

Направления повышения конкурентоспособности предпринимательских структур

А.Н. Герасимов, А.И. Бородин

Московский государственный университет пищевых производств

Аннотация. В статье представлены факторы, оказывающие влияние на рентабельность предпринимательских структур. Представлены направления повышения конкурентоспособности предпринимательских структур.

Ключевые слова: предпринимательство, предприниматель, рентабельность, эффективность, результативность, предпринимательские структуры.

Для любой предпринимательской деятельности показатель рентабельности является важной экономической категорией. Он является обобщающим показателем, характеризующим экономическую эффективность предприятия. Уровень рентабельности говорит об уровне доходности предприятия и его прибыльности [1].

В сложившейся трудной для предприятия ситуации одной из самых первостепенных его задач становится поиск возможных путей преодоления банкротства и повышения доходности. В связи с этим, основным направлением деятельности предприятия по оптимизации расходов и повышению доходов является повышение его рентабельности.

Для того чтобы рассчитать уровень рентабельности необходимо сопоставить объем валового дохода или прибыли предприятия с понесенными затратами на производство или с объемом используемых ресурсов. Анализ среднего уровня рентабельности позволяет установить, какая продукция и какие подразделения организации дают необходимый уровень доходности, а какие являются убыточными. В условиях рыночной экономики такая информация является важной и актуальной, поскольку финансовые показатели деятельности предприятия напрямую зависят от концентрации и специализации производства [2].

Величина прибыли и показатели рентабельности являются основными при оценке конкурентоспособности предпринимательских структур. Таким образом, задача повышения рентабельности предприятия в ситуации повышения конкуренции является первостепенной.

Каждое промышленное предприятие в ходе своей работы накапливает большие резервы роста рентабельности. Это могут быть традиционные резервы роста, такие как рост производительности труда, снижение издержек на единицу продукции и т.п., а также новые резервы роста – формирование ассортимента с учетом рентабельности, повышение эффективности взаимоотношений с контрагентами, инновационная политика, использование возможностей рискованной деятельности, оптимизация масштабов предприятия и др. [3].

Рассмотрим некоторые факторы оказывающие влияние на рентабельность предприятия. Масштабы предприятия выступают долгосрочным фактором, оказывающим влияние на рентабельность. Размер предприятия будет наиболее оптимальным, если он позволит приблизиться к оптимальному уровню рентабельности. Например, крупномасштабные предприятия не всегда могут обеспечить себе достаточный уровень роста рентабельности, поскольку высокими темпами растут постоянные затраты предприятия.

Высокая инфляция оказывает большое влияние на рост рентабельности предприятия. Это воздействие является отрицательным. Поскольку происходит обесценивание активов, рост запасов, падает покупательная способность, которая снижает объем покупок и сделок. Но с другой стороны, инфляция выгодна для предприятий, получивших неиндексированные ссуды и кредиты, или для предприятий, имеющих задолженность.

На рентабельность так же оказывает влияние размер задолженностей, которое характеризуется различиями между процентной ставкой по

банковским кредитам и ожидаемой нормой прибыли на вложенный капитал. Так в случае, если процентная ставка будет ниже нормы доходности предприятия, то рентабельность будет расти. Когда процентная ставка станет равной норме рентабельности, предприятие перестанет увеличивать задолженности. Важно помнить, что привлечение кредитов для роста рентабельности может стать опасным для предприятия. Так при низком уровне рентабельности заем по высоким ставкам может привести к снижению рентабельности предприятия, а иногда и к банкротству.

В целях структуризации мероприятий, которые проводит предприятие для совершенствования деятельности, направленной на повышение рентабельности, можно разбить их на три группы:

1. Мероприятия, связанные с увеличением доходной части.
2. Мероприятия, связанные со снижением расходной части.
3. Мероприятия общеорганизационного характера.

Перечисленные группы также имеют свою градацию по различным направлениям. Рассмотрим каждую группу более подробно.

