

# СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ НОВОГО ОБЩЕСТВА

---

## УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ВЫСОКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

**СТРАМОВА АНАСТАСИЯ ДМИТРИЕВНА**

*магистрант Саратовского социально-экономического института (филиал)  
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В.Плеханова»,  
Саратов, Россия*

*Email: stramova2602@mail.ru*

### АННОТАЦИЯ

В статье исследованы теоретические аспекты эффективности деятельности организации и современные методы ее повышения. Постоянные изменения в социальной и экономической сферах России, одновременно как расширяют возможности, так и создают серьезные ограничения для каждого человека, стабильности его роста и развития. Исследование факторов конкурентоспособности предприятия является очень актуальным, что обусловлено его ростом и необходимостью адаптации предприятий к современным рыночным условиям. У предпринимателей возникает проблема разработки стратегий деятельности, выбора оптимальной сбытовой политики, определения уровня цен и разработки мероприятий по планированию продаж. Необходимость в нахождении способов повышения конкурентоспособности, прогнозировании объемов продаж товаров и услуг побуждает предприятия к решению вопросов, связанных с формированием и совершенствованием маркетинговой деятельности. Важную роль в эффективной работе предприятий играет правильная организация системы маркетинга.

**Ключевые слова:** эффективность, управление, конкурентоспособность; конкуренция; способы повышения конкурентоспособности; факторы конкурентоспособности.

## MANAGING THE ORGANIZATION'S PERFORMANCE IN A HIGHLY COMPETITIVE ENVIRONMENT

**ANASTASIA STRAMOVA**

*master's degree at the Saratov socio-economic Institute (branch) of the Plekhanov  
Russian University of Economics, Saratov, Russia*

*Email: stramova2602@mail.ru*

## ABSTRACT

In the article theoretical aspects of personnel efficiency management and modern methods of its increase are investigated. Constant changes in the social and economic spheres of Russia, both at the same time expand opportunities, and create serious limitations for each person, the stability of his growth and development. Research of factors of competitiveness of the enterprise is very actual that is caused by its growth and necessity of adaptation of the enterprises to modern market conditions. Businessmen face the problem of developing business strategies, choosing the optimal sales policy, determining the level of prices and developing activities for sales planning. The need to find ways to increase competitiveness, forecast the volume of sales of goods and services, prompts enterprises to address issues related to the formation and improvement of marketing activities. The proper organization of the marketing system plays an important role in the effective operation of enterprises.

**Keywords:** efficiency, management, competitiveness; competition; ways to increase competitiveness; factors of competitiveness.

В условиях неопределенности современные предприятия для эффективного функционирования должны обладать информацией о среде своего существования. На деятельность предприятия оказывают влияние не только внешняя (объективная) среда, которая имеет ключевое значение для функционирования предприятия (от учета всех аспектов и факторов внешней среды зависит результативность и эффективность деятельности организации), но и внутренняя среда, без которой функционирование предприятия становится невозможным.

Исследование эффективности деятельности предприятия в условиях конкурентной среды. Главным заданием исследования является изучение и систематизация теоретических аспектов, для того, чтобы усовершенствовать конкурентоспособность и повысить эффективность деятельности.

В целом, следует обобщить, что сегодня отечественные предприятия сталкиваются с проблемой конкурентоспособности и повышением ее уровня. Многие рынки и сферы деятельности уже насыщены большим количеством организаций, предприятий, которые прочно удерживают рыночные позиции. Поэтому для современных предприятий особенно важным является выявление конкурентных преимуществ и управление конкурентоспособностью с целью повышения эффективности деятельности.

Успешная деятельность любой организации зависит от умения принимать управленческие решения, которые в свою очередь дают возможность организации обеспечить на должном уровне ликвидность, прибыль, защиту от негативного влияния банковских рисков и поиска возможных резервов повышения эффективности деятельности организации.

На современном этапе развития деятельности первоочередной задачей является поиск путей минимизации расходов и получения доходов, достаточных для сохранения средств вкладчиков и поддержания жизнедеятельности банка на должном уровне.

Главной целью деятельности организации является получение прибыли, как необходимое условие его функционирования и дальнейшего развития, а также которую ставят перед собой владельцы, вкладывая свои средства в бизнес, поэтому управление доходностью является одной из важных задач менеджмента организации [1, с. 54].

Главной целью предприятий является получение высоких финансовых результатов, в которых отражаются все стороны деятельности: эффективность системы управления и контроля, уровень технологии и организации производства.

