

МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ НАДАННЯ ЗАГАЛЬНОДОСТУПНИХ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ НА ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Сазонова Світлана Володимирівна
Державний університет телекомунікацій, старший викладач кафедри Управління інноваційною діяльністю
(Україна)
e-mail: buria789@gmail.com

РЕЗЮМЕ

У статті досліджено методи оцінки ефективності організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг. У процесі дослідження було визначено, що враховуючи багатоаспектність поняття «ефективність», можна виділити основні методичні підходи до оцінки ефективності телекомунікаційних (ТК) підприємств. Однак, лише системний підхід дозволяє об'єктивно та всебічно оцінити ефективність діяльності ТК підприємства при наданні загальнодоступних телекомунікаційних послуг (ЗдТП).

Ключові слова: методи оцінки ефективності, організаційно-економічний механізм, загальнодоступні телекомунікаційні послуги.

РЕЗЮМЕ

В статье рассматриваются методы оценки эффективности организационно-экономического механизма предоставления общедоступных телекоммуникационных услуг. В процессе исследования было определено, что, учитывая многоаспектность понятия «эффективность», можно выделить основные методические подходы к оценке эффективности телекоммуникационных предприятий. Тем не менее, только системный подход позволяет объективно и всесторонне оценить эффективность телекоммуникационных предприятий в обеспечении общедоступными телекоммуникационных услуг.

Ключевые слова: методы оценки эффективности, организационно-экономический механизм, общедоступные телекоммуникационные услуги.

ABSTRACT

The article investigates methods for evaluating the effectiveness of the organizational and economic mechanism of granting general access telecommunication services. During the investigation it was determined that, given the multidimensional nature of the concept of "efficiency", we can distinguish the basic methodological approach to assess the effectiveness of telecommunications companies. However, only a systematic approach can objectively and comprehensively evaluate the effectiveness of telecom enterprises in provision general access telecommunication services.

Keywords: methods of performance evaluation, organizational and economic mechanism, publicly available telecommunications services

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Складні умови функціонування підприємств в Україні, соціальна криза, яка в останні роки лише загострюється, вимагає радикальних змін як на законодавчому рівні в сфері соціальної політики, так і на виконавчому. Одним із заходів мінімізації соціальних ризиків є вирішення різних соціальних проблем шляхом реалізації загальнодоступних телекомунікаційних (ЗдТК) послуг серед населення та популяризації їх надання серед телекомунікаційних (ТК) підприємств. В Україні напрями соціальної відповідальності підприємств відповідають принципам Глобального Договору ООН, який передбачає орієнтацію забезпечення досягнення цілей розвитку тисячоліття: подолання бідності, забезпечення якісної освіти впродовж життя, забезпечення гендерної рівності, зменшення дитячої смертності, поліпшення здоров'я матері, забезпечення сталого розвитку довкілля [1].

У науковій літературі присутнє широке різноманіття точок зору відносно конкретного змісту дослідження методів та принципів оцінка ефективності впровадження нових видів телекомунікаційних послуг. Але саме обґрунтування переваг, які отримує підприємство від надання ЗдТП відсутнє у науковій літературі. Недостатньо розглянуті питання обґрунтованої методики розрахунку ефекту від надання ЗдТП на телекомунікаційних підприємствах України.

Питанням розробки теоретико-концептуальних підходів до вирішення проблем формування механізмів управління в тій чи іншій сфері присвячено праці зарубіжних і вітчизняних учених, а саме: О. Алімова, О. Амощі, Б. Данилишина, І. Бистрякова, В. Гейця, Ю. Лисенка, О. Ляпунова, В. Микитенко, О. Новикової, О. Цибульова, І. Чукаєвої, М. Чумаченка, С. Шкарлета, О. Шнипка. Питанням оцінки економічної ефективності впровадження нових інформаційно-комунікаційних технологій та послуг присвячуються праці багатьох авторів (А.С. Алексеев, Т.В. Андрианова, А.П. Пятибратов, С.Н. Селетков, М.А. Кораблин, А.В. Мелик-Шахназаров, А.Т. Гургенидзе, А. Савченко). Важливе значення мають праці, що відносяться до

управління телекомунікаційними комплексами та їх організації таких вітчизняних та закордонних науковців як Л.Н. Беркман, С.В. Панченко, А.Ю. Рокотян [2].

