

Економічне обґрунтування напрямів підвищення ефективності виробничої діяльності

Василь Сергейко

здобувач магістратури

кафедри теоретичної та прикладної економіки,

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,

e-mail: serheikovv@krok.edu.ua

Віта Андрєєва

к.е.н., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки,

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,

e-mail: andrievava@krok.edu.ua,

ORCID: 0000-0002-6357-3063

Ефективність виробничої діяльності є одним з найважливіших показників успіху підприємства. Вона характеризує співвідношення між результатами виробництва та витратами на їх досягнення. Підвищення ефективності виробництва є одним з основних завдань будь-якого підприємства. Економічне обґрунтування напрямів підвищення ефективності виробничої діяльності передбачає визначення цілей, завдань та заходів, спрямованих на досягнення цих цілей.

При цьому необхідно враховувати фактори, що впливають на ефективність виробництва, такі як:

- витрати виробництва. Важливою метою підвищення ефективності виробництва є зниження витрат виробництва. Це можна досягти за рахунок впровадження нових технологій, підвищення кваліфікації персоналу, оптимізації структури виробництва тощо;

- виручку від реалізації продукції. Збільшення виручки від реалізації продукції також сприяє підвищенню ефективності виробництва. Це можна досягти за рахунок розширення ринків збуту, підвищення якості продукції, розробки нових видів продукції тощо;

- прибуток. Збільшення прибутку є головною метою підвищення ефективності виробництва. Це можна досягти за рахунок підвищення продуктивності праці, зниження витрат виробництва та збільшення виручки від реалізації продукції.

Економічне обґрунтування напрямів підвищення ефективності виробничої діяльності здійснюється на основі аналізу економічних показників діяльності підприємства.

З метою обґрунтування напрямів підвищення ефективності виробничої діяльності нами обрано торговельне підприємство ТОВ «Експансія», що здійснює свою діяльність під брендом «Сільпо».

Мережа магазинів "Сільпо" становить найбільшу українську роздрібну торговельну мережу. Магазины "Сільпо" спеціалізуються на роздрібній торгівлі, пропонуючи асортимент, що може налічувати до 35 тисяч товарів різних категорій.

"Сільпо" - це торгова точка, в якій представлено величезний вибір як

продуктів харчування, так і товарів для побуту. Практично у кожному магазині цієї мережі клієнти можуть знайти свіжі та смачні готові страви, приготовані кулінарами мережі. Крім того, в магазинах "Сільпо" працюють власні пекарні та кондитерські цехи. Мережа "Сільпо" є частиною компанії "Фоззі Груп".

"Фоззі Груп" була заснована у 1997 році, коли в місті Вишневе відкрилося перше оптово-роздрібне підприємство "Фоззі". Цей рік визначає народження компанії "Фоззі Груп". У 1998 році в місті Києві був відкритий перший магазин "Сільпо". Зараз «Фоззі Груп» є одним із визнаних лідерів на українському ринку з реалізації продуктів харчування. Також в компанії успішно розвивається і виробничий напрямок. На сьогодні «Фоззі Груп» налічує більше 20-ти різних бізнесів, близько 45 тисяч чоловік працюючого персоналу по всій Україні.

Розглянемо коефіцієнти ділової активності, які показують наскільки ефективно підприємство використовує свої активи та власний капітал.

За даними, у 2022 році порівняно з 2020 роком спостерігається погіршення більшості показників ділової активності ТОВ «Експансія».

Це пов'язано з декількома факторами, зокрема: зменшенням обсягу продажів; зростанням витрат; неефективним використанням активів.

Розглянемо проблеми ТОВ «Експансія» які були мною досліджені на підприємстві.

Рівні будемо визначати за наступною шкалою:

1 – незначний вплив – менше 5% обсягів продажів

2 – середній вплив – від 5 до 20% падіння обсягів продажів

3 – значний вплив – падіння продажів та збитковість діяльності

Отже, основними проблемами для ТОВ «Експансія» є падіння попиту на продукцію, коливання курсів валют та збільшення податків.

Серед загальних недоліків у системі стратегічного управління ТОВ «Експансія» можна визначити наступні аспекти:

- відсутність єдиного методологічного підходу до маркетингової концепції підприємства;

- орієнтація керівництва підприємства на застарілі маркетингові концепції "інтенсифікації комерційних зусиль" і "вдосконалення виробництва";

- відсутність єдиної служби маркетингу на підприємстві та цілеспрямованої діяльності в області стратегічного управління;

- відсутність чітких стратегічних цілей і планів на рівні підприємства та його функціональних підрозділів;

- недостатня ефективність рекламно-стимулюючих заходів у сфері збуту.

- відсутність налагодженої системи "зворотного" зв'язку із споживачами послуг підприємства.

- відсутність єдиної політики розвитку та удосконалення послуг підприємства.

З методологічної точки зору, всі ці недоліки і пропуски виникають через непорозуміння і ігнорування ролі та місця інструментів стратегічного управління керівництвом підприємства.

Отримані результати дослідження ефективності діяльності ТОВ «Експансія» становлять основу для розробки методологічного та практичного підходу до визначення основної стратегічної мети підприємства, визначення загального напрямку його розвитку та стратегічних альтернатив.

Список використаних джерел

- 1. Ващенко А.А. Ефективність виробничо-господарської діяльності в механізмі управління промисловими підприємствами / А.А. Ващенко // Науковий вісник національного гірничого університету : наук.-техн. журнал. – Дніпропетровськ : Вид-во НГУ. – 2014. – № 1. – С. 80-86.*
- 2. Рега М.Г. Сутність виробничо-господарської діяльності підприємств України / М.Г. Рега // Кримський економічний вісник : зб. наук. праць. – 2013. – № 1. – С. 23-25.*