

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ БИЗНЕС-ИДЕИ КАК ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

М.А. Маленьких

Статья посвящена вопросу выявления экономически привлекательных бизнес-идей. В рамках данного исследования был разработан алгоритм оценки перспективности различных видов деятельности.

Ключевые слова: бизнес-идея, область рациональных управленческих решений, бизнес-процесс, потенциал предприятия, финансово-экономические показатели.

Выбор направления предпринимательской деятельности в первую очередь связан с поиском привлекательных бизнес-идей, позволяющих достичь поставленные субъектом анализа цели. При этом сам процесс экономической оценки подразумевает наличие некоторой системы показателей, отражающей характеристики бизнеса. В реальной жизни эти показатели применительно к любой бизнес-идеи имеют количественные и качественные параметры. Таким образом, предпринимателю необходимо задать критерии данных показателей, то есть определить приемлемые границы параметров. Совокупность данных критериев образует область принятия управленческих решений. С целью упрощения задачи экономической оценки привлекательности бизнес-идеи целесообразно представить данный процесс в виде алгоритма, изображенного на рис. 1 [1, 2].

На первом этапе алгоритма субъекту анализа необходимо сформировать систему показателей, отражающих характеристики, по которым будет оцениваться бизнес-идея. В ней обязательно должны быть отражены финансово-экономические показатели, параметры бизнес-процесса и характеристики внешней среды. Это позволяет не только учесть все желаемые параметры, но и всесторонне проверить бизнес-идею на жизнеспособность. Так, показатели бизнес-процесса и внешней среды представляют собой совокупность трудового, технического, организационного, материального, финансового, информационного потенциала предприятия. Результаты его использования характеризуются различными финансово-экономическими показателями [3].

На втором этапе алгоритма субъекту анализа необходимо определить приемлемые границы каждого показателя, то есть задать критерии. Их выбор индивидуален. Совокупность критериев образует некоторую область приемлемых значений.

Неопределенность внешней среды является функцией количества информации, а также функцией уверенности в этой информации. Если информации мало или есть сомнения в ее точности, среда становится более неопределенной, чем в ситуации, когда имеется адекватная информация и

есть основания считать ее высоконадежной. Поскольку бизнес все более становится глобальным занятием, требуется больше и больше информации, но уверенность в ее точности снижается [4].

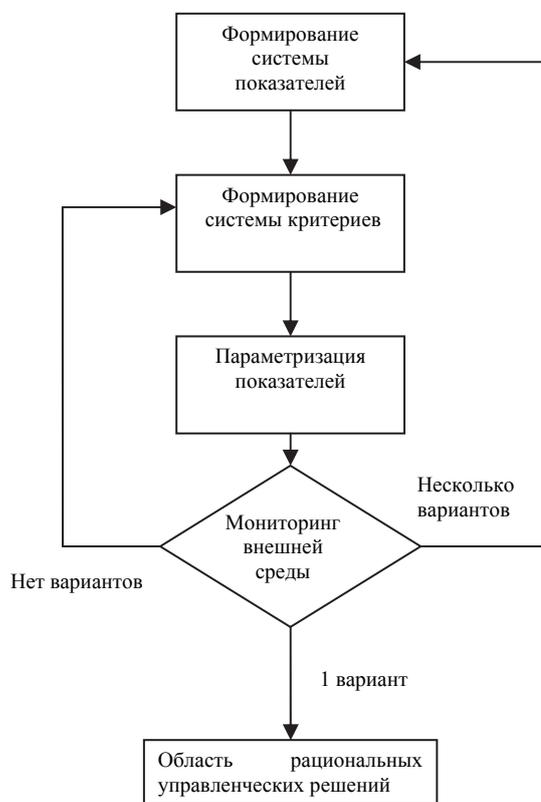


Рис. 1. Алгоритм выявления и экономической оценки привлекательности бизнес-идей

Следовательно, на третьем этапе алгоритма необходимо сформировать систему источников получения необходимой для предпринимателя информации. При этом целесообразно использовать как можно большее количество источников в целях получения более полного и достоверного представления о внешней среде.

Совокупность критериев создает некоторую область приемлемых вариантов бизнес-идей. Но данная область носит теоретический характер – она отражает лишь потребности субъекта анализа.

