждая западная управленческая школа внесла ощутимый вклад в управление, предлагая свой способ повышения эффективности деятельности организации.

Постепенно, по мере развития научно-менеджмента, понятие эффективности деятельности предприятия стало более содержательным. Причиной тому явились глубокие динамические процессы, которые произошли в экономике и привели к значительному усложнению внешней среды организации. Спрос преобладал над предложением. Диктат производителя перешел в диктат потребителя. Вот почему уже в конце 50-х гг. в западном менеджменте появился термин «общая эффектив-

ность» («общая производительность»), имеющий составляющие:

- а) внутренняя эффективность;
- б) результативность (внешняя эффективность) [2, с. 48; 3, с. 273; 4, с. 79].

Считается, что оценить общую эффективность деятельности предприятия возможно при следующих существенных условиях. Первое – предприятие должно быть результативным, т.е. результаты его деятельности востребуются и признаются рынком, потребителем. Результативность измеряется достижением целей организации. Чтобы быть лидером на рынке, большинству организаций приходится периодически менять свои цели соответственно изменяющимся потребностям внешнего мира. Второе условие – предприятие должно быть внутренне эффективным. Под внутренней эффективностью понимаются экономичность, наилучшее использование ресурсов и оптимизация процессов управления. Показатель общей эффективности определяется как частное от деления стоимости благ, произведенных предприятием, на общие затраты ресурсов, которые были необходимы для их производства. Главное значение показателя общей эффективности состоит в том, что он отражает как внутреннее использование ресурсов, так и оценку продукции, устанавливаемую на рынке. В этом показателе сопоставляются затраты и усилия на производство благ с их рыночной оценкой. Обратим внимание на показатели общей эффективности сельскохозяйственных предприятий Алтайского края (табл. 1) [5–7].

Если предприятие внутренне эффективно и стремится к результативности, то оно обязательно достигнет желаемого

Таблица 1

Показатели общей эффективности  
сельскохозяйственных предприятий Алтайского края

Показатель	1995	1996	1997
Число хозяйств	726	725	727
Полная себестоимость реализованной продукции, млн руб.	1739617	3341570	3989695
Выручка от реализованной продукции, млн руб.	1810993	2645400	2656436
Показатель общей эффективности (гр. 3: гр. 2)	1,04	0,79	0,66

уровня общей эффективности или производительности. Особо необходимо выделить проблему результативности, так как ее разрешение позволяет заложить потенциал прибыльного функционирования компании, который реализуется внутренней эффективностью. Результативность, проявляющаяся в том, что компания «делает нужные вещи» [8, с. 109], является чем-то

неосязаемым, пока ее усилия не оправдает рынок. Ее невозможно оценить из-за отсутствия формальных количественных критериев. Результативность предприятия зависит от глубины и качества маркетинговых исследований, основная цель которых – определить наиболее важную потребность покупателей и правильно, своевременно, качественно удовлетворить ее.

Таблица 2

## Некоторые показатели развития АПК Алтайского края

Показатель	1991	1995	1996	1997	1998
Валовый сбор зерновые, тыс. т	3584,7	3306,2	2673,9	2051,6	3074,3
(в весе после доработки)					
сахарная свекла, тыс. т	646,3	526,8	328,9	199,4	192,6
Численность скота в хозяйствах всех категорий, тыс. голов					
крупный рогатый скот	1949,4	1558,1	1434,1	1185,1	1037,6
свиньи	753,7	636,8	642,1	532,8	506,9
овцы и козы	1503	862,9	665,9	404,2	307,9
Производство продукции животноводства					
мясо скота и птицы, тыс. т	386,4	250,4	237,1	241,6	196,6
в живой массе на убой					
валовый надой молока, тыс. т	1787,8	1470	1362,2	1221,7	1073,6
Обеспеченность техникой					
количество тракторов, шт.	50426	43441	39966	37554	36553
поступило за год, шт.	2850	127	65	60	200
количество зерновых комбайнов, шт.	18409	15613	14412	13583	12814
поступило за год, шт.	1084	745	58	14	62

То, насколько правильно, своевременно, качественно организация удовлетворит эту потребность, зависит от верности и реальности поставленных целей. При этом критериями оценки стремления предприятия к результативности могут являться качественные показатели инновативности, обеспечения качества, управления конкурентоспособностью [9, с. 241]. Достижение организацией поставленных целей позволяет объективно оценить полученные результаты.

В таблице 2 приведены некоторые показатели развития АПК Алтайского края. Резкое их снижение в годы переходной экономики вызвано многими факторами: неверная государственная политика в области сельского хозяйства, неблагоприятные макроэкономические условия, иностранная конкуренция, присущая сельскохозяйственному производству неэффективность и др. Касаясь неэффективности, напомним, что во многих странах мира сельское хозяйство является дотационным. Это вызвано не только капризами природы или природными условиями, а тем, что усилия и затраты на производство сельскохозяйственной продукции значительно выше ее рыночной оценки. В этой связи, чем больше общая эффективность предприятий сельского хозяйства, тем меньше требуется дотаций из бюджета. У государства возникает прямая заинтересованность в приближении общей эффективности к значению, равному единице и выше, так как уменьшаются расходы бюджета на поддержание и развитие отрасли.

Сегодня даже краткий анализ развития АПК Алтайского края дает осно-

вание говорить об отставании в вопросах результативности. Постепенное снижение роли государства в АПК привело к появлению различных каналов маркетинга: система государственных закупок через предоставление товарных кредитов, прямые связи руководителей хозяйств, потребительские кооперативы, создание собственных магазинов розничной торговли, формирование неэффективных рыночных структур сбыта. Такая маркетинговая инфраструктура не способствует общей эффективности АПК, не отвечает интересам потребителей, так как ведет к большому количеству посредников или высоким транзакционным издержкам, к высокой доле добавленной стоимости в цене продукции, к увеличению физических потерь, к низкому качеству, к информационному вакууму [10, с. 49]. Поэтому необходимы проекты совершенствования системы маркетинга через постановку целей, максимально удовлетворяющих запросы потребителей. Достижение данных целей – это характеристика результативности предприятий АПК. В свою очередь рациональное использование ресурсов для достижения этих целей является характеристикой внутренней эффективности.

Таким образом, использование метода оценки общей эффективности на предприятиях агропромышленного комплекса – это путь к достижению успеха с позиции учета двух составляющих, или критериев общей производительности: внутренней эффективности и результативности.

### Литература

1. Дункан Дж. У. Основопологающие идеи в менеджменте. М., 1996.
2. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М., 1992.
3. Карлоф Б. Деловая стратегия. М., 1993.
4. Бовыкин В.И. Новый менеджмент. М., 1997.
5. Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий по районам за 1997 год / Алтайский краевой комитет госу-

дарственной статистики. Барнаул, 1998.

6. Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий по районам за 1996 год / Алтайский краевой комитет государственной статистики. Барнаул, 1997.

7. Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий по районам за 1995 год / Алтайский краевой комитет госу-

дарственной статистики. Барнаул, 1996.

8. Драккер П.Ф. Управление, нацеленное на результаты. М, 1994.

9. Гончаров В.В. В поисках совершенства управления: Руководство для высшего управленческого персонала. Т. 2. М., 1997.

10. Туманова Т.Б., Чернов С.Е. Управление маркетинговыми проектами в системе АПК // Маркетинг в России и за рубежом. 1997. Июль-август.