

УДК 330:372.881.1

DOI: 10.26140/anie-2019-0804-0020

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНУТРИФИРМЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ НА ОСНОВЕ СТОИМОСТНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

© 2019

Черникова Виктория Евгеньевна, кандидат экономических наук,
доцент кафедры отраслевого и проектного менеджмента

Вlachуга Виктория Ивановна, магистрант

Кубанский государственный технологический университет

(350042, Россия, Краснодар, улица Московская, 2, e-mail: vika.vlachuga@mail.ru)

Аннотация. В теории менеджмента содержание внутрифирменного управления рассматривается как результат достижения фирмой определенных целей в ходе осуществления предпринимательской деятельности. Цели фирмы предполагают преобразование ресурсов (капитала, материалов, технологий, информации, трудовых ресурсов и т.д.) при осуществлении определенного вида деятельности для достижения конечных результатов. Следовательно, эффективность внутрифирменного управления является основой результативности обеспечения функционирования и развития организации. В современных условиях розничная торговля (или ритейл) является одним из растущих сегментов российского рынка. Однако для поддержания высоких темпов роста организациям необходимо формирование управленческой команды, деятельность которой будет направлена не только на обеспечение эффективного функционирования компании в текущем периоде, но и постановку целей и задач долгосрочного развития. В этой связи, перед руководством торговых организаций возникает проблема, связанная с проведением оценки эффективности управления торговым предприятием. Для поиска решения данной проблемы в статье проведен сравнительный анализ эффективности внутрифирменного управления в крупных торговых организациях на основе оценки показателей выручки, прибыли и рентабельности. Сделан вывод о чувствительности данных показателей к смене руководства. Предложено направление дальнейшего повышения эффективности внутрифирменного управления в торговых организациях.

Ключевые слова: внутрифирменное управление, торговля, прибыль, рентабельность, эффективность, анализ, торговая организация, стоимостные показатели, менеджмент, управленческая команда

ESTIMATION OF EFFICIENCY OF INTERNAL TRADE MANAGEMENT BY A TRADE ORGANIZATION BASED ON VALUE INDICATORS

© 2019

Chernikova Victoria Evgenievna, candidate of economic sciences, associate Professor
of branch and project management Department

Vlachuga Victoria Ivanovna, undergraduate

Kuban State Technological University

(350042, Russia, Krasnodar, Moskovskaya street, 2, e-mail: vika.vlachuga@mail.ru)

Abstract. In the theory of management, the content of internal management is considered as the result of a firm achieving certain goals in the course of entrepreneurial activity. The goals of the company include the transformation of resources (capital, materials, technology, information, labor, etc.) in the implementation of a certain type of activity to achieve final results. Therefore, the effectiveness of internal management is the basis for the effectiveness of the functioning and development of the organization. In modern conditions, retail (or retail) is one of the growing segments of the Russian market. However, to maintain high growth rates, organizations need to form a management team whose activities will be aimed not only at ensuring the effective functioning of the company in the current period, but also setting goals and objectives for long-term development. In this regard, the management of trade organizations faces a problem associated with assessing the effectiveness of managing a trade enterprise. To find a solution to this problem, the article conducted a comparative analysis of the effectiveness of internal management in large trading organizations based on the assessment of revenue, profit and profitability. A conclusion is drawn on the sensitivity of these indicators to a change of leadership. The direction of further increasing the effectiveness of internal management in trade organizations is proposed.

Keywords: intercompany management, trade, profit, profitability, efficiency, analysis, trade organization, cost indicators, management, management team

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. В настоящее время как отмечается многими исследователями (Герчикова И.Н. [2], Егоршин А.П. [5], Веснин В.Р. [1] и др.) актуальной является проблема формирования системы внутрифирменного управления, от эффективности которой напрямую зависит функционирование и развитие компании [9]. Однако среди современных ученых нет единства мнений относительно методов и показателей оценки эффективности внутрифирменного управления.

В теории менеджмента внутрифирменное управление является результатом достижения определенных целей, входе преобразования экономических ресурсов [3] и конечным результатом такого преобразования выступает получение прибыли.