Наличие бизнес-идеи, значения параметров которой лежали бы в заданной критериями области, проверяется посредством мониторинга внешней среды. Это четвертый этап алгоритма.

В целях сокращения времени поиска и объема необходимой для анализа информации следует осуществлять мониторинг среды в последовательности, изображенной на рис. 2.

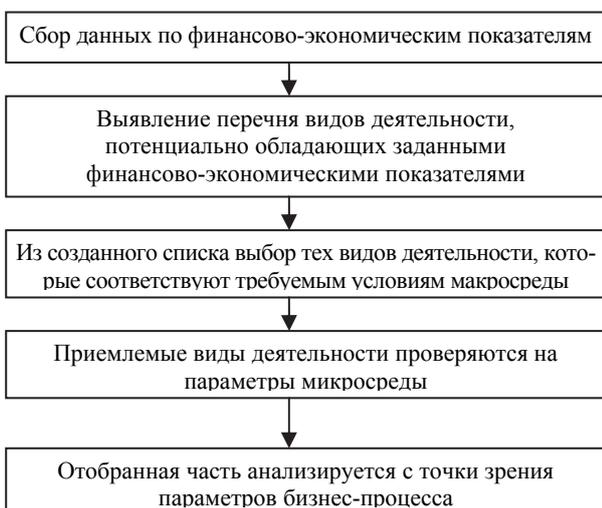


Рис. 2. Последовательность нахождения области приемлемых решений

Таким образом, приемлемые для предпринимателя виды деятельности лежат на пересечении двух областей. При этом возможны три ситуации:

- 1) существует единственное решение, представленное конкретным видом деятельности;
- 2) существует несколько видов экономической деятельности, параметры которых попадают в заданные границы;
- 3) третий вариант – отсутствие подходящих для предпринимателя бизнес-идей.

Во втором случае необходимо ввести дополнительные параметры, позволяющие уточнить выбор. Субъект анализа возвращается на первый этап алгоритма. Как только в процессе поиска открываются конкретные альтернативы, появляется и более точная информация. Однако она может поставить под сомнение обоснованность первоначального стратегического выбора. Поэтому успешное использование стратегии невозможно без обратной связи [5].

В третьем случае следует вернуться на второй этап алгоритма и поменять значения критериев, а точнее – расширить приемлемые границы.

Результатом использования предложенного алгоритма является бизнес-идея, соответствующая всем заданным критериям [2].

Произведем апробацию предложенной методики на конкретном примере. Пусть некий субъект анализа планирует открыть свой бизнес, но не знает какой вид экономической деятельности выбрать. Совокупность указанных субъектом анализа

критериев показателей представлена в табл. 1 и образует область приемлемых значений, то есть формирует определенный образ привлекательной бизнес-идеи.

**Таблица 1
Область приемлемых значений показателей**

| Показатели | Критерии |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 1. Стартовый капитал: | 834 000 руб. |
| – собственный | 500 000 руб. |
| – заемный | 334 000 руб. |
| 2. Коэффициент соотношения собственных средств к заемным средствам | 1,5 |
| 3. Прибыль | 60 000 руб. |
| 4. Уровень риска | 25 % |
| 5. Срок окупаемости | 3 года |
| 6. Рентабельность | |
| – рентабельность продукции | от 25 % |
| – рентабельность активов | Превышает текущей ставки по кредиту |
| 7. Выручка | 300 000 руб. |
| 8. Ставка дисконтирования | 35 % |
| 9. Легальность продукции | есть |
| 10. Качество материальных ресурсов | высокое |
| 11. Месторасположение ресурсов | г. Челябинск |
| 12. Инвестиционный климат | благоприятный |
| 13. Политический климат | благоприятный |
| 14. Волатильность цен на ресурс | низкая |
| 15. Уровень конкуренции | низкий |
| 16. Число фирм-конкурентов | не более 5 фирм |
| 17. Характеристика рынка | растущий |

В условиях внешней среды в рамках релевантного периода интересующие субъекта анализа показатели принимают определенные значения. Таким образом, задача сводится к выявлению границ по каждому из заданных им показателей. Так как предполагается, что разработанный алгоритм должен обладать не только практической применимостью, но простотой и оперативностью принятия решений, то необходимо максимально сократить объем требуемых данных. С этой целью произведем параметризацию сначала основных показателей, затем, сократив исследуемую область, обозначим границы оставшихся.