Про необхідність формування механізмів оцінки економічної ефективності від діяльності суб'єктів ринкових відносин пише М.М Філон [3]. В наукових працях цього вченого також досліджено залежність впливу кількості суб'єктів сфери телекомунікацій на динаміку доходів від ринків телекомунікаційних послуг та частки сфери телекомунікацій у ВВП.

Але не дивлячись на широке освітлення питань ефективності впровадження інформаційно-комунікаційних послуг, на сьогоднішній день ще недостатньо вивченими та дискусивними залишаються питання впровадження загальнодоступних телекомунікаційних послуг (ЗдТП) на підприємствах зв'язу, методичні та практичні аспекти оцінки ефективності організаційно-економічного механізму впровадження та реалізації ЗдТП та ефективності роботи підприємства від їх надання.

Визначення рівня ефективності компанії є важливою задачею для її власників (у тому числі, і держав), клієнтів, постачальників, фінансових установ та інших суб'єктів ринкової економіки. Аналіз та оцінка ефективності роботи підприємства дозволяє виявити проблеми в роботі компанії, співставити бажані результати із досягнутими, впевнитись у правильності обраної стратегії розвитку підприємства та приймати подальші управлінські рішення щодо перспектив діяльності підприємства. Саме тому питання ефективності діяльності підприємства є вкрай актуальними, особливо в умовах збільшення конкуренції, погіршення зовнішніх умов роботи підприємств багатьох галузей. Але оцінка ефективності підприємства стає неможливою без визначення методів та критеріїв оцінки, розробки ефективного механізму оцінки.

Метою статті є проведення/здійснення оцінки та обґрунтування основних методів оцінки ефективності організаційно-економічного механізму (ОЕМ) надання ЗдТК послуг на телекомунікаційних підприємствах України та розробка пропозицій щодо її підвищення.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Сучасні умови діяльності підприємств характеризуються невизначеністю та високою швидкістю змін у зовнішньому оточенні підприємства. За цих умов посилюється необхідність вивчення особливостей організаційно-економічного механізму (ОЕМ), який здатний забезпечити стабільний розвиток підприємства та посилити його позиції на конкурентному ринку.

Дуже актуальними є питання ефективності впровадження ЗдТП та оцінці позитивного ефекту від їх надання, або додаткової вартості, яка створюється шляхом реалізації таких соціальних проектів. Не менш складним та важливим питанням, яке викликає дискусію як серед науковців, так й серед керівників підприємств, є визначення критеріїв, за якими буде оцінюватись ефективність відповідних рішень. Принципи підготовки технічних вимог до ЗдТП розвинуті набагато більше, ніж методики оцінки економічної ефективності технічних рішень, що пропонуються в області телекомунікаційних технологій, при чому, якщо порівнювати два альтернативних рішення за їх технічними характеристиками ще можливо, то зрозуміти чи варто взагалі вкладати кошти, наприклад, в забезпечення надання ЗдТП, набагато важче. Це обумовлено деякими аспектами, зокрема неможливістю оцінити соціальний ефект від впровадження ЗдТП.



Рис. 1. Основні види ефективності

В науковій літературі існує велика кількість методичних підходів, але, ми вважаємо, що доречно виділити три основні групи методів, що дозволяють визначити ефект від впровадження:

- фінансові (вони ж кількісні);
- якісні;
- вірогідні.

Фінансові методи використовують показники оцінки: грошового потоку (GCF); чистого грошового потоку (NCF); чистого наведеного доходу або чиста поточна вартість (NPV) тощо. Для якісної оцінки ефекту від інвестицій у телекомунікацій компанії застосовують або метод інформаційної економіки, або IT SCORECARD. Вірогідні методи використовують методи прикладної інформаційної економіки (APPLIED INFORMATION ECONOMICS, AIE) та методи оцінювання показників опціонів (REAL OPTIONS VALUTION, ROV). До вірогідних методів також відносяться і статистичні методи. [4]

Для оцінки ефективності організаційно-економічного механізму надання ЗдТП можна використовувати традиційні методику інвестиційного аналізу [5] що засновані на розрахунках таких ключових показників як:

- Чиста поточна вартість (Net Present Value – NPV)
- Індекс рентабельності інвестицій (Return On Investment – ROI)
- Внутрішня норма доходності (Internal Rate of Return – IRR)
- Строк окупності проекту (Payback Period).

