

*Таничева Т. С., ст. преп.
Белгородского государственного технологического университета им. В.Г.Шухова
(Губкинский филиал)*

ФАКТОРЫ РОСТА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

tanicheva2003@list.ru

Выявлены основные факторы роста эффективности предпринимательской деятельности в современных условиях. Установлено, что в результате разработки и реализации организационно-технических мероприятий возможно улучшение показателей эффективности деятельности фирмы. Предлагается использовать классификацию факторов эффективности на уровне фирмы, которая включает две группы: 1) мероприятия по росту результата деятельности организации; 2) мероприятия по экономному использованию ресурсов.

Ключевые слова: факторы; эффективность; предпринимательская деятельность; технические, организационные, социально-экономические мероприятия.

В любой системе управления важно выделить те области бизнеса, в которых результат может быть измерен. Это - товары или услуги, рынки (включая потребителей и конечных пользователей) и каналы сбыта. Практически всегда есть некоторые товары, не являющиеся самостоятельными, - части другого товара, вспомогательные товары, или товары, стимулирующие сбыт другого товара на рынке. Подходить к ним с общих позиций, с точки зрения стандартов, предъявляемых к основному товару, неверно.

В большинстве случаев главной причиной недостаточной эффективности является дисбаланс между областями бизнеса - товары, рынки, каналы сбыта. Так, например, хороший товар предлагают на неподходящий для него рынок, или через неподходящие каналы сбыта. Это может быть причиной вытеснения хорошего, с точки зрения производителя, товара с рынка. Необходимо также учитывать такие показатели, как товарооборот и количество операций за определенный период времени. Товар может давать хороший маржинальный доход, достаточную прибыль, но требовать значительного повышения постоянных затрат и приносить в конечном счете убытки. Важным является проведение эффективного контроля над затратами, политика их сокращения с использованием инструментов управления затратами.

Для выработки конкретных мероприятий по повышению экономической эффективности предпринимательства важное значение имеет анализ финансового состояния и финансовой устойчивости предпринимательской структуры.

Для получения недостающей информации аналитического свойства используются методы сравнения, сводки и группировки, цепные подстановки и др. Оценка экономической эффективности предпринимательства на основе показателей, характеризующих результативность

различных аспектов предпринимательской деятельности, позволяет не только выяснить, какой ценой получен данный результат, но и выявить пути ее повышения. Очевидно, что каждый предприниматель решает эту проблему по-своему. Вместе с тем существуют общие резервы повышения экономической эффективности предпринимательства, во многом обусловленные как спецификой предпринимательской деятельности, так и периодом его становления.

При этом следует заметить, что процесс повышения эффективности всегда в той или иной мере обостряет противоречие между экономической и социальной ее составляющими. В 80-е годы стала заметно усиливаться зависимость эффективности предпринимательской деятельности от факторов внешней среды. Это было связано с развитием и укреплением мирохозяйственных связей, перенасыщением не только национальных, но и традиционных внешних рынков при наметившейся тенденции появления новых (главным образом в бывших социалистических странах). В то же время были разработаны принципиально новые технологии, ускорился процесс создания товаров-аналогов и заменителей, а «жизненный цикл» продукции (особенно инновационной) еще более сократился. В результате существенно повысилась неопределенность и нестабильность не только товарных рынков, но и рынков труда и капитала. Все это, с одной стороны, привело к резкому обострению конкурентной борьбы уже не только за покупателя, но и за потребителя (потенциального покупателя), изменению ее методов, в частности, к глобализации предпринимательства и бизнеса, а с другой стороны, потребовало качественных изменений в организации предпринимательской деятельности, повышении ее эффективности.

Для того, чтобы победить в сегодняшней конкурентной борьбе, обеспечить более или ме-

нее долговременную конкурентоспособность продукции и снизить предпринимательские риски, уже недостаточно изучать, прогнозировать и учитывать покупательский спрос. Необходимо выявлять и формировать потребности, то есть по существу «создавать» свой рынок и своего покупателя. Одним из таких резервов является непрерывное улучшение качества продукции и услуг. Под качеством обычно понимается такая совокупность объективно существующих характеристик и свойств товара и услуг, которая позволяет удовлетворять запросы покупателя. Что касается качества продукции предпринимательства, то в эту совокупность входят, прежде всего, такие свойства, как технологичность, надежность, эргономичность, эстетические свойства, безопасность и экологичность.

Любое современное производство может быть рентабельным только в том случае, если выпускает качественную продукцию. Именно качество обеспечивает рост продаж, снижение издержек, увеличение прибыли, и, в конечном счете, экономическую эффективность деятельности.

Современное предпринимательство может быть рентабельным только в том случае, если оно изначально ориентировано, во-первых, на производство высококачественной продукции и, во-вторых, на непрерывное улучшение качественных характеристик и свойств продукции. Только производя исключительную или значительно превосходящую по качественным параметрам существующие аналоги продукцию, предпринимательская структура может обеспечить свою конкурентоспособность, стать своего рода монополистом на рынке, получая сверхприбыль. Для российских предпринимателей проблема повышения качества продукции в настоящее время стоит очень остро. Это обусловлено тем, что предпринимательская структура как самостоятельный хозяйствующий субъект представляет собой открытую социально-экономическую систему, на функционирование которой существенное влияние оказывает не только внутренняя, но и внешняя по отношению к ней среда.