Вся совокупность законодательно закрепленных видов деятельности отражена в общероссийском классификаторе видов экономической деятельности ОК 029-2001 (КДЕС Ред. 1) с последней редакцией от 30.12.2010 г. № 1151-ст. [6]. Но в статистических целях чаще используют упраздненный Общероссийский классификатор «Отрасли народного хозяйства» (ОКОНХ). Также существуют различные отраслевые бизнес-справочники предприятий России [7].

Первый показатель – это стартовый капитал. Так как непосредственные данные отсутствуют, то

в качестве порогового уровня инвестиций целесообразно найти удельную величину основных фондов. Величина финансового барьера определяет круг отраслей, в которых субъект анализа изначально не сможет создать жизнеспособную организацию. Согласно данным с сайта Федеральной службы государственной статистики, к ним относятся: добыча полезных ископаемых, производство и распределение электроэнергии, газа и воды [8].

Проверим тот же перечень отраслей на предмет наличия приемлемых показателей рентабельности. При этом необходимо учитывать, что рентабельность активов определена как превышение над ставкой по кредиту. Так как отсутствуют данные за 2010 год, то необходимо проанализировать значения рентабельности в динамике.

В связи с финансово-экономическим кризисом 2008 года, отклонения по многим показателям значительны. Причем динамика как положительная, так и отрицательная. Ориентироваться, следовательно, надо не только на 2009 год, но и 2007–2008. Данные этих лет являются весьма наглядными. Так, высокие показатели рентабельности 2007, 2008 года по сравнению с 2009 свидетельствуют о том потенциале, который может быть достигнут повторно рассматриваемым видом экономической деятельности. Превышение же показателей 2009 года над предыдущими говорит об успешном преодолении пика кризиса 2008 года предприятиями данной отрасли.

На основании этого выделим перечень отраслей, в которых рентабельность активов и рентабельность продукции принимают приемлемые значения, и сформируем следующую таблицу (табл. 2).

Рентабельность продукции и рентабельность активов в химическом производстве, а также в производстве прочих неметаллических минеральных продуктов слишком занижены в 2009 году по сравнению с требуемым уровнем. Их необходимо исключить.

В результате остаются следующие подотрасли обрабатывающих производств:

- а) производство кокса и нефтепродуктов;
- б) металлургическое производство и производство готовых металлических изделий.

Проверим их на соответствие остальным критериям. Для этого введем дополнительные данные и рассмотрим каждую группу отдельно.

1. Производство кокса и нефтепродуктов.

Производители кокса – крупные предприятия своей отрасли. Представителями Челябинской области являются ЗАО «Стандарт-К», ООО «Химическая дорожно-строительная компания», ЗАО «Русская металлургическая компания», ООО «Челябинский завод по производству коксохимической продукции». Существующие на них мощности не только создают для рассматриваемого субъекта анализа непреодолимый барьер в размере первоначального

капитала, но и делают его заведомо неконкурентоспособным в ценовой политике [7].

Таблица 2
Выборка видов экономической деятельности в зависимости от показателя рентабельности

| Вид экономической деятельности | 2007 г. | 2008 г. | 2009 г. |
|------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|
| 1. Рентабельность проданных товаров, услуг | | | |
| Обрабатывающие производства | 18,3 | 17,1 | 13,4 |
| из них: | | | |
| – производство кокса и нефтепродуктов | 27,5 | 27,8 | 26,3 |
| – химическое производство | 19,0 | 29,9 | 10,1 |
| – производство прочих неметаллических минеральных продуктов | 28,5 | 22,4 | 7,4 |
| – металлургическое производство и производство готовых металлических изделий | 34,2 | 25,5 | 14,8 |
| – из них металлургическое производство | 38,6 | 28,7 | 16,3 |
| 2 Рентабельность активов | | | |
| Обрабатывающие производства | 14,8 | 8,6 | 6,1 |
| из них: | | | |
| – производство кокса и нефтепродуктов | 21,8 | 17,4 | 15,7 |
| – химическое производство | 15,6 | 19,0 | 4,5 |
| – производство прочих неметаллических минеральных продуктов | 20,9 | 10,3 | 0,8 |
| – металлургическое производство и производство готовых металлических изделий | 23,2 | 8,4 | 5,3 |
| – из них металлургическое производство | 24,6 | 8,7 | 5,5 |

