

Хаджебиекова Бэла Азаматовна

студентка

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

г. Краснодар, Краснодарский край

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: в статье рассмотрены современные инструменты и методы повышения эффективности деятельности, применимые для малого предприятия. Выявлено, что использование перечисленных методов и объективная экономическая оценка предприятия ведут к повышению рентабельности и положительным результатам деятельности предприятия.

Ключевые слова: эффективность, малое предприятие, маркетинг, мотивация сотрудников, метод оценки персонала.

Как известно, главная цель предпринимательской деятельности направлена на достижение намеченного результата, а точнее получение прибыли путем наилучшего использования капитала и ресурсов. А важнейшей задачей предпринимательской деятельности является обеспечение эффективного функционирования предприятия, что предполагает ориентацию на инновации и создание инновационной среды, способность привлекать и использовать для решения поставленных задач ресурсы из самых разнообразных источников.

Любое предприятие, в первую очередь, стремится обеспечить устойчивое и финансово успешное функционирование на рынке, при помощи различных инструментов и методов.

Для того чтобы не потерять свои преимущества и в дальнейшем укрепить свои позиции, малому предприятию необходимо провести комплекс мероприятий, которые не только укрепят положение, но и будут способствовать привлечению большего числа клиентов, а значит, будут способствовать увеличению прибыли фирмы и повышению ее эффективности.

В практике управления деятельностью компаний, одновременно применяют различные методы и их сочетания. Итак, в статье рассмотрим некоторые современные методы повышения эффективности деятельности малого предприятия.

Для начала предприятию необходимо провести маркетинговые мероприятия, создать маркетинговую службу, с целью разработки четкой маркетинговой политики и стратегии.

Предприятию необходимо составить стратегический план маркетинга, при помощи которого можно выявить наиболее перспективные направления деятельности компании и определить способы адаптации к изменениям внешней среды. План маркетинга поможет предприятию в создании, формировании и развитии спроса в связи с постоянно меняющимися потребностями клиентов.

Стратегическое планирование обеспечит более обоснованное и рациональное распределение ресурсов предприятия и их концентрацию на ключевых направлениях достижения успеха предприятия [3, с. 7].

Таким образом, проведение маркетинговых мероприятий в деятельности малого предприятия приведет к следующим результатам:

- изучение рынка;
- выявление потребностей клиентов;
- прогнозирование объемов продаж;
- формирование необходимого для безубыточного производства количества ассортиментных позиций с учетом особенностей данной отрасли;
- продвижение и развитие предприятия;
- эффективное развитие предприятия и защита от возможных кризисных ситуаций.

Помимо проведения маркетинговых мероприятий предприятию необходимо принять меры по повышению уровня конкурентоспособности.

Следующая группа методов, которую следует использовать предприятиям малого бизнеса, – это методы повышения общей рентабельности предприятия. Для повышения данного показателя предприятию необходимо использование следующих групп методов [2, с. 18].

Улучшение использования основных производственных фондов (ОПФ). Необходимо чтобы темп роста прибыли был выше темпов роста стоимости ОПФ. К методам этой группы относятся:

- реконструкции, модернизация и техническое перевооружение;
- соблюдение сроков проведения ремонтов ОПФ и контроль их качества;
- материальное стимулирование рабочего персонала и повышение его мотивации.

Улучшение использования нормируемых оборотных средств. Их работа является эффективной при более высоких темпах роста прибыли.

К методам данной группы относятся:

- ускорение оборачиваемости;
- контроль над объемом готовой продукции на складах;
- контроль дебиторской и кредиторской задолженностей;
- своевременность обеспечения сырьем, материалами и установление обоснованных норм расхода.

Можно еще выделить такие методы, как:

- снижение себестоимости продукции;
- поиск новых заказчиков;
- увеличение производственных мощностей и объемов производства;
- повышение качества продукции.

Использование перечисленных методов и объективная экономическая оценка предприятия ведут к повышению рентабельности и положительным результатам деятельности предприятия.

Предприятиям малого бизнеса нужно уделять больше сил совершенствованию стимулирования и развитию мотивации сотрудников.

Модель системы управления мотивацией работников малого предприятия должна содержать взаимосвязанные элементы кадровой работы. Перечислим эти элементы:

- мониторинг и аудит персонала;

– разработка системы мотиваторов, к которым относятся достойное денежное вознаграждение, возможность карьерного роста, возможность повышения квалификации;

– разработка системы стимулов, таких как осуществление бесплатного медицинского обслуживания, моральное поощрение в форме почетной грамоты или благодарственного письма;

– механизм функционирования системы, включающий элементы оплаты труда, коммерческого хозяйственного расчета, эффективной финансовой системы, а также более совершенных форм взаимоотношения с партнерами.

Оценка персонала дает возможность руководителям более эффективно проводить кадровую политику, усовершенствоваться, привлекать новых сотрудников вместо тех, которые не справляются со своими обязанностями и, тем самым, делать работу более качественной.

Предприятию следует использовать метод оценки персонала «360 градусов», предполагающий оценку сотрудника со всех сторон -руководителями, коллегами и подчиненными.

Данный метод применяется:

- для определения потребности в обучении сотрудников;
- для выявления тех компетенций, которые необходимо развить в сотрудниках;
- для текущей оценки деятельности по заданным критериям выполнения работы на данном рабочем месте за определенный период времени [1, с. 134].

По результатам оценки метода «360 градусов» можно сделать выводы:

- о характере взаимодействия между подразделениями, выявления конфликтных ситуаций;
- насколько человек вписывается в корпоративную культуру организации и существующий коллектив;
- насколько адекватна самооценка человека.

Данный метод оценки персонала принесет положительный эффект только при грамотном применении и использовании рекомендаций, в таком случае предприятие сможет благополучно решить поставленные задачи.

Из всего вышесказанного хотелось бы сделать вывод, что для эффективной деятельности предприятия немаловажным фактором является правильно подобранный метод управления. Так, как методы управления способствуют достижению поставленных целей и повышению эффективности деятельности предприятия.

Список литературы

1. Бирли У. Оценка «360 градусов». Стратегии, тактики и техники для воспитания лидеров / У. Бирли, Т. Козуб. – М.: Эксмо, 2018. – 336 с.
2. Бузаева Н.А. Анализ прибыльности и рентабельности предприятия // JSRP. – 2014. – №4 (8) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-pribylnosti-i-rentabelnosti-predpriyatiya> (дата обращения: 24.10.2019).
3. Кайси Ц. Важность рекламных стратегий в маркетинговых мероприятиях // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2015. – №8 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vazhnost-reklamnyh-strategiy-v-marketingovyh-meropriyatiyah> (дата обращения: 24.10.2019).
4. Череданова Л.Н. Основы экономики и предпринимательства / Л.Н. Череданова. – М.: Academia, 2019. – 64 с.