

В текущей экономической ситуации, большинство компаний ощущают жизненную необходимость уменьшить свои затраты для элементарного выживания. Чаще всего, одними из первых «под удар» попадают сотрудники компании.

Популярность этого метода оптимизации затрат очевидна - сокращение персонала демонстрирует немедленный и заметный эффект в свете экономии ежедневных расходов организации. Хотя в долгосрочной перспективе, этот метод оказывается менее результативным, чем на момент его реализации.

Сокращения персонала необходимо избегать любыми разумными путями. Руководители и владельцы компаний часто не учитывают такие сопровождающие сокращение факторы, как затраты на выплату компенсаций уволенным сотрудникам, возникновение дополнительных затрат по привлечению и обучению новых сотрудников, общее снижение производительности компании. В худшем случае, сокращение персонала может привести к серьезному нарушению бизнес-процессов или потере важной внутренней информации.

Лучшим, и более здоровым путем может быть сокращение накладных расходов компании – общих и административных затрат, которые неизбежно сопровождают ежедневную деятельность любой организации.

Очень часто, компании осуществляют свои закупки у одних и тех же поставщиков на протяжении многих лет, просто потому, что они работают с ними уже не первый год и «всегда так делали». Однако, в нынешней ситуации, когда экономика определенно находится на спаде, действительно заслуживает внимания необходимость проанализировать и пересмотреть свои ежедневные расходы.

Согласно мнению консультантов по сокращению затрат, средний процент экономии варьируется между 13-28%, в зависимости от категории. Часто такую экономию, возможно, получить, даже не меняя существующих поставщиков. Почему такое происходит?

Объяснение достаточно простое – компании фокусируются на своем основном бизнесе, тщательно отслеживая все факторы, которые непосредственно влияют на себестоимость выпускаемой продукции (или предлагаемой ими услуги). Второстепенным (но таким же реальным) затратам, уделяется гораздо меньше времени из-за их «незначительности».

Согласитесь, что добиваться снижения цены на закупаемое сырье для основного производства, персонал компании будет гораздо более последовательно и упорно, чем требовать получения скидки на канцелярские принадлежности. Почему-то большинство компаний считает, что цена, которую они получают от своих поставщиков, справедлива и является самой лучшей на рынке.

Как результат, цены на такие категории практически не обсуждаются и принимаются чаще всего без торга, по умолчанию. Однако опыт показывает, что вне зависимости от статьи затрат, будь это телекоммуникации, расходы на транспорт, упаковку, страхование, канцелярские принадлежности, тиражирование и печать, спецодежда и другие (всего более 30 различных категорий), существуют проверенные методы снижения таких расходов, и, соответственно, получения дополнительной прибыли для компании. Эти сэкономленные сотни и тысячи гривен, также, являются чистой прибылью компании, как и доходы от продаж.

Пример для сравнения: если чистая прибыль компании 10%, то месячная экономия в 10 тысяч гривен – это эквивалент увеличения продаж на 100 тысяч гривен в месяц.

Результат один и тот же, однако, сэкономить 10 тысяч гривен для бизнеса несравненно более легко, чем увеличить объем продажи продукции (особенно сейчас) на 100 тысяч. Безусловно, принять решение по оптимизации затрат, разработать стратегию и начать ее реализацию возможно силами собственных сотрудников компании. Другой вариант – пригласить независимых консультантов, специализирующихся на оптимизации расходов компаний. Результаты могут отличаться кардинально.

Каким образом можно достичь действительно серьезной экономии? В каждой отрасли существует своя собственная модель ценообразования и методология расчета себестоимости продукта или услуги.

Чаще всего, только люди, обладающие знаниями и опытом работы в этой конкретной области, могут определить политику продаж и уровень прибыльности поставщика. Таким образом, большинство компаний просто не в состоянии по-настоящему проанализировать уровень своих затрат в таких категориях, как телекоммуникации, страхование, логистика, упаковка, полиграфия, клининг, курьерские услуги и другое. В отличие от консультантов, которые именно на таких категориях и специализируются. Главный принцип любого проекта по оптимизации издержек – закупаемые по новым, более низким ценам продукты и услуги сохраняют свой первоначальный уровень качества.

Стоимость услуг по оптимизации затрат компании – это процент от полученной экономии (обычно, 30-50%, в зависимости от сэкономленной суммы) на протяжении определенного периода времени (18-24 месяца), пока консультант сопровождает компанию в процессе закупок, следя за соблюдением достигнутого уровня цен и проверяя корректность счетов от поставщиков. Если же консультант не находит никаких вариантов для снижения затрат – никаких денег он не зарабатывает.

Поэтому, перед тем, как снова пересмотреть штатное расписание или бюджет расходов на рекламу в следующем месяце, подумайте – очень вероятно, что у Вашей компании еще есть возможность найти «скрытую прибыль» среди Ваших затрат.