Однак, на сьогоднішній день не існує універсальної методики розрахунку ефективності інвестицій у такі соціальні проекти як ЗдТП. Наведемо лише деякі з представлених різними авторами концепцій, на основі яких пропонується проводити подібне оцінювання:

a) Total Cost of Ownership (TCO, Сукупна вартість спів власництва). Згідно цієї концепції, при оцінці витрат на розробку та впровадження ЗдТП необхідно враховувати повний (сукупний) набір витрат, куди крім прямих витрат на купівлю всіх технічних засобів, розробку та впровадження програмного забезпечення включаються також витрати на подальше навчання персоналу, обслуговування, тощо.

b) Balanced Scorecard (застосування так званої «сбалансованої системи показників» для інвестицій). Згідно концепції Balanced Scorecard, результати діяльності компанії повинні оцінюватись за багатомірним набором ключових індикаторів, у всякому випадку, у наступних чотирьох взаємопов'язаних напрямках:

- фінансові показники;
- показники задоволення споживацьких запитів;
- показники внутрішньої операційно і ефективності;
- показники рівня інновацій та навчання.

Застосовуючи до оцінки ефективності інвестицій пропонується оцінювати ефекти від впровадження ЗдТП за прийнятими у конкретній компанії набору існуючих показників. Даний підхід дуже цікавий, однак його суттєвим недоліком для України являється той факт, що сама система показників Balanced Scorecard (що використовується у багатьох західних фірмах) поки не отримала широкого розповсюдження в українських компаніях. Крім того, неясно, як співставляти конкретні альтернативи в галузі розвитку ТК послуг, які мають цілком визначену вартість впровадження, із покращенням деяких якісних показників, не забуваючи при цьому про вимоги акціонерів про забезпечення мінімальної доходності операцій;

c) Функціонально-вартісний аналіз для оцінки ефективності впровадження ЗдТП. В основу методики полягає ідея визначення повної собівартості сервісів, які отримують користувачі ЗдТП в рамках та за межами компанії, та подальшого рознесення цих витрат за видами діяльності в рамках системи бюджетування компанії [6]. Однак, дану методику, практично бездоганну з точки зору економічної обґрунтованості, доволі важко застосувати для оцінки ефективності інвестицій, що пропонується до самого факту здійснення цієї інвестиції та впровадження системи;

d) Облік позитивних змін грошових потоків. Даний засіб заснований на класичній оцінці вартості грошових потоків, що дисконтуються. За допомогою технічних експертів оцінюються ті галузі, зміни в яких внаслідок впровадження систем позитивно відображаються на діяльності компанії. Далі ці зміни оцінюються в термінах позитивних змін в грошових потоках, після чого задача перетворюється в просту задачу проектного аналізу. В ідеалі будь-який такий проект повинен за своєю рентабельністю перевищувати WACC. Проти даного методу можна надати як мінімум два аргументи: від занадто привязини до експертних оцінок; недостатньо враховуються якісні зміни, до яких, як це широко визнається, приводить успішне впровадження ІТ (інформаційних технологій). Дійсно, як оцінити «позитивний грошовий потік», що створюється таким необхідним додатком, як агент електронної пошти? Даний підхід пропонує той самий аналіз дисконтованих грошових потоків, але із врахуванням інформаційних систем, що створюють якісні переваги як опціонів, які мають свою вартість. Проти цієї правильної ідеї говорить фантастична складність її практичної реалізації.

e) Модель кращої практики. Даний спосіб пропонує проведення порівняльного аналізу впровадження та надання ЗдТП із «компаніями-лідерами». Методика такого аналізу в дійсності може давати позитивні результати. Щоправда, вона навряд допоможе компаніям-лідерам.

