

Підвищення фінансово-економічної ефективності функціонування суб'єктів господарювання

УДК 330.101.54

РОЗРОБКА ЦІЛЬОВОЇ ПРОГРАМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

І.Д. Падерін,
доктор економічних наук

В.Я. Олійник,
кандидат економічних наук

Л.О. Сухарева

Дніпропетровська державна
фінансова академія

Розглянуто методика розробки цільової програми підвищення економічної ефективності підприємства. Установлені теоретико-методологічні та прикладні підходи до забезпечення підвищення ефективності функціонування підприємства, що проілюстровані на прикладі заводу «Газмаш».

Ключові слова: цільова програма ефективності, методика планування, резерви ефективності, оцінка ефективності, організаційні підходи до підвищення ефективності.

Постановка проблеми. Успішний розвиток і функціонування підприємства у ринковій економіці передбачає вдосконалення його діяльності, тобто підвищення ефективності шляхом виявлення внутрішніх і зовнішніх резервів. Тому існує актуальна потреба в дослідженні та розробці цільової програми підвищення економічної ефективності.

У теорії систем управління ефективність діяльності означає здатність підприємства існувати і досягати визначених цілей із найвигіднішим співвідношенням витрат і результатів. Завдяки розробці й реалізації раціональних управлінських рішень, пов'язаних з використанням матеріальних, трудових та фінансових ресурсів, здійснюється підвищення ефективності функціонування підприємств. Оскільки ефективна діяльність передбачає виготовлення продукції чи надання послуг з найменшими витратами, то виникає декілька шляхів її покращання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В економічній літературі питання забезпечення високої ефективності функціонування підприємств є одним із найбільш постійних, зумовлених високою актуальністю цієї проблеми. Враховуючи те, що про-

блема є багатоаспектною і в цілому відображає рівень розвитку продуктивних сил та вдосконалення виробничих відносин, її вирішення постійно породжує все нові напрями. Такими напрямками є забезпечення конкурентоспроможності, реструктуризації та модернізації виробництва, вдосконалення стратегії підприємства під дією ринкових чинників функціонування, вдосконалення організаційно-економічного та фінансового механізмів тощо.

У роботі О.О. Железняка і О.А. Рожка розглянуто питання пошуку резервів ефективності, що здійснюється на основі інформації, яка містить інформацію про зміну якості продукції, скорочення чи розширення ринків збуту, рівня рентабельності підприємства, стану використання трудових, матеріально-технічних і фінансових ресурсів. У ринкових умовах набуває важливого значення дослідження сегментів збуту продукції чи послуг. Після визначення ємності ринку ведеться пошук резервів згідно з побажаннями споживачів. Якщо виникає необхідність створення нової продукції з кращими якість, то пошук резервів необхідно вести на стадії обґрунтування управлінських рішень, залучаючи до цього науково-

технічний потенціал підприємства. У разі, коли метою є підвищення якості, відбувається пошук резервів у виробничій фазі, удосконалюється організація виробництва, знаряддя і засоби праці [1, с. 481].

У роботі Т.В. Омеляненко розглянуто питання виробничої стратегії як однієї з функціональних стратегій підприємства. Оскільки виробнича діяльність підприємства тісно чинно пов'язана з усіма іншими видами його діяльності (фінансовою, маркетинговою, інноваційною і т.ін.), то кінцева ефективність виробничої стратегії зумовлена не лише її власним змістом, але й тим, наскільки комплексно й органічно вона взаємопов'язана з усіма іншими спеціалізованими стратегіями підприємства, наскільки вони є комплементарними одна відносно другої і всі разом – відносно загальної стратегії підприємства [4, с. 558].

У роботі А.А. Іщенко розглянуто модифікацію, а у ряді випадків і корінну зміну менеджменту багатьох українських підприємств. При цьому необхідно сконцентрувати увагу керівників на найважливіших аспектах діяльності підприємств, компаній, зокрема: аналізі та делегуванні повноважень у внутрішньофірмових та міжфірмових відносинах, а також використанні внутрішніх та зовнішніх ресурсів для досягнення намічених цілей, вирішення завдань розвитку [2, с. 49].

У роботі В.П. Мартиненко відзначено, що реструктуризація націлена на збереження того чи іншого діючого підприємства, підвищення ефективності його функціонування, збільшення його ринкової конкурентоспроможності. Завдяки реструктуризації підприємства можуть досягнути підвищення ефективності виробництва, конкурентоспроможності продукції, зростання продуктивності праці, зниження витрат виробництва, покращання фінансово-економічних результатів діяльності [3, с. 95].