Мероприятия по повышению доходной части, проводимые промышленными предприятиями, могут включать в себя следующие направления:

1. Увеличение объема продаж продукции за счет активизации рекламной и сбытовой политики, улучшения качества продукции, формирования марки или бренда и т.п.
 2. Расширение продуктовой линейки за счет модернизации существующей продукции или освоения новых видов.
 3. Включение в план продаж наиболее высокодоходной продукции.
 4. Увеличение прочих доходов и др.
-

Мероприятия по снижению расходной части, проводимые промышленными предприятиями, могут включать в себя следующие направления:

1. Минимизация затрат (строгое нормирование затрат, экономия).
2. Внедрение на предприятие новой прогрессивной техники и технологии.
3. Механизация и автоматизация производственных процессов на предприятии.
4. Улучшение организации подготовки производства, труда и управления.
5. Проведение мероприятий по снижению всех непроизводственных затрат на предприятии.
6. Повышение эффективности использования основных и оборотных фондов предприятия.
7. Мероприятия, направленные на повышение эффективности использования трудовых ресурсов предприятия.
8. Мероприятия, направленные на усиление финансового контроля, оптимизацию налогообложения и др.

К направлениям третьей группы мероприятий, связанных с повышением рентабельности предприятия, относят следующие общие организационные мероприятия:

1. Разработка и контроль реализации стратегии предприятия.
 2. Наличие системы нормирования, планирования, стандартизации и контроля на предприятии.
 3. Внедрение автоматизированной системы управления (АСУП).
 4. Оптимизация организационной структуры предприятия.
 5. Повышение профессионального уровня кадров и др.
-

Такое разделение мероприятий на группы и направления объясняется тем, что отдельные мероприятия из указанных подгрупп имеют прямую или косвенную взаимосвязь друг с другом [4]. Например, мероприятия по увеличению доходной части, связанные с ростом объема продаж продукции, приводят к снижению себестоимости за счет уменьшения косвенных расходов на одну единицу продукции. Примером обратной связи является расширение объема продаж за счет снижения цены при проведении мероприятий по снижению издержек производства.

На каждом предприятии должны функционировать на постоянной основе специальные ответственные подразделения. К их функциям относится анализ себестоимости произведенной продукции и осуществление полномасштабной программы ее снижения. Программа снижения себестоимости произведенной продукции должна иметь комплексный характер и учитывать факторы, влияющие на формирования затрат при производстве и реализации продукции.

Положительное влияние на повышение уровня рентабельности предприятия оказывают мероприятия, которые направлены на оптимизацию использованного рабочего времени. Основные из них представлены ниже (рисунок 1).

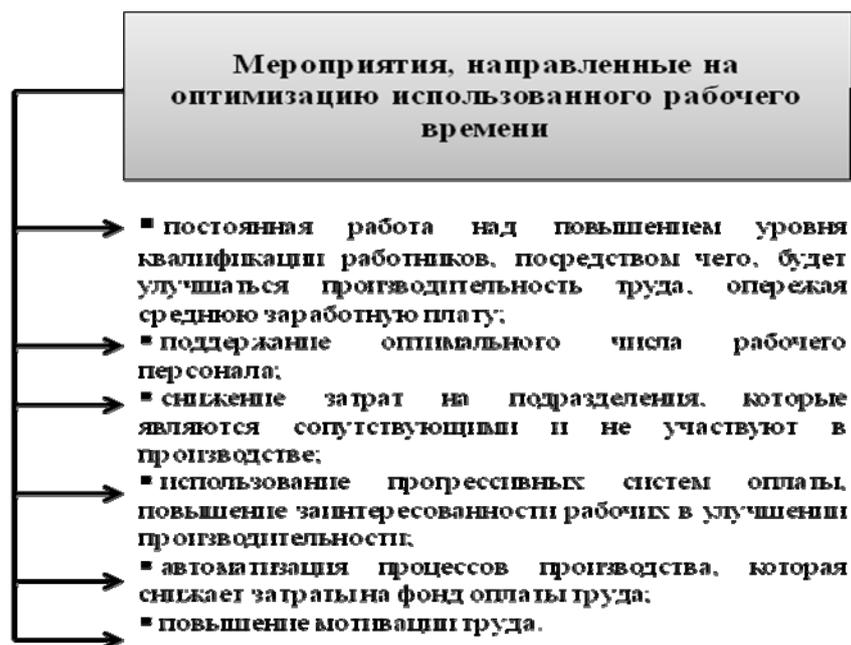


Рисунок 1 – Мероприятия, направленные на оптимизацию использованного рабочего времени