Як показує практика, частіше впроваджувати ту чи іншу систему доводиться під тиском конкурентів, які вже успішно використовують аналогічну систему та отримують великі конкурентні переваги. У таких випадках можна рекомендувати враховувати можливі втрати при відсутності рішення щодо впровадження в якості одного із позитивних ефектів.

f) Wealth Maximization Theory (теорія максимізації цінності фірми). Засновники цієї теорії, що набуває визнання в останні роки, вважають, що жоден з існуючих критеріїв (прибуток, рентабельність, обсяг виробництва тощо) не може розглядатись як узагальнюючий критерій ефективності компанії. Натомість такий критерій повинен по-перше, бути ясным і точним, по-друге, базуватись на прогнозуванні доходів власників фірми, і по-третє, бути прийнятним для всіх аспектів процесу управління. Цей підхід базується на ідеї досягнення соціального та економічного процвітання суспільства через приватну власність. Тобто, критерій, що найбільш точно висвітлює ефективність роботи підприємства являється ринкова ціна звичайних акцій фірми або максимізація власного капіталу.

ВИСНОВКИ

Таким чином, будь-яка діяльність підприємства має за мету повернення вкладених коштів, тому оцінка ефективності господарської діяльності являється однією з найважливіших задач, що постають перед керівництвом та підприємством в цілому. Саме оцінка ефективності дозволяє визначити, наскільки результативним було впровадження певних заходів або інвестиційних проектів. У свою чергу вибір якісного інструменту для оцінки залежить, перш за все від розуміння задач бізнесу. Які б не використовувались методики та інструменти оцінки вигод та видатків, що виникають в результаті впровадження, вони повинні бути економічно обґрунтовані та, в кінцевому рахунку, направлені на збільшення вартості компанії.

Вибір методу оцінки OEM надання ЗдТП повинен відповідати певним вимогам та враховувати наступні особливості:

- не варто повністю відмовлятися від традиційних методів, оскільки вони не втрачають актуальність та можуть бути застосовані наряду із сучасними вартісними моделями. Це дозволить досягти більшої обґрунтованості та зваженості управлінських рішень;

- не варто одночасно використовувати декілька самостійних показників, що оцінюють вартість компанії, оскільки система управління ефективна лише за умови підпорядкування управлінських рішень одній цілі, яка у свою чергу пов'язана із підвищенням єдиного вартісного показника;

- усі існуючі методи та моделі мають свої переваги та недоліки, але проведений аналіз дозволяє стверджувати, що серед них немає такої, яка б у повній мірі дозволяла враховувати усю сукупність факторів зовнішнього та внутрішнього середовища ТК підприємств.

Тому варто визначити найбільш перспективний з методів та вдосконалити його таким чином, щоб знову розроблений метод оцінки ефективності OEM надання ЗдТП був гнучким та мав алгоритм який з одного боку буде чітко сформульованим, а з іншого – здатним до змін у залежності від факторів зовнішнього та внутрішнього середовища телекомунікаційного підприємства. Особливо важливим є те, щоб вказаний метод був здатним адаптуватися до стратегічних цілей підприємства, специфіки галузі та особливостей телекомунікаційного ринку. Така гнучкість дозволить побудувати модель, адаптувавши її до застосування для оцінки ефективності OEM на телекомунікаційному підприємстві таким чином, щоб повною мірою реалізувати її потенціал та отримати об'єктивні результати оцінки для прийняття подальших управлінських рішень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Глобальний договір [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.globalcompact.org.ua/ua/businesscase/anticorruption>
2. Національна доповідь „Цілі Розвитку Тисячоліття Україна – 2010”. – К.: Програма Розвитку ООН в Україні, 2010. – 108 с.
3. Рокотян А. От телекома к инфокому. договір [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.iksmedia.ru/articles/2453872-Ot-telekoma-k-infokomu-v-biznestrak.html>
4. Філон, М.М. Аналіз регуляторного впливу на ефективність ринків телекомунікаційних послуг / М.М. Філон // Праці Одеського політехнічного університету. - 2013.- № 2(41).- С.348-352.
5. Трубочёва С.И. Методы оценки эффективности вложений в информационный маркетинг / С.И. Трубочёва // Вестник волжского ун-та им. В.Н.Татищева.- 2009.- №14.- С.17-23.
6. Царев, В.В. Электронная коммерция / В.В.Царев, А.А.Кантарович. – СПб: Питер, 2002. – 320 с.
7. Скрипник, К.Г. Экономическая эффективность информационных систем / К.Г.Скрипник. – М.: ДМК Пресс, 2002. – 256 с.
8. Сероштан, А.Н. Критерии и показатели анализа и оценки эффективности фирмы / А.Н. Сероштан // Новый университет. Экономика и право. – 2013. – №11(33). – С. 9-13.