

этому малые инновации существенно отличаются от них и являются улучшениями выпускаемой продукции и рабочих процессов, т.е. как повседневные усилия на рабочем месте, а также способов, которыми пытаются решать возникающие здесь проблемы рационализации. Они заключаются в поиске новых методов работы, внесении предложений по улучшению продуктов и рабочих процессов, их практической апробации и ознакомлении других сотрудников относительно найденного способа решения проблемы. И если крупные инновации требуют больших инвестиций и специальных технологий, то малые инновации требуют, как правило, лишь определенной доли здравого смысла, творчества и способности к квалифицированному труду. Они могут осуществляться каждым сотрудником предприятия в рамках его повседневных обязанностей в соответствии с его личными способностями.

Малые инновации включают в себя следующие предложения:

- 1) простейшие идеи по улучшению собственной работы;
- 2) полезные заимствованные предложения;
- 3) предложения по рационализации и изобретательству;
- 4) предложения по организационным улучшениям, экономии энергии, сырья, материалов и других ресурсов;
- 5) предложения по разработке новых продуктов или изменению старых;
- 6) предложения по новым сферам деятельности и т.д.

Основное их преимущество – это небольшие издержки и возможность быстрого внедрения. Поэтому малые инновации как постоянные, постепенные улучшения превращаются в один из важнейших инструментов управленческой стратегии. Эта система помогает использовать опыт и знания, имеющиеся у каждого работника предприятия, на повышение эффективной деятельности предприятия.

Так, на ведущем предприятии г. Бобруйска ОАО «Белшина» экономический эффект от внедрения такого вида малых инноваций, как рационализаторские предложения, возрос с 41,6 млн р. в 1999 г. до 724,3 млн р. в 2008 г., на ОАО «ТАИМ» за аналогичный период полученный экономический эффект вырос 3,5 до 967,8 млн р.

*В.М. Жудро  
БГСХА (Горки)*

## **МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИНТЕГРАЛЬНОЙ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АГРОБИЗНЕСА**

В республике в качестве важнейших критериев оценки эффективности деятельности предприятия преимущественно используются две группы показателей: показатели соотношения доходов и расходов и финансовые показатели.

В качестве показателей финансового аспекта деятельности компании рекомендуют применять такие критерии как: доход; прибыль; рентабельность;

ликвидность. При этом преимущественно для оценки уровня эффективности функционирования предприятия предлагают использовать показатели рентабельности: 1. Показатели, базирующиеся на затратном подходе, которые определяются соотношением прибыли с затратами: рентабельность отдельных производств отдельных видов сельхозпродукции; рентабельность в целом хозяйства. 2. Показатели, характеризующие эффективность системы продаж, которые определяются соотношением прибыли с выручкой от реализации продукции. 3. Показатели, характеризующие эффективности использования капитала: рентабельность совокупных активов; рентабельность операционного капитала; рентабельность оборотного капитала; рентабельность основного капитала; рентабельность собственного капитала.

Оценка экономической нагрузки указанных выше финансовых показателей эффективности функционирования предприятия дает основание утверждать, что они, во-первых, не позволяют вычислить весь объем эффекта бизнеса.

Во-вторых, исследование современных проблем развития аграрных предприятий в условиях мирового финансового кризиса свидетельствует о том, что преимущественное применение системы финансовых показателей не позволяет в полной мере диагностировать истинное экономическое положение эффективности их функционирования.

Аргументом наличия изложенных недостатков системы финансовых показателей эффективности функционирования предприятия может служить отечественный опыт развития экономики. Так, аграрные предприятия, сосредоточенные на прибыли за данный год (на обеспечении рентабельности), сталкиваются с парадоксальной ситуацией в экономике: при наличии прибыли предприятие является реально неплатежеспособным, т.е. не может погасить свои текущие обязательства, и, наоборот, имея убытки, предприятие рассчитывается с поставщиками, сотрудниками, государством и кредиторами.

Следовательно, получение прибыли не может однозначно рассматриваться как стратегическая цель и критерий успешности функционирования предприятия. В этой связи возникает методологическая коллизия применения показателя прибыли на практике в качестве цели и критерия эффективности деятельности предприятия.

Обобщая все вышесказанное, можно сделать следующие выводы. Во-первых, при оценке эффективности предприятия следует использовать как общепринятые показатели эффективности деятельности, так и показатели уровня его конкурентоспособности, а также и показатели чувствительности ее по отношению к их изменениям, стабильности системных и даже показателей социальной ответственности бизнеса ко всем его участникам.

Интегральным критерием эффективности и конкурентоспособности бизнеса может выступать рост экономического благосостояния собственников (инвесторов, акционеров, владельцев доли или пая) или рост стоимости бизнеса.

В ходе контекстной оценки современных методов оценки стоимости бизнеса установлено, что рыночная его стоимость в значительной степени связана с показателем денежного потока. Это означает, что стоимостный подход к

управлению бизнесом предполагает концентрацию менеджмента предприятия в первую очередь не на текущих изменениях величины прибыли, а на долгосрочных денежных потоках. В этом случае предприятие, постоянно увеличивая стоимость бизнеса, всегда сможет предотвратить утечку капитала в собственность конкурентов. В этой связи можно рекомендовать использовать на практике концепцию VBM (Value Based Management) – менеджмент, нацеленный на создание стоимости. В основе VBM лежит менеджмент на основе интегрированного экономического показателя – стоимости предприятия.

Показатель рыночной стоимости компании является важным системообразующим индикатором оценкой эффективности, конкурентоспособности деятельности предприятия, адекватно отражающей качество управления им (качество менеджмента), его текущее и перспективное экономическое и финансовое состояние.

В теории и практике управление бизнесом, основанное на доходном методологическом подходе к оценке его стоимости (value based management – VBM), реализуется посредством 3-х методов: метода добавленной стоимости акционерного капитала, внедренного в научный оборот американским экономистом А. Раппапортом (shareholder's value added – SVA), методики экономической добавленной стоимости Стерна–Стюарта (economic value added – EVA), метода добавленной рыночной стоимости (market value added – MVA).

В концепции VBM можно выделить две доминирующие группы методов. К одной группе относятся методы определения показателей, имеющих финансовую, инвестиционную и производственную направленность, такие как добавленная стоимость акционерного капитала (SVA), рыночная добавленная стоимость (MVA), экономическая добавленная стоимость (EVA) и некоторые другие.

Ко второй группе методов относятся методы, учитывающие также и неэкономические и нефинансовые показатели, например сбалансированная система показателей BSC (Balanced Scorecard), системы качества в рамках концепций TQM (total quality management) – всеобщего управления качеством и концепция CWQC (company wide quality control) – управления качеством в рамках компании и др.

В современных условиях мирового финансового кризиса рыночную добавленную стоимость (MVA) и экономическую добавленную стоимость (EVA) можно рекомендовать в качестве приоритетных критериев комплексной оценки эффективности и конкурентоспособности агробизнеса, позволяющих диагностировать максимальный рыночный эффект деятельности предприятия и тем самым синхронизировать реализацию экономических интересов всех его участников. А для комплексной оценки конкурентоспособности развития агробизнеса целесообразно применять интегральный индекс, представляющий среднюю гармоническую микроиндексов рыночной добавленной стоимости (MVA) и экономической добавленной стоимости (EVA).