Эффективность управления предприятием является многогранным понятием, которое может включать в себя, как результат производственной деятельности, так и эффективность сбыта, как результативность управления персоналом. Существует ряд факторов внутренней и внешней среды, которые влияют на эффективность управления предприятием [4]. Предприятие, как сложная технико-технологическая и социально-экономическая система, нацелено на реализацию предпринимательского интереса посредством удовлетворения общественных потребностей,

сможет эффективно функционировать и выполнять свою миссию в долгосрочной перспективе, если деятельность всех его подразделений, выделенных в соответствии с принципами горизонтального и вертикального разделения труда, и отдельных исполнителей будет рационально организовано, оптимально скоординировано, адекватно контролируется, то есть управляемо.

Рассматривая «управление предприятием» как экономическую категорию, необходимо четко обозначить его сущность и содержание. Заметим, что экономические категории - это научные абстракции, отражающие существующие экономические отношения, их различные проявления и стороны. «Управление предприятием» как экономическая категория представляет собой логическое обособленное понятие, но характеризует сущность вполне определенного экономического явления.

Рассмотрим эффективность управления на примере транспортной компании ООО «Межрегиональная транспортная компания «ПОВОЛЖЬЕ».

Компания ООО «Межрегиональная транспортная компания «ПОВОЛЖЬЕ» оказывает полный спектр качественных услуг в сфере перевозок грузов и профессиональной организации доставки.

Основной задачей компании является сохранение маршрутной сети и выход на безубыточную работу, а также улучшение качества обслуживания пассажиров и

расширение спектра оказываемых услуг.

Профессиональное управление финансами неизбежно требует глубокого их анализа, позволяющего более точно оценить финансовое состояние ООО «МТК «ПОВОЛЖЬЕ» и значительно снизить неопределенность ситуации с помощью современных количественных методов исследования. В связи с этим существенно возрастает приоритетность и роль финансового анализа, основным содержанием которого является комплексное системное изучение финансового состояния предприятия и факторов его формирования с целью оценки степени финансовых рисков и прогнозирования уровня доходности капитала.

В современных условиях хозяйствования ООО «МТК «ПОВОЛЖЬЕ» важным является платежеспособность и финансовая устойчивость, а также деловая активность, которая определяется, в

частности, эффективностью оборотных средств, прибыльностью предприятия, таких, как потенциал формирования и полнота использования финансовых ресурсов, сбалансирование денежных потоков и уровень финансового риска. Деятельность ООО «МТК «ПОВОЛЖЬЕ» является убыточной, что обуславливает актуальность темы и необходимость поиска путей улучшения платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия.

Основные принципы управления с целью повышения эффективности деятельности

- Быть примером;
- Формировать команду;
- Знать персонал;
- Предотвращать конфликты;
- Аттестовать;

- Следовать корпоративной культуре и ценностям.

Принципы управления с целью повышения эффективности деятельности предприятия представлены на рис. 1.



Рис.1. Принципы управления с целью повышения эффективности деятельности предприятия

Проведем анализ изменения в динамике за 3 года (таблица 1).  
основных показателей деятельности

Таблица 1 - Динамика основных финансовых показателей деятельности ООО «МТК «ПОВОЛЖЬЕ»

Наименование показателя	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Изменение 2018/2016 (+/)	Изменение 2018/2016. %
Выручка	245578	216247	212372	-33206	-13,52
Себестоимость продаж	239640	220946	191448	-48192	-20,11
Валовая прибыль	5938	-4699	20924	14986	252,37
Прибыль до налогообложения	3009	2358	4829	1820	60,49
Чистая прибыль	1908	591	3162	1254	65,72

Исходя из таблицы 1, наблюдаем снижение объема выручки от реализации на 33206 тыс. руб. в 2018 г. по сравнению с 2016 г.

Кроме того, наблюдается снижение себестоимости продаж на 48192 тыс. руб. в исследуемый период.

Валовая прибыль ООО «МТК «ПОВОЛЖЬЕ» выросла в 2018 г. по сравнению с 2016 г. на 14986 тыс. руб.

Соответственно наблюдается и рост чистой прибыли предприятия на 1254 тыс. руб. в 2018 г. по сравнению с 2016 г. Данный факт информирует о том, что у предприятия ООО «МТК «ПОВОЛЖЬЕ» ежегодно растет эффективность деятельности, что является благоприятным фактом.

При анализе прибыли важную роль играет анализ влияния факторов (факторный анализ),

представляющий собой методику комплексного и системного изучения и измерения воздействия факторов на величину результивного показателя.

Общеизвестно, что изменение прибыли от реализации продукции обусловлено изменением следующих факторов:

- объема реализации;
- структуры реализации;
- отпускных цен на реализованную продукцию;
- цен на сырье, материалы, топливо, тарифов на энергию и перевозки;
- уровня затрат материальных и трудовых ресурсов.