В связи с этим многократно возрастает значимость другого резерва повышения экономической эффективности предпринимательства - умения предпринимателей комбинировать факторы производства для получения преимуществ на рынке.

Улучшение показателей эффективности деятельности фирмы возможно в результате разработки и реализации организационно-технических мероприятий, комплексно отражающих факторы эффективности. Предлагается

использовать классификацию факторов эффективности на уровне фирмы, представленную на рис.1.

Анализ теоретических подходов к определению наиболее важных направлений повышения эффективности деятельности предприятия позволяет объединить их в две группы:

1 группа - мероприятия по росту результата деятельности организации;

2 группа - мероприятия по экономному использованию ресурсов.

В российской действительности все еще встречается пассивная форма стратегии выживания, которая характеризуется сокращением производственных затрат путем сворачивания производства, сокращения занятости, снижения технологического уровня производства, задержки платежей как кредиторам, так и в государственный бюджет и внебюджетные фонды. Однако очевидно, что подобная «стратегия выживания» способна лишь отдалить окончательный крах (банкротство) предпринимательской структуры за счет замедления темпов экономического и финансового падения. Предотвратить банкротство эта стратегия не в силах, поскольку она нарушает все принципы настоящей стратегии выживания: укрепление платежеспособности, повышение доходности за счет более точного соответствия продукции запросам потребителей, снижение издержек.

Вместе с тем, все большее число российских предпринимателей применяет стратегию активного выживания, которая характеризуется:

– активной маркетинговой политикой, включающей поиск новых рыночных сегментов, обновление продукции в соответствии с запросами потребителей и т.д.;

– активной производственной политикой, включающей совершенствование технологии производства с целью повышения качества выпускаемой продукции и снижения издержек производства;

– увеличением загруженности производственных мощностей с одновременной ликвидацией и реструктуризацией неприбыльных производств;

– повышением финансовой дисциплины для укрепления платежеспособности предпринимательской структуры, предотвращения возможности;

– поиска новых организационных структур и т.п.

Активной стратегии выживания свойственна стабилизация состояния предпринимательской структуры на начальном этапе, сменяющаяся затем ростом объемов производства и продаж.