Отже, існують різні підходи до підвищення ефективності підприємства.

Метою даної роботи є визначення напрямів ефективності підприємства, розробка критеріїв ефективності та методики пошуку прибуткової діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу. Проведений аналіз наукових публікацій з проблем підвищення економічної ефективності фун-

кціонуючих підприємств дозволяє визначити, що основними напрямками є такі:

- конкурентоспроможність продукції;
- використання служби маркетингу та сучасного менеджменту;
- підвищення кваліфікації персоналу;
- інвестиційно-інноваційна привабливість;
- зовнішньоекономічна діяльність;
- застосування комп'ютерної техніки та засобів зв'язку;
- екологічна чистота виробництва.

Конкурентоспроможність продукції – це сукупність характеристик товару, на які відразу звертає увагу покупець з метою задоволення своїх потреб з урахуванням сукупних витрат, пов'язаних із його придбанням і використанням. Конкурентоспроможність визначається за допомогою врахування порівняльного аналізу істотних параметрів товару, об'єднаних у якісні, економічні й організаційні групи, з наступною оцінкою певних етапів. До них належать: аналіз зовнішніх умов діяльності підприємства; вибір бази порівняння у вигляді аналогів або еталонів; визначення окремих та інтегральних чинників, а також розробка заходів щодо підвищення конкурентоспроможності товару.

Маркетинг підприємства – найважливіший чинник його виживання на ринку; являє собою просування товарів від виробника до споживача і реалізується системою управління на основі комплексу заходів. Маркетинг забезпечує збільшення прибутку.

Менеджмент на підприємстві – це процес планування, організації взаємодії підрозділів і керівництва, мотивації персоналу й здійснення контролю для досягнення цілей. Ключовими елементами менеджменту, що визначають його ефективність, служить структура управління підприємством у поєднанні з відповідними повноваженнями, достовірною інформацією і прийняття на цій основі ефективних управлінських рішень.

Постійне удосконалення кваліфікації персоналу є істотним чинником підвищення продуктивності праці в результаті зростання його професійного рівня.

Застосування комп'ютерної техніки і сучасних засобів зв'язку для організаційного управління підприємством здійснюється наразі так званими комп'ютерними системами

управління (КСУ), що забезпечують своєчасною та надійною інформацією персонал і керівників усіх рівнів для прийняття ефективних управлінських рішень та досягнення поставлених завдань, а також відповідний облік, аналіз результатів і контроль.

Зовнішньоекономічна діяльність – це постійна робота з підвищення експортного потенціалу, передумовою якого є висока якість і своєчасне оновлення асортименту товарів. Їхня конкурентоспроможність зі споживчих властивостей і цін забезпечує підприємству одержання прибутку, позитивний баланс експорту й імпорту.

Інвестиційна привабливість підприємства полягає в здатності до відновлення продукції, а також у технічних, економічних і організаційних умовах діяльності, що є гарантією виконання договірних зобов'язань за термінами освоєння, якістю товарів, повернення кредитів або виконання особливих умов.

Екологічна чистота виробництва – неодмінна умова сучасного підприємства, визначається рівнем екологічного менеджменту. Це ініціативна і результативна діяльність, спрямована на досягнення встановлених екологічних цілей. Однак їхня реалізація пов'язана зі значними капітальними вкладеннями, які досягають 60% вартості основних фондів підприємства, що необхідно враховувати при оцінці інвестицій і розробці заходів для організації безвідходного виробництва.

Приклад:

Розглянемо ефективність у сфері інтересів підприємства.

Сумським заводом «Газмаш» розроблена малогабаритна автомобільна газонаповнювальна компресорна станція (АГНКС). Використання цих установок дозволяє одержати кілька технічних, соціальних і екологічних результатів, що приводять до одержання конкретних ефектів (табл. 1).

Позитивні результати та види економічних ефектів від використання АГНКС

Складова результату	Відповідний економічний ефект
1. Забезпечення використання більш дешевого виду палива	Зниження собівартості транспортних перевезень
2. Поліпшення експлуатаційних характеристик двигунів	Зниження витрат на ремонт двигунів
3. Можливість заправки автомобілів безпосередньо в автогосподарствах з використанням локальних газових мереж	Економія на ліквідації порожніх поїздок до заправки й у зворотний бік
4. Зменшення забруднення атмосфери за рахунок різниці шкідливих викидів (на одиницю шляху) двигунів, що працюють на бензині та газі	Зменшення економічних збитків від забруднення атмосфери міст
5. Можливість утилізації шахтного метану і попутних газів нафтовидобутку	Зменшення імпорту енергоносіїв, підвищення економічного потенціалу національної економіки

Будь-який господарський захід може бути здійснений лише за умови його вигідності для тих економічних суб'єктів, які беруть участь у його реалізації. Специфікою розглянутого прикладу є його висока суспільна корисність. Однак ця корисність може бути реалізована лише за умови заінтересованості конкретних економічних суб'єктів господарювання у вигляді збільшення їхнього прибутку.