Также существенное влияние на повышение уровня рентабельности организации оказывает снижение накладных затрат на эксплуатацию и управление производственным процессом. Такому влиянию содействует рост объемов производства продукции, благодаря реконструкции и техническому обновлению предприятия, уменьшению размера административно-управленческого аппарата и вспомогательных подразделений, совершенствованию процесса управления производством [5].

Размеры рентабельности коммерческого предприятия зависят от доли рентабельности в цене единицы продукции и так же от скорости обращения товаров. Увеличению уровня рентабельности предприятия так же способствуют рост продаж товаров, обусловленный ростом числа новых покупателей, рост объемов покупок постоянных покупателей, снижение цен на товары, снижение стоимости процесса реализации.

При формировании стратегии предприятия по достижению определенного уровня рентабельности можно рассматривать рентабельность

не только в качестве пассивно полученных доходов, но и как результат целенаправленных действий и мероприятий. В данном случае, рентабельность, заработанная благодаря инициативе, будет являться результатом инноваций и рационального использования ресурсов предприятия, политики руководства в отношении задолженности.

Зарубежные специалисты, а именно, И. Шумпетер, Андре Бабо выделяют четыре типа инноваций, порождающих рентабельность [6-8]:

1) производство и реализация новых товаров с более высокими качественными характеристиками по сравнению с ранее произведенными и ныне продававшимися товарами;

2) освоение нового сегмента рынка;

3) внедрение новейших технологий в процесс производства продукции и применение новых методов продаж, оказание дополнительных услуг;

4) новшества в организационно-управленческой области.

При наличии каждого типа инновации прирост рентабельности обеспечивается и сопровождается различными мероприятиями.

Например, при наличии инноваций первого типа прирост рентабельности осуществляется за счет расширения объема реализации, более высокой нормой доходности в цене нового товара. Второй тип инноваций не обеспечивает рост нормы рентабельности, но он создает условия для увеличения рентабельности за счет роста товарооборота.

Внедрение инноваций четвертого типа должно способствовать росту производительности труда, повышению эффективности использования всех ресурсов, снижению издержек обращения и др. [3].

Повышение уровня рентабельности производства является важной задачей любого предприятия. Повышению уровня способствуют: увеличение прибыли, снижение себестоимости продукции, увеличение эффективности использования производственных средств.

По мнению Алексейчевой Е.Ю., доктора экономических наук, профессора и автора многих учебников по экономике предприятий, основными направлениями повышения рентабельности производства являются [9]:

- рост объема реализации товарной продукции и как следствие увеличение прибыли предприятия;
- снижение себестоимости продукции;
- рациональное использование производственных средств;
- рациональное использование перерабатываемого сырья;
- наиболее полное использование оборотных средств;
- своевременная отгрузка готовой продукции и др.

Стоит отметить, что основные направления повышения рентабельности предприятия такие же, как и направления роста прибыли. Но увеличение рентабельности связано не только с суммой прибыли, но и с уменьшением затрат, как текущих, так и капитальных. Поэтому снижение текущих затрат и более эффективное использование активов предприятия так же оказывают положительное влияние на динамику показателей рентабельности.

Предприниматели, которые стремятся к получению большей рентабельности, должны использовать любую возможность ее получения при благоприятных условиях [10].

Таким образом, для того чтобы повышать рентабельность промышленных предприятий, необходимо осуществлять грамотное управление ею. Это управление будет включать манипулирование переменными, которые воздействуют на рентабельность. Также необходимо осуществлять учет факторов, влияющих на рентабельность предприятия. Повышение рентабельности предприятий будет зависеть от возможности полного использования всех резервов ее роста. Совокупность всех указанных

воздействий будет способствовать не только повышению рентабельности российской промышленности, но и росту российской экономики в целом.