В современных условиях фирмы, осуществляющие деятельность в сфере розничной торговли, развиваются более высокими темпами по сравнению с предприятиями других отраслей экономики [4,10]. При этом на розничном рынке присутствуют крупные ритейлеры, реализующие огромное количество аналогичных товаров, целью которых является получение прибыли. В сфере

розничной торговли, в отличие от производственных предприятий, получение прибыли в большей степени связано не с преобразованием ресурсов, а с эффективным управлением бизнес-процессами [6]. Величина прибыли в этом случае зависит от: создания конкурентоспособных условий продажи товаров (цена, срок поставки, обслуживание покупателей, гарантийное обслуживание и т. д.), снижения издержек, своевременного реагирования на изменения условий внешней среды и т.д. [7]. Следовательно, получение прибыли в торговле напрямую связано с эффективностью внутрифирменного управления. Однако для получения информации об эффективности внутрифирменного управления одного показателя прибыли недостаточно, необходимо сопоставить прибыль с теми ресурсами, которые были вложены в процесс финансово-хозяйственной деятельности, обеспечивающий получение данного показателя прибыли. Такая характеристика отражается с помощью показателей рентабельности - отношения полученной предприятием прибыли к различным показателям, характеризующим объем ресурсов предприятия.

Таким образом, на наш взгляд, эффективность внутрифирменного управления торговым предприятием мо-

жет быть оценена с помощью стоимостных показателей, таких как прибыль и рентабельность.

Формирование целей статьи. Целью исследования является проведение оценки эффективности внутрифирменного управления торговой организацией на основе стоимостных показателей.

Используемые в исследовании методы, методики и технологии. Основными методами, применяемыми для оценки эффективности внутрифирменного управления на основе стоимостных показателей являются количественные методы финансово-экономического анализа, в частности статистические и экономико-математические методы [8].

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов. Объектом исследования выбраны две крупные торговые организации АО «Тандер» и X5 Retail Group. По данным проведенного анализа получены следующие результаты.

АО «Тандер» осуществляет розничную торговлю через сеть магазинов, функционирующих под торговыми марками «Магнит» и «Магнит Косметик». В настоящее время «Магнит» является российским лидером по количеству продовольственных магазинов и территории их размещения. По состоянию на 30.06.2019 г. сеть «Магнит» насчитывает 19884 магазинов [13].

За последние три отчетных года компанией достигнуты следующие результаты (таблица 1).

Таблица 1 – Показатели эффективности деятельности АО «Тандер» за 2016-2018 гг. [13]

Наименование показателя	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2017-2016 гг.		2018-2017 гг.	
				отклонение, +/-	темп роста, %	отклонение, +/-	темп роста, %
Выручка, млрд. руб.	1175,19	1180,34	1280,93	5,15	100,44	100,59	108,52
Валовая прибыль, млрд. руб.	257,41	293,64	317,86	36,23	114,07	24,22	108,25
Прибыль (убыток) от продаж, млрд. руб.	-6,75	-17,98	-9,02	-11,23	266,37	8,96	50,17
Чистая прибыль, млрд. руб.	43,72	6,48	23,38	-37,24	14,82	16,9	360,80
Рентабельность продаж, %	-0,57	-1,52	-0,7	-0,95	266,67	0,82	46,05
Рентабельность активов, %	10,57	1,46	4,57	-9,10	13,86	3,10	311,79
Рентабельность собственного капитала, %	53,26	11,56	20,30	-41,70	21,70	8,75	175,69

По данным таблицы 1 можно отметить следующее. В 2017 г. по сравнению с 2016 г. наблюдается увеличение выручки предприятия на 0,4%, что обусловлено в основном ростом выручки от розничной и оптовой реализации продукции. Рост выручки в 2018 г. по сравнению с 2017 г. составил 8,52%. В 2017 по сравнению с 2016 г. валовая прибыль увеличилась на 14,08%. В 2018 г. по сравнению с 2017 г. увеличение данного показателя составило 8,25%. За анализируемый период компанией получен убыток от продаж. В 2017 г. по сравнению с 2016 г. наблюдается рост данного показателя в 2,66 раза. В 2018 г. компании удалось снизить значение данного показателя в 2 раза. Вследствие получения убытка от продаж, рентабельность продаж является отрицательной. В 2017 г. компанией получено наименьшее значение чистой прибыли. В 2018 г. по сравнению с 2017 г. чистая прибыль увеличилась, однако ее значение по сравнению с 2016 г. ниже почти в 2 раза. В 2017 г. по сравнению с 2016 г. наблюдается снижение рентабельности активов и рентабельности собственного капитала, что обусловлено снижением чистой прибыли. В 2018 г. по сравнению с 2017 г. данные показатели увеличились, однако их значение ниже уровня 2016 г.

