

ИССЛЕДОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Введение. Методологический ключ к определению путей повышения экономической эффективности производства — это обеспечение роста результата или снижения затрат, или одновременно и роста результата, и снижения затрат, что в конечном счёте должно приводить к увеличению полезных результатов на единицу совокупности затраченных ресурсов. Поэтому разработка мероприятий по повышению экономической эффективности связана с необходимостью: получить больший результат при неизменных затратах ресурсов; получить тот же результат при уменьшении затрат ресурсов; достичь более высокого темпа роста результата по сравнению с темпом роста ресурсных затрат; обеспечить рост результата при одновременном снижении затрат [1, с. 267].

Основная часть. Пути повышения эффективности деятельности предприятия подразумевают внедрение на предприятии научно-технического прогресса, в том числе революционное переоснащение производственных фондов на основе новейших научных достижений техники и технологий. Такие коренные изменения в технике, мобилизация технических, организационных, социальных и экономических факторов позволят существенно повысить показатель производительности труда.

Пути повышения эффективности деятельности предприятия подразумевают и использование режима экономии. Ресурсосберегающие факторы должны стать решающими для удовлетворения постоянно растущей потребности в топливе, сырье, материалах и энергии.

Помимо этого, пути повышения эффективности деятельности предприятия включают и мероприятия по лучшему распределению и использованию основных ресурсов и фондов организации. Очень важно максимально интенсивно использовать производственный потенциал предприятия, следить за ритмичностью производства, за максимальной загрузкой производственного оборудования. Результатом этих мероприятий будет ускоренный темп прироста готовой продукции без лишних капиталовложений и инвестиций.

Существенное влияние на снижение себестоимости оказывают мероприятия, связанные с улучшением использования рабочего времени: определение и поддержание оптимальной численности персонала; повышение уровня квалификации, обеспечения опережающего роста производительности труда по сравнению со средней зарплатой; применение прогрессивных систем и форм оплаты труда; улучшение условий труда, механизация и автоматизация всех производственных процессов.

Рассмотрим в качестве примера одно из предприятий г. Барановичи — ОАО «Барановичский завод автоматических линий». Производство продукции ОАО «БЗАЛ» материалоёмкое и энергоёмкое, и важнейшим направлением снижения себестоимости является экономия материалов и энергетических средств.

Возможны следующие пути улучшения использования материальных ресурсов на предприятии: внедрение новой техники и безотходной технологии; совершенствование нормативной базы предприятия; внедрение и использование более прогрессивных материалов; комплексное использование сырья и материалов; использование отходов производства; улучшение качества продукции и снижение процента брака и др. [2, с. 75].

Имеет значение также и сокращение накладных расходов по обслуживанию и управлению производством, которому способствует рост объёмов производства за счёт реконструкции и технического перевооружения предприятия, улучшение использования основных фондов, а также уменьшение численности административно-управленческого персонала и вспомогательных рабочих за счёт совершенствования управления и обслуживания производства.

Наряду с перечисленными внутренними факторами на изменение себестоимости могут оказывать влияние и внешние факторы (централизованное изменение цен и тарифов на топливо и энергию, норм амортизации, ставок зарплаты и т. п.). Все перечисленные технико-экономические факторы используют при планировании снижения себестоимости. В настоящее время снижение себестоимости должно стать главным условием роста прибыльности и рентабельности производства.

Не менее важными факторами, влияющими на величину доходности предприятия, являются изменения объёмов производства и реализации продукции. Чем больше объём реализации, тем больше прибыли получит предприятие, и наоборот. Зависимость прибыли от этого фактора при прочих равных условиях прямо пропорциональная

Падение объёма производства при нынешних экономических условиях, не считая ряда противодействующих факторов (например, рост цен), неизбежно влечёт сокращение объёма прибыли. Отсюда вывод о необходимости принятия неотложных мер по обеспечению роста объёма производства продукции на основе технического его обновления и повышения эффективности производства. В свою очередь, совершенствование расчётно-платежных отношений между предприятиями будет способствовать улучшению условий реализации продукции, а следовательно, росту прибыли.

Эффективность производства может повышаться даже при сокращении объёма реализации, но это возможно только том случае, если качество продукции растёт более быстрыми темпами, чем темпы снижения объёма выпуска и реализации продукции. Улучшения качества производимой продукции можно добиться за счёт многих факторов: техническое совершенствование производства, проведение работ по модернизации и т. д.