Литература

1. Магомерзаев М.Я. Обеспечение эффективного функционирования предпринимательских структур в сфере услуг региона // Инженерный вестник Дона. 2010, №4 URL: ivdon.ru/ru/magazine/archive/n4y2010/278.

2. Макаренко, В.О. Повышение рентабельности предприятия – залог его стабильности. URL: fb.ru/article/6854/povyishenie-rentabelnosti-predpriyatiya---zalog-ego-stabilnosti).

3. Чараева, М.В. Основные направления повышения рентабельности промышленных предприятий в России // Вестник Пермского университета. Сер. Экономика, 2012. № 4 (15). С. 33.

4. Шешукова, Т.Г., Колесень, Е.В. Экономический потенциал предприятия: сущность, компоненты, структура // Вестник Пермского университета. Сер. Экономика, 2011. № 4. С. 118-119.

5. Экономика организации: Учебник / под ред. проф. Б.Н. Чернышева, проф. В.Я. Горфинкеля. – М.: Вузовский учебник, 2010. 536 с.

6. Шумпетер, Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. – М.: Эксмо, 2007. 321с.

7. Sharma, Gaurav. "Features and Working of Leasing Industry of Germany." Available at SSRN 2128222 (2012) URL: papers.ssrn.com

8. Sianipar M., Adhiutama A. Appropriate Decision Making for Appropriate Technology// Proceedings of the IIE Asian Conference 2012. pp.587-594

9. Экономика организации (предприятия): Учебник для бакалавров / Е.Ю. Алексейчева, М.Д. Магомедов, И.Б. Костин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2013. 291 с.



10. Паштова Л.Г. Актуальные вопросы организации и управления производством на предприятии // Инженерный вестник Дона. 2014, №2 URL: ivdon.ru/ru/magazine/archive/ n2y2014/2442.

References

1. Magomerzaev M.Ja. Inzhenernyj vestnik Dona (Rus), 2010, №4 URL: ivdon.ru/ru/magazine/archive/ n4y2010/278.
2. Makarenko, V.O. Povyshenie rentabel'nosti predpriyatija – zalog ego stabil'nosti. [Increased profitability - a guarantee of its stability].URL: fb.ru/article/6854/povyishenie-rentabelnosti-predpriyatiya---zalog-ego-stabilnosti).
3. Charaeva, M.V. Vestnik Permskogo universiteta. Ser. Jekonomika, 2012. № 4 (15). p. 33.
4. Sheshukova, T.G., Kolesen', E.V. Vestnik Permskogo universiteta. Ser. Jekonomika, 2011. № 4. pp.118-119.
5. Jekonomika organizacii: Uchebnik. pod red. prof. B.N. Chernysheva, prof. V.Ja. Gorfinkelja. [Economy organizations: Textbook]. M.: Vuzovskij uchebnik, 2010. 536 p.
6. Shumpeter, J. Teorija jekonomicheskogo razvitija. Kapitalizm, socializm i demokratija. [Theory of Economic Development. Capitalism, Socialism and Democracy]. M.: Jeksmo, 2007. 321p.
7. Sharma, Gaurav. "Features and Working of Leasing Industry of Germany." Available at SSRN 2128222 (2012). URL: papers.ssrn.com
8. Sianipar M., Adhiutama A. Appropriate Decision Making for Appropriate Technology. Proceedings of the IIE Asian Conference 2012. pp.587-594.
9. Jekonomika organizacii (predpriyatija): Uchebnik dlja bakalavrov. [Economics of the organization (enterprise): Textbook for bachelors]. E.Ju. Aleksejcheva, M.D.



Magomedov, I.B. Kostin. 2-e izd., pererab. i dop. M.: Izdatel'sko-torgovaja korporacija «Dashkov i Ko», 2013. 291 p.

10. Pashtova L.G. Inženernyj vestnik Dona (Rus), 2014, №2 URL: ivdon.ru/ru/magazine/archive/n2y2014/2442.