Производство нефтепродуктов также не соответствует требованиям субъекта анализа из-за повышенной волатильности цен на основной ресурс (нефть). Согласно исходным данным планируемый бизнес следует регистрировать в форме ИП. Это означает, что производство алкогольной продукции законодательно ограничено.

2. Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий согласно ОКВЭД включает целый перечень видов деятельности. При этом металлургическое производство недоступно для субъекта анализа из-за высокого значения стартового капитала [6].

Рассмотрим группу производства готовых металлических изделий с точки зрения оставшихся заданных критериев, а именно прибыли. Найдем это показатель на основании данных по рентабельности и годовому обороту малых предприятий. Согласно данным с Федеральной службы государственной статистики средний оборот одного малого предприятия рассматриваемой подотрасли составил в 2009 году 8 724 140 руб. С учетом указанной в табл. 2 рентабельности продукции можно сделать вывод, что прогнозируемый уровень прибыли превысит минимум в 60 000 руб.

Наглядным примером конкретного вида бизнеса в Челябинске является производство и установка заборов, выполненных по индивидуальному заказу методом художественной ковки. Производителем необходимых ресурсов является ОАО «Челябинский металлургический комбинат (ЧМК)», что гарантирует не только качество поставляемого на предприятие сырья, но и близость его расположения. Среди основных конкурентов – компания ООО «Ажурсталь» и фирма ООО ПКФ «Биокомфорт» [9, 10].

Рынок данной продукции можно считать развивающимся, так как в условиях кризиса в Челябинске и Челябинской области идет застройка территории поселками коттеджного типа. Это формирует покупательский спрос на заборы, ворота в индивидуальном стиле.

Рекомендации к применению разработанного алгоритма:

1) необходимо выявить основные показатели, отклонение которых является наиболее критичным;

2) даже если при использовании только части основных показателей уже найден приемлемый для субъекта анализа вид экономической деятельности, следует произвести оценку бизнес-идеи по оставшимся параметрам, так как они могут оказаться лимитирующими;

3) возможно применение данного алгоритма не только для открытия нового бизнеса, но и для развития уже действующего.

Литература

1. Бузырев, В.В. Планирование на строительном предприятии / В.В. Бузырев, Е.В. Гусев, И.П. Савельева, И.В. Федосеев. – М.: Изд-во «КноРус», 2010.
2. Воложанин, В.В. Управление организационным развитием государственных предприятий в условиях рыночной экономики: монография / В.В. Воложанин, Е.В. Гусев, В.Н. Зацепин. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2002.
3. Лясковская, Е.А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Е.А. Лясковская. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2007. – 130 с.
4. Майкл Мескон. Основы менеджмента: пер. с англ. / Майкл Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури. – М.: Дело, 1999.
5. Ансофф, И. Стратегическое управление: Экономика / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1989.
6. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности от 01 января 2003 г. ОК 029-2001 (КДЕС Ред.1).
7. Отраслевой бизнес-справочник предприятий России [Электронный ресурс]. – <http://www.actinfo.ru>.
8. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – <http://www.gks.ru>.
9. ООО «Ажурсталь» [Электронный ресурс]. – www.hudkovka.com.
10. Фирма «Биокомфорт» [Электронный ресурс]. – www.biokomfort.com.

Поступила в редакцию 17 октября 2011 г.

Маленьких Мария Андреевна. Сотрудник научно-образовательного центра факультета «Экономика и предпринимательство», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – маркетинг, менеджмент, экономика предприятия. Контактный телефон: 89517868933.

Malenkikh Marina Andreevna is a member of scientific and educational center of Economics and Entrepreneurship Faculty of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: marketing, management, economics of enterprise. Tel.: 89517868933.