Исходные данные для факторного анализа прибыли, а также показатели деятельности ООО «МТК «ПОВОЛЖЬЕ» в сопоставимых ценах представлены в таблицах 2 и 3.

Расчет проведен по услугам предлагаемого компанией.

Таблица 2 - Исходные данные для факторного анализа прибыли от оказания услуг экспедиции крупногабаритных грузов ООО «МТК «ПОВОЛЖЬЕ»

Показатель	2018 г.		2017 г.	
	Условное обозначение	руб.	Условное обозначение	руб.
Количество проданной продукции (товаров), шт.	$q_1$	2039	$q_0$	2104
Ср. цена продукции, руб.	$p_1$	25503,3	$p_0$	24996,2
Выручка от реализации продукции (товаров), руб.	$B_1$	52001121	$B_0$	52591982
Полная себестоимость от реализации продукции (стр. 2120 + стр. 2210 + стр. 2220 Ф2), руб.	$S_1$	44309216,8	$S_0$	44250465,6
Себестоимость 1 ед. продукции, руб./шт.	$S_{ед. 1}$	21730,9	$S_{ед. 0}$	21031,6
Прибыль от реализации продукции (стр. 2200 Ф2), руб.	$\Pi_1$	7691904,2	$\Pi_0$	8341516,4

Таблица 3 - Показатели деятельности ООО «МТК «ПОВОЛЖЬЕ» от оказания услуг экспедиции крупногабаритных грузов за 2018 г. в сопоставимых ценах

Показатель	2017 г.		2018 г. в сопоставимых ценах			2018 г.	
	условное обозначение	руб.	условное обозначение	формула расчета	руб.	условное обозначение	руб.
Выручка от реализации продукции (товаров), руб.	$B_0$	52591982	$B'$	$q_1 \times p_0$	50967251,8	$B_1$	52001121
Полная себестоимость, руб.	$S_0$	44250465,6	$S'$	$q_1 \times S_{ед. 0}$	42883432,4	$S_1$	44309216,8
Прибыль от реализации товарной продукции, руб.	$\Pi_0$	8341516,4	$\Pi'$	$q_1 \times p_0 - q_1 \times S_{ед. 0}$	8083819,4	$\Pi_1$	7691904,2

Совокупное влияние факторов, действующих на прибыль от реализации продукции и, следовательно, на прибыль отчетного периода по следующей формуле:

$$\Delta p = \Pi_1 - \Pi_0 = \Delta p_1 + \Delta p_2 + \Delta p_3 + \Delta p_4 + \Delta p_5 \quad (1)$$

$$\Delta p = 1033869,2 - 257695,14 - 0,3 - 1425784,4 - 1,57 = -649612,2$$

$$\Delta p = \Delta \Pi = -649612,2$$

Более наглядно расчет факторных влияний на прибыль ООО «МТК «ПОВОЛЖЬЕ» представлен в таблице 4.

Таблица 4 - Расчет факторных влияний на прибыль от оказания услуг экспедиции крупногабаритных грузов

Фактор	Формула расчета	Величина показателя, руб.	Удельный вес, %
Изменение отпускных цен на продукцию	$\Delta p_1 = B_1 - B'$	1033869,2	-159,15
Изменение в объеме продукции	$\Delta p_2 = \Pi_0 * (S'/S_0) - \Pi_0$	-257695,14	39,67
Изменение в структуре продукции	$\Delta p_3 = \Pi_0 * ((B'/B_0) - (S'/S_0))$	-0,3	0,00005
Влияние на прибыль экономии от снижения по себестоимости продукции	$\Delta p_4 = S' - S_1$	-1425784,4	219,48
Изменение себестоимости за счет структурных сдвигов в составе продукции	$\Delta p_5 = S_0 * (B'/B_0) - S'$	-1,57	0,0002
Совокупное влияние факторов		-649612,2	100

Факторы, воздействующие на прибыль предприятия:

- расходы на осуществление деятельности и оказание услуг (себестоимость);

- ценовая политика;

- ассортиментная политика.

В целом деятельность ООО «МТК «ПОВОЛЖЬЕ» является достаточно эффективной, однако, на фоне предприятий отрасли объемы деятельности предприятия снижаются, растут объемы дебиторской задолженности, незавершенного производства по причине недостаточно привлечения оборотного капитала и невозможности своевременного получения оплаты за произведенную продукцию.