В 2018 г. система внутрифирменного управления компанией и ее дочерними предприятиями претерпела серьезные изменения. После передачи владельцем сети С. Галицким акций «Магнит» группе ВТБ в компании произошла смена руководства. На пост Генерального директора была назначена О. Наумова, которая с 2013 г. занимала пост генерального директора сети магазинов «Пятерочка» в X5 Retail Group [11]. По итогам работы за вторую половину 2018 г. новому руководству удалось восстановить рост показателей эффективности деятельности компании, однако X5 Retail Group на сегодняшний

день является лидером в российском ритейле.

X5 Retail Group работает под брендами «Пятерочка», «Перекресток», «Карусель». По состоянию на 30.06.2019 г. количество магазинов сети составило 14431 [12].

За последние три отчетных года компанией достигнуты следующие результаты (таблица 2).

По данным таблицы 2 видно, что за анализируемый период наблюдается прирост выручки компании. В 2017 г. по сравнению с 2016 г. рос данного показателя составил 25,28%, в 2018 г. по сравнению с 2017 г. – 18,34%. Также за анализируемый период наблюдается рост выручки и валовой прибыли. Увеличение чистой прибыли в 2017 г. по сравнению с 2016 г. составило 40,84%, в 2018 г. по сравнению с 2017 г. данный показатель снизился на 87,77%. Аналогичная тенденция наблюдается и по показателям рентабельности.

Таблица 2 – Показатели эффективности деятельности X5 Retail Group за 2016-2018 гг. [12]

Наименование показателя	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2017-2016 гг.		2018-2017 гг.	
				отклонение, +/-	темп роста, %	отклонение, +/-	темп роста, %
Выручка, млрд. руб.	1033,67	1295,01	1532,54	261,34	125,28	237,53	118,34
Валовая прибыль, млрд. руб.	249,99	308,94	369,72	58,95	123,58	60,78	119,67
Прибыль от продаж, млрд. руб.	45,63	57,76	58,15	12,13	126,58	0,40	100,69
Чистая прибыль, млрд. руб.	22,29	31,39	28,64	9,10	140,84	-2,75	91,23
Рентабельность продаж, %	4,41	4,46	3,79	0,05	101,03	-0,67	85,08
Рентабельность активов, %	4,71	5,55	13,07	0,85	117,97	7,52	235,38
Рентабельность собственного капитала, %	17,55	19,81	17,31	2,27	112,92	-2,51	87,36

Так рентабельность продаж в 2017 г. по сравнению с 2016 г. увеличилась на 0,05%, а в 2018 г. по сравнению с 2017 г. снизилась на 0,67%, рентабельность собственного капитала в 2017 г. по сравнению с 2016 г. увеличилась на 2,27%, а в 2018 г. по сравнению с 2017 г. снизилась на 2,51%. За анализируемый период рентабельность активов ежегодно увеличивалась.

В 2018 г. система внутрифирменного управления в данной компании также претерпела изменения. После ухода генерального директора сети магазинов «Пятерочка» О. Наумовой, ее пост занял С. Гончаров, который с 2013-2016 г. возглавлял формат «Магнит-Косметик». Кроме того, произошел переход менеджеров более низкого звена из одной торговой сети в другую [11].

По данным проведенного анализа большинство показателей эффективности деятельности X5 Retail Group имеют более высокие темпы роста по сравнению с аналогичными показателями АО «Тандер» (рисунок 1).