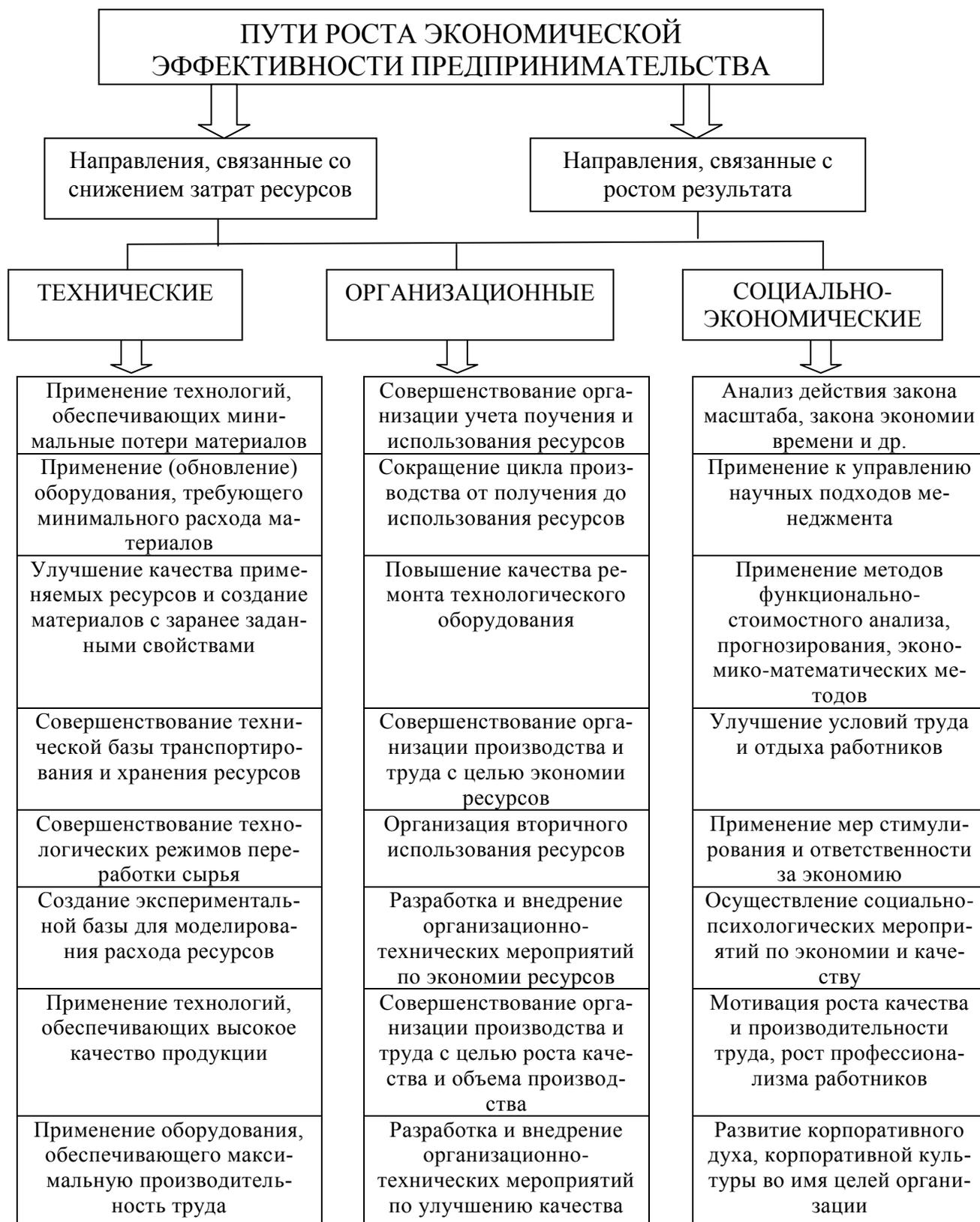


Рис. 1. Направления повышения эффективности деятельности фирмы

Основными препятствиями, затрудняющими использование активной стратегии выживания в российской экономике в недавнем прошлом являлись: дефицит собственных оборотных средств, осложненный проблемами с его покрытием банковскими кредитами в связи с

высокими темпами инфляции, завышенный курс рубля по отношению к доллару, который стимулировал высокий уровень импорта, угнетающий национальную промышленность, и другие. После девальвации рубля в 1998 году эти причины были устранены и российские предпринима-

тельские структуры получили шанс для использования методов стратегии активного выживания путем стратегической реструктуризации своего бизнеса.

Конкурентное преимущество позволяет фирмам играть главенствующую роль в данной отрасли. Оно делится на два основных вида:

- более низкие издержки;
- дифференциация товара.

Низкие издержки отражают способность фирмы разрабатывать, выпускать и продавать сравнимый товар с меньшими затратами, чем конкуренты.

Дифференциация - это способность обеспечивать покупателя уникальной и большей ценностью в виде нового качества товара, особых потребительских свойств или послепродажного обслуживания.

Организационные меры, направленные на повышение конкурентоспособности предприятия, можно свести к следующим:

- обеспечение технико-экономических и качественных показателей, создающих приоритетность продукции предприятия на рынке;

- изменение качества изделия и его технико-экономических параметров с целью учёта требований потребителя и его конкретных запросов, повышение внимания к надёжности продукции;

- выявление и обеспечение преимуществ продукта по сравнению с его заменителями;

- выявление преимуществ и недостатков товаров-аналогов, выпускаемых конкурентами, и соответствующее использование этих результатов на своём предприятии;

- изучение мероприятий конкурентов по совершенствованию аналогичных товаров, с которыми они выступают на рынке, и разработка мер, дающих преимущества по сравнению с конкурентами;

- определение возможных модификаций продукта путём повышения качественных характеристик, например, таких как долговечность, надёжность, экономичность в эксплуатации, улучшение внешнего оформления (дизайна);

- выявление и использование ценовых факторов повышения конкурентоспособности продукции, в том числе, применяемых предприятиями-конкурентами (скидок с цены, сроков и объема гарантий);

- нахождение и использование возможных приоритетных сфер применения продукции, в особенности новой продукции;

- приспособление продукции к работе в различных условиях; тропических или полярного климата, на различных грунтах (каменистых, песчаных, болотистых);

- дифференциация продукции, обеспечивающая относительно устойчивое предпочтение покупателей, отдаваемое определённым видам взаимозаменяемых товаров; значение ценовой конкуренции в этих условиях снижается, поскольку покупатели руководствуются сложившимися предпочтениями в отношении качества продукции, особенностей её эксплуатации, репутации предприятия-производителя и др.;

- воздействие непосредственно на потребителя путём искусственного ограничения поступления на рынок новых и более прогрессивных товаров, проведение активной рекламной деятельности, предоставления денежного или товарного кредита, в частности, путём рассрочки платежа.

Таким образом, мы предприняли попытку выявить основные факторы роста эффективности предпринимательской деятельности в современных условиях. На наш взгляд, систематическое выявление и анализ предпринимателями этих факторов позволит повысить эффективность их деятельности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Дадашев, А.* Ресурсная эффективность малого предпринимательства / А. Дадашев, Д. Мешкова // *Экономист.* – 2006. - № 6. – С. 55– 1.

2. *Жемчугов, А.М.* Составляющие эффективной деятельности предприятий / А.М.Жемчугов, М.К.Жемчугов // *Российское предпринимательство.* - № 7 (2), 2010. – С.39-42.