Основними потенційними учасниками даного господарського заходу під назвою «Виробництво і використання автомобільних газонаповнювальних компресорних станцій (АГНКС)» є підприємство-виробник (завод «Газмаш») і підприємства-споживачі: автогосподарства, які б, використовуючи установку, могли перевести автомобілі з бензинового палива на газ; підприємства, що управляють газом приватні автомобілі.

Умовою роботи останніх є достатня кількість автолюбителів, які б бажали перейти з бензину на газ.

Заінтересованість автосподарств полягає, зокрема, у реалізації ефектів, поданих у табл. 1 під номерами 1-3. Ці ефекти (оцінюються величиною 1,0-1,2 млн. грн. на рік) і становлять економічну основу ціни споживача, тобто тієї ціни, за якою споживач готовий придбати установку. Значну частину самих ефектів можуть одержувати і приватні автолюбителі, які «перейшли» на газ.

Умови, за яких завод-виробник зміг би засвоїти випуск станцій і забезпечити їх прийнятну ціну (не вище 1 млн. грн. за установку), можна сформулювати так:

а) достатній обсяг замовлень, що дозволяє вийти на серійне виробництво і досягти низької собівартості;

б) забезпечення стартового капіталу для освоєння виробництва станцій (включаючи наукову, конструкторську і технологічну підготовку);

в) державна підтримка (включаючи субсидування) освоєння родовищ шахтного метану і попутного газу нафтовидобутку;

г) пільгові економічні умови господарювання;

д) додатковий економічний пресинг забруднювачів атмосфери (автомобільного транспорту) з боку держави.

Необхідні умови у формі економічних важелів для реалізації розглянутого можуть бути створені, якщо впровадити такі інструменти:

- пільгове кредитування виробників і споживачів АГНКС;

- пільгове оподаткування виробників

станцій і підприємств, що їх експлуатують; інформаційна (рекламна) підтримка акції на муніципальному рівні;

- жорстокий контроль за шкідливими викидами автотранспорту;

- муніципальна ресурсна підтримка (виділення землі, зниження ціни на землю та ін.) учасникам акції;

- субсидування або дотування освоєння розробок шахтного метану і попутних газів нафтовидобутку.

Висновки.

1. Дослідження показали, що основними напрямками підвищення ефективності підприємства є: використання служби маркетингу та сучасного менеджменту; підвищення кваліфікації персоналу; інвестиційно-інноваційна привабливість; зовнішньоекономічна діяльність; застосування комп'ютерної техніки та засобів зв'язку; екологічна чистота виробництва та конкурентоспроможність продукції.

2. Розглянутий у статті приклад показує, що економічна ефективність є одним із ключових інструментів формування системи економічних відносин, вона виконує ряд важливих функцій, серед яких основними є:

- регулювання внутрішньогосподарської діяльності підприємств – ключовий інструмент ухвалення рішень з використання ресурсів;

- формування відносин між виробником і споживачем – основа формування ціни споживача;

- переведення загальноекономічних вигод у внутрішні інтереси конкретних економічних підприємств і окремих громадян.

ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Железняк О.О., Рожок О.А. Аналіз підвищення ефективної діяльності підприємства // Стратегія розвитку України. – К., 2004. – № 3-4. – С. 481,484.
2. Іщенко А.А. Підвищення загальної ефективності діяльності підприємств // Вісник економічної науки України. – Донецьк, 2005. – № 1. – С. 49.
3. Мартиненко В.П. Реструктуризація підприємств промисловості як умови розвитку сучасної економіки // Формування ринкових відносин в Україні. – К., 2005. – № 3. – С. 95.
4. Омеляненко Т.В. Виробнича стратегія підприємства: сутність та траєкторія підприємства // Стратегія розвитку України. – К., 2004. – № 3-4. – С. 558.
5. Падерин И.Д. Методические основы и направления повышения экономической эффективности промышленного предприятия до современного уровня.- Днепропетровск: ДГФА, 2005. – 272 с.