Очевидно, что качество продукции определяет уровень цен на предприятии, что в значительной степени влияет на величину прибыли. При росте затрат на производство продукции и снижении объёмов её выпуска прибыль может расти вследствие постоянно повышающихся цен.

Повышение эффективности производства возможно за счёт рационального использования на предприятии основных средств. Улучшение использования основных средств отражается на финансовых результатах работы предприятия за счёт увеличения выпуска продукции; снижения себестоимости; улучшения качества продукции; снижения налога на имущество; увеличения балансовой стоимости [3, с. 19].

Пути улучшения использования основных средств зависят от конкретных условий, сложившихся на предприятии. В общем плане эта цель может быть достигнута за счёт внедрения новой техники и технологии, механизации и автоматизации производственных процессов, проведения грамотной воспроизводственной политики, своевременного и качественного ремонта, ликвидации излишнего оборудования и др.

В последнее время в условиях развития предпринимательства появилось больше возможностей увеличить объём прибыли за счёт внереализационных операций. В этой области наиболее доходными могут быть финансовые вложения. Конкретные направления и структура финансовых вложений должны быть результатом продуманной политики предприятия на основе достоверной оценки их эффективности. Непрофессиональный подход к этому вопросу может привести к потере средств, вложенных в уставной капитал других предприятий или совместную деятельность, в неликвидные ценные бумаги.

Предприятие также может сдать часть своего имущества (помещения, сооружения, оборудование и т. д.) в аренду на более или менее длительный срок. Сдача имущества в аренду может принимать в результате форму аренды с выкупом. В итоге предприятие получает доход, увеличивающий внереализационные доходы и валовую прибыль.

Произведём расчёт экономического эффекта от внедрения мероприятия по повышению результативности функционирования ОАО «БЗАЛ»

ОАО «БЗАЛ» использует в качестве основных материальных ресурсов прокат чёрных металлов. Он поставляется на предприятие с завода «ЛипецкМеталл» (Липецк, Российская Федерация).

Традиционно разработка требований к поставщику осуществляется на этапе управления планированием поставок. В процессе контроля и анализа осуществляются сравнение и согласование предлагаемых поставщиками и требуемых покупателем условий поставок, и принимается решение по выбору поставщика.

Наиболее экономически выгодным будет поставщик продукции, на покупку и доставку которой покупатель затратит меньшую сумму средств. Исходя из этого, функция непосредственного выбора поставщика сводится к принятию решения на основе сравнения затрат, связанных с ценой, условиями приобретения и доставки материальных ресурсов от различных поставщиков.

Для проверки оптимальности поставщика был исследован рынок металлов. Из данных анализа были выбраны три наиболее подходящих по цене поставщика, отображены наименования предприятий, предлагающих свою продукцию, и закупочные цены за тонну металла (таблица 1).

Сравним цены предприятия ЗАО «Прогресс-ЛТД» с ценами нынешнего поставщика сырья ОАО «ЛипецкМеталл».

Налог на добавленную стоимость на данный вид продукции составляет 20% от цены. Таким образом, реальная цена 1 т проката, предлагаемого предприятием ЗАО «Прогресс-ЛТД», составит $3\,190\,000 + (3\,190\,000 \cdot 20 / 120) = 3\,721\,666$ белорус. р.

Сопоставив цены (3 288 000 белорус. р. против 3 721 666 белорус. р.), можно сделать вывод, что сегодняшний поставщик экономически более выгоден. Также следует учитывать, что ОАО «БЗАЛ» при покупке проката у ЗАО «Прогресс-ЛТД» придётся покрывать затраты на транспортировку сырья от производителя.

Т а б л и ц а 1 — Анализ поставщиков чугуна из Российской Федерации

Предприятие	Цена за 1 т проката чёрных металлов, белорус. р.	Особенности ценообразования
ОАО «ЛипецкМеталл»	3 288 000	Включена доставка до ОАО «БЗАЛ»
ЗАО «Прогресс-ЛТД»	3 190 000	Цена без учёта НДС
«Новосвердловская металлургическая компания» («НМК»)	2 584 000	Цена без учёта НДС, включена доставка до Минска

Следующий шаг анализа — это сравнение цен на прокат, предлагаемый ОАО «ЛипецкМеталл», и цен предприятия «НМК».

