

Баранник І.О. студент гр.051м-20-1

Науковий керівник: Чуриканова О.Ю., д.е.н, доцент кафедри економіки та економічної кібернетики, Черняк В.І., д.т.н., доцент кафедри менеджменту (Національний технічний університет «Дніпровська політехніка» м.Дніпро, Україна)

УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РОЗШИРЕННЯ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ

Ефективність діяльності підприємств виражається високим ступенем використання активів, ступенем задоволення вимог клієнтів. Перед підприємством завжди стоїть три головні питання як збільшити доходи / знизити витрати; як знизити операційні витрати (логістика, митне оформлення і т.д.); як підвищити продажі товарів імпорту / експорту. Тому, питання розвитку економічної ефективності діяльності підприємств вимагає удосконалення [1].

Підприємство «СТО БАЛКАНКАР» надає послуги гарантійного та післягарантійного обслуговування і ремонту вантажної техніки і складського обладнання. Щорічно компанія підтверджує високу репутацію та надає послуги вчасно та без ускладнень під час роботи. Це є підтвердженням злагодженої роботи технічних фахівців та менеджерів. Підприємство надає робочі місця та готове навчати технічних спеціалістів. Майстрами виконується ремонт навантажувачів, які використовуються на складських приміщеннях, будівельних майданчиках і в інших галузях господарства.

Система збуту продукції відбувається відповідно до прямого методу. Прямий збут (канал товароруку нульового рівня) не передбачає наявності посередників, продаж здійснюється безпосередньо споживачам на основі прямих контактів - через власну торговельну мережу, по оголошеннях в газетах і журналах з купонами для відповідей, через Інтернет, телемаркетинг, дірект-мейл.

За загальними даними фінансової діяльності чистий дохід підприємства за три роки зріс на 66%, але одночасно з доходом збільшилися і загальні витрати. Тому можна сказати, що підприємство має потенціал до збільшення чистого доходу методом зменшення витрат на обслуговування виробничого процесу.

Проведений аналіз підприємницької діяльності досліджуваного підприємства за останні три роки показує нам, що підприємство постійно нарощує обороти продажу, але одночасно має певні проблеми з цим. З кожним роком фірма збільшує обсяг продажу продукції, велика частка якої становить саме імпортна продукція. Затрати на імпорт збільшуються з кожним роком в зв'язку з подорожчанням морських перевезень та брокерських послуг. Реалізація імпортного товару повільно, але впевнено збільшується в обсягах, за виключенням деяких товарів (рис.1).



Рисунок 1- Динаміка виручки імпортного товару 2018-2020 рр.

Більшість основних економічних показників за аналізований період мають тенденцію до збільшення і в порівнянні з 2018 роком значно виросли у 2020 році. В середньому, чистий прибуток на підприємстві збільшується на близько 29 % щорічно. З аналізу імпортової діяльності було визначено позитивну, але повільну тенденцію збільшення економічної ефективності. На даному етапі розвитку діяльності підприємства передумовою зростання ефективності зовнішньоекономічної діяльності є удосконалення маркетингової стратегії підприємства, створення новизни у своїй діяльності та постійний аналіз даних разом з прогнозуванням.

Поняття «ефективність» передбачає зіставлення витрат і результатів. Підвищити ефективність означає з меншими витратами отримати кращі результати. За допомогою Swot-аналізу та аналізу статистичних даних було вирішено розробити план підвищення економічної ефективності підприємства з використанням математичного моделювання[2]:

1. Побудувати та розрахувати вплив факторів на зміну прибутку чи собівартість за допомогою багатфакторної регресійної моделі та графічного методу, для подальшої оптимізації найвпливовішого фактору.

2. Залучити до роботи на підприємстві службу маркетингу, яка буде займатись усіма організаційними питаннями, слідкувати за достатньою мотивацією для працівників, підвищенням їх кваліфікації, допоможе автоматизувати всі процеси між відділами задля економії часу.

3. Оновити асортимент та розглянути можливість виходу на експортні ринки, для закріплення рівня конкуренції підприємства та охоплення нових ринків. За допомогою аналізу запитів клієнтів, було визначено, товар, який набирає популярності серед споживачів - літєві батареї. Для експортування можна наладити зв'язки з Грузією, де немає представництва автовантажувачів Clark та одночасно отримати значну знижку від постачальника за просування його бренду в нові країни.

4. Постійно проводити аналіз ринку споживачів та прогнозування попиту. Підприємство цікавить прогноз як середньостроковий, так і довгостроковий, тому слід скористатись побудовою автоматизованої нейронної мережі, яка дозволить робити найточніші прогнози на наступні місяці.

Таким чином задля збільшення прибутку та збереження показників високої рентабельності ТОВ «СТО БАЛКАНКАР» повинно базувати всі свої заходи на основі маркетингового плану та стратегії виходу на нові ринки з урахуванням збільшення економічної ефективності від зовнішньоекономічної діяльності та створення автоматизованої системи прогнозування попиту.

Перелік джерел посилання

1. Економічна ефективність підприємства. URL: https://ua-referat.com/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B0_%D0%B5%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C_%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0 (Дата звернення 01.10.2021)

2. Критерії і показники ефективності управління. URL: <http://bukvar.su/menedzhment/116513-Kriterii-i-pokazateli-effektivnosti-upravleniya.html> (Дата звернення 01.10.2021)