Таким образом, факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия можно классифицировать как [5, с. 59]:

- производственные - ключевое значение имеют номенклатура и ассортимент товаров, качество продукции и возможные объемы ее

производства, характер технологии, масштабы производства, обеспеченность основными видами ресурсов, качество ресурсов, инновационный характер производства;

- маркетинговые - ключевое значение имеют исследования и прогнозирование рынка, система продвижения и сбыта товара, ценообразование, рекламная деятельность, обслуживание потребителя;

- финансовые - ключевое значение имеют степень ликвидности, активность, доходность, платежеспособность предприятия, привлечение внешних финансовых ресурсов, инвестирование имеющихся средств, общее финансовое состояние предприятия;

- инновационные - ключевое значение имеет осуществление научно-исследовательских и научно-конструкторских работ (НИОКР) собственными силами, использование заимствованных результатов НИОКР, степень

обновляемости продукции, технологии, степень использования информационных технологий;

- кадровые и организационно-культурные - ключевое значение имеют количественный и качественный состав персонала, тип лидера, характер организационных ценностей, коммуникации и процедуры;

- управленческие - ключевое значение имеют тип организационной структуры управления (ОСУ), гибкость и рациональность ОСУ, стиль и методы управления, адаптационные возможности, гибкость и гомеостатичность предприятия [3, с. 71].

Для комплексной оценки конкурентоспособности производства на предприятиях обычно используют такие группы показателей: эффективности производства; финансового состояния предприятия; конкурентного потенциала предприятия; эффективности сбыта и продвижения продукции; социальной эффективности; экологичности производства, конкурентоспособности продукции и имиджа предприятия [4, с. 89].

Маркетинговые основы повышения конкурентоспособности предприятия до недавних пор заключались в обеспечении соответствия товара конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим, эстетическим характеристикам, но и по коммерческим, и другими условиями его реализации [2, с. 93].

В маркетинговой деятельности конкурентное преимущество позволяет предприятию получить желаемую прибыль и удерживать прочные позиции на рынке. Так ученые предлагают изучать конкурентные позиции предприятия посредством сравнения предприятия, конкурентоспособность которого анализируется с предприятиями-конкурентами.

Глобализационное влияние объясняется кардинальными изменениями в уровне спроса, разрывами между внутренними и мировыми ценами, степенью влияния государства на уровень конкурентоспособности и т.д.

Критериями конкурентоспособности товара является стабильность уровня качества, уровень новизны товара, его имидж, информативность, расходы потребителя на его эксплуатацию. Установлено, что качество продукции на 95% зависит от качества организации процессов деятельности, и лишь на 5% от влияния других факторов.

Поэтому большинство ведущих компаний в мире направляют свои усилия на повышение качества продукции, на качественную организацию деятельности на основе маркетинга.

Итак, конкурентоспособность продукции является одной из ведущих характеристик состояния предприятия, определяет перспективы его дальнейшего развития.

Существуют различные факторы конкурентоспособности предприятия. Современное



предприятие должно с большой ответственностью подходить к процессу, как формирования конкурентных преимуществ, так и уделять необходимое внимание факторам конкурентоспособности, которые являются основой формирования конкурентных преимуществ.

На сегодняшнее время проблема управления предприятием в условиях нестабильной внешней среды является достаточно актуальной для нашей страны. Изучив взгляды авторов, по составу факторов угроз внешней среды предприятия, целесообразно их

разделение на факторы микросреды и факторы макросреды.

На эффективность управления предприятием наиболее неблагоприятно влияют экономические факторы. Это свидетельствует о высокой зависимости функционирования отечественных предприятий от рыночной ситуации. Кроме того, такое сильное влияние экономических факторов обусловлено как факторами непрямого влияния, так и факторами прямого - конкурентами, поставщиками и рынками сбыта, где представлена отечественная продукция

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Барден Ф. Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем / Барден Ф. – М.: Манн, 2016. – 304с.
2. Батлер Д. Проектируя бизнес. Как захватить рынок, адаптируясь к переменам / Батлер Д. – М.: Альпина паблишер, 2016. – 306с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Котлер Ф. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 211 с.
4. Наумов В.Н. Стратегический маркетинг / Наумов В.Н. – М.: Инфра-М, 2016. – 272 с.
5. Огилви Д. The Unpublished / Огилви Д. – М.: Азбука-Аттикус, 2017. – 241с.

#### REFERENCES

1. Barden F. Hacking marketing. The science of why we buy / Barden F.-M.: Mann, 2016. – 304p.
2. Butler D. Designing a business. How to capture the market by adapting to changes / Butler D. - M.: Alpina publisher, 2016. - 306с.
3. Kotler, F. Marketing from A to Z. 80 concepts that every Manager should know / Kotler, F.- M.: Alpina publisher, 2017. – 211 p.
4. Naumov V.N. Strategic marketing / Naumov V.N.-M.: Infra-M, 2016. – 272 p.
5. Ogilvie D. The Unpublished / Ogilvie D.-M.: ABC-Atticus, 2017. – 241p.