В первую очередь необходимо рассчитать реальную цену проката чёрных металлов завода «НМК», т. е. учесть НДС:

$$2\,584\,000 + (2\,584\,000 \cdot 20 / 120) = 3\,014\,667 \text{ белорус. р.}$$

Также следует рассчитать затраты на транспортировку до ОАО «БЗАЛ», приходящиеся на одну 1 т сырья.

Расстояние от Минска до Баранович составляет 150 км. Перевозка осуществляется по железной дороге. Тариф перевозки 40 т (1 вагон) продукции на расстояние 1 км составляет 69 000 белорус. р. Таким образом получаем:

$$150 \cdot 69\,000 = 10\,350\,000 \text{ белорус. р. — цена перевозки 40 т на расстояние 150 км.}$$

$$10\,350\,000 / 40 = 258\,750 \text{ бел. р. — цена перевозки 1 т на расстояние 150 км.}$$

Затем к цене за 1 т чугуна прибавим цену перевозки 1 т на расстояние 150 км и получим окончательную цену за 1 т сырья:

$$3\,014\,667 + 258\,750 = 3\,273\,417 \text{ белорус. р.}$$

Теперь можно правильно сравнить цены, так как они отражают все затраты на покупку и доставку проката для ОАО «БЗАЛ».

Цена проката черных металлов, предлагаемого предприятием «НМК», ниже цены, по которой ОАО «БЗАЛ» покупает данное сырьё, на 14 583 белорус. р. за 1 т ($3\,288\,000 - 3\,273\,417 = 14\,583$).

Просчитаем экономический эффект от предложенного мероприятия за год (Э) по формуле $\text{Э} = \text{ОВ} \cdot \text{НР} (\text{Ц}_2 - \text{Ц}_1)$, где ОВ — годовой выпуск продукции цеха; НР — средняя норма расхода сырья; $(\text{Ц}_2 - \text{Ц}_1)$ — разница цен двух исследуемых поставщиков, т. е. $\text{Э} = 8\,000 \cdot 0,92 (3\,288\,000 - 3\,273\,417) = 107\,330\,880$ белорус. р.

Таким образом, экономия от смены поставщика с ОАО «ЛипецкМеталл» на «НМК» за год составит 107,33 млн белорус. р.

Заключение. Высвободившиеся в результате экономии денежные средства помогут предприятию стабилизировать финансовое положение и позволят вкладывать средства в инновационные проекты, которые в будущем улучшат технологию производства и ассортимент выпускаемой продукции, повысят её качество и конкурентоспособность.

Список цитируемых источников

1. *Бабук, И. М.* Экономика предприятия / И. М. Бабук. — Минск : ИВЦ Минфина, 2006. — 327 с.
2. *Колобов, А. А.* Логические подходы к управлению материальными запасами промышленного предприятия в условиях рынка / А. А. Колобов, В. Т. Корнеев, А. А. Степанов // Вестн. машиностроения. — 2005. — № 10. — С. 74—76.
3. *Лапченко, Д. А.* Эффективность использования активов / Д. А. Лапченко // Экономика. Финансы. Управление. — 2007. — № 11. — С. 19—23.

Материал поступил в редакцию 26.02.2014 г.

УДК 338

О. В. Павловская

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ КАК КЛЮЧЕВОГО ЭЛЕМЕНТА КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ

Введение. Формирование рыночных отношений предопределяет необходимость более полного использования концепции маркетинга в различных сферах человеческой деятельности. Практически ни одна успешно действующая организация не обходится без реализации отдельных элементов маркетинга. Вместе с тем в системе образования маркетинг не получил должного развития. В этой связи особо актуальными являются научные изыскания в этой области, так как предоставление образовательных услуг является одним из перспективных и быстроразвивающихся направлений современной экономики.

На уровне учреждения высшего образования маркетинг является основой разработки стратегии развития, идеологии поведения на рынке, инструментом исследования рынка, методом разработки новых образовательных программ, организации их сбыта и продвижения на рынок, осуществления ценовой политики. Таким образом, чтобы из концепции маркетинга получить нечто «стратегическое», необходимо не просто стремиться удовлетворять потребности, желания и запросы покупателей, а делать это лучше конкурентов.