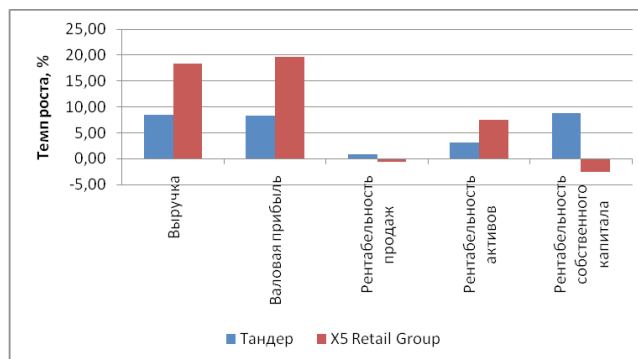


Рисунок 1 – Сравнение темпов роста показателей эффективности деятельности АО «Тандер» и X5 Retail Group

Однако в 2018 г. по сравнению с 2017 г. наблюдается снижение темпов роста показателей эффективности деятельности X5 Retail Group, что во многом связано со сменой руководства торговой сети «Пятерочка».

Выводы исследования. Проведенный анализ эффек-

тивности внутрифирменного управления в крупных торговых компаниях позволяет сделать следующие выводы. Новому руководству в АО «Тандер» удалось получить положительные результаты за короткий период, в частности наблюдается рост выручки, рост валовой прибыли, снижение убытка от продаж, рост чистой прибыли.

Но при этом отдача от вложенного капитала снизилась, что выражается в снижении показателей рентабельности. За тот же период новое руководство сети магазинов «Пятерочка» обеспечивает прирост X5 Retail Group показателей выручки, валовой прибыли, чистой прибыли. Но рост данных показателей ниже, чем в предыдущие периоды. Отдача от вложенного капитала также снижается, что отражает снижение рентабельности собственного капитала.

Перспективы дальнейших изысканий в данном направлении. Таким образом, стоимостные показатели, отражающие эффективность деятельности компании являются базисом, отражающим эффективность внутрифирменного управления. Взаимное перемещение топ-менеджеров в торговых сетях во многом повлияло на формирование данных показателей. В этой связи дальнейшее перспективное развитие исследуемых компаний обеспечит формирование управленческой команды, усилия которой будут направлены на разработку долгосрочных стратегических целей и задач по их достижению.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Веснин В.Р. Основы менеджмента: Учебник / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2017. – 320 с.
2. Герчикова И.Н. Менеджмент. Практикум / Герчикова И.Н., – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 799 с.
3. Прохорова В.В. Интенсификация развития региональной экономической системы в условиях нестабильности // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2010. Т. 6. № 36 (93). С. 62-65.
4. Коломыц О.Н., Черникова В.Е., Гудкова А.Г. Предпринимательские экосистемы: сущностные характеристики и законы развития // Современная научная мысль. 2017. № 5. С. 146-151.
5. Егоришин А.П. Основы менеджмента: Учебник для вузов / А.П. Егоришин. – Н.Новг.: НИИМБ, 2018. – 320 с.
6. Коломыц О.Н. Механизмы реализации инноваций в социально-экономических системах: монография. – Краснодар, 2016.
7. Алуян В.С., Белова Е.О., Гавриш Е.С., Гришин И.Ю., Кобозева Е.М. Конкурентоспособность предприятий, отраслей, регионов в современных условиях. Коллективная монография/Краснодар, 2016
8. Харчилава Х.П., Боттаев А.Ю. Воздействие корпоративного управления на эффективность деятельности компании / Х.П. Харчилава, А.Ю. Боттаев // Управление. – 2016. – №4 (14). – С. 82-85.
9. Прохорова В.В., Хилько Н.А. Перспективы постиндустриальных преобразований региональных экономических систем современной России с участием корпораций и сетевых организаций // Представительная власть - XXI век: законодательство, комментарии, проблемы. 2013. № 4 (123). С. 12-15.
10. Черникова В.Е. Формирование инновационных территориальных кластеров как инструментов реализации стратегии социально-экономического развития России // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2016. № S6. С. 94-99.
11. Кадровые перестановки в ритейле 2018 года URL: <https://www.retail.ru/news/kadrovye-perestanki-v-riteyle-2018-goda> (дата обращения: 01.08.2019)
12. Официальный сайт X5 Retail Group. Годовые отчеты URL: <https://www.x5.ru/ru/Pages/Investors/Reports.aspx> (дата обращения: 01.08.2019)
13. Официальный сайт ПАО «Магнит». Финансовая отчетность URL: <http://ir.magnit.com/ru/financial-reports-rus> (дата обращения: 01.08.2019)

Статья поступила в редакцию 29.08.2019

Статья принята к публикации 27.11.2019