

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ «БРЯНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И АГРОБИЗНЕСА

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

***СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
II Международной студенческой
научно-практической конференции***

Брянская область
2019

УДК 330:63 (06)
ББК 65:40
С 43

Современные технологии менеджмента и маркетинга: сборник материалов II Международной студенческой научно-практической конференции (20 июня 2018 г., г. Брянск). – Брянск: Изд-во Брянский ГАУ, 2019. – 243 с.

Ответственный редактор:

Дьяченко Оксана Владимировна, кандидат экономических наук

Сборник материалов издан в рамках проведения II Международной студенческой научно-практической конференции, которая состоялась 20 июня 2018 г. на базе кафедры менеджмента института экономики и агробизнеса Брянского государственного аграрного университета.

В сборнике рассматриваются вопросы менеджмента инновационной деятельности, технологии антикризисного управления, стратегического менеджмента, управления маркетингом, человеческими ресурсами. Сборник предназначен для студентов, магистрантов, аспирантов, научных работников, преподавателей с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов. При перепечатке материалов ссылка на сборник материалов II Международной студенческой научно-практической конференции статей обязательна.

Рекомендовано к изданию учебно-методической комиссией института экономики и агробизнеса Брянского ГАУ, протокол № 3 от 25.01.2019 года.

© Брянский ГАУ, 2019
© Коллектив авторов, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. МЕНЕДЖМЕНТ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Антипенко В.В., Кувшинов Н.М. УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ВНЕДРЕНИЯ ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ВОЗДЕЛЫВАНИИ ЗЕРНОВЫХ КУЛЬТУР	9
Жиденко Е.В., Васькин В.Ф. ПРОЕКТ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА МАТЕРИАЛАХ ОАО «ДЯТЬКОВО-ХЛЕБ»	14
Казиева Н.С., Аубакирова Ж.Я. ЦИФРОВИЗАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КАЗАХСТАНА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ КОНКУРЕТОСПОСОБНОСТИ	18
Козлова Ю.В., Кувшинов Н.М. НЕКОТОРЫЕ МЕХАНИЗМЫ ПРОЯВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ	25
Короленко М.С., Герасимович А.А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО- ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	30
Пардабекова Ж.Б., Ашурметова Н.А. УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ	33
Петушкова О.В., Кубышкин А.В. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОДХОД В РАЗВИТИИ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	39
Потапова Д.В., Васькин В.Ф. ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОКА НА МАТЕРИАЛАХ КОЛХОЗА «БОЛЬШЕВИК» СТАРОДУБСКОГО РАЙОНА	43
Приходько В.В., Кувшинов Н.М. УПРАВЛЕНИЕ ВНЕДРЕНИЕМ РЕСУРСОСБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ КАК ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РАСТЕНИЕВОДСТВА	48

Романенко С.В., Грищенко В.П. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ПРОИЗВОДСТВА И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В ООО «ССХП «ЖЕНЬШЕНЬ» УНЕЧСКОГО РАЙОНА	53
Семенец А.Н., Дьяченко О.В. УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ	57
Татьянок В.А., Васькин В.Ф. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАСТЕНИЕВОДСТВЕ НА МАТЕРИАЛАХ ООО «КРАСНЫЙ ОКТЯБРЬ» СТАРОДУБСКОГО РАЙОНА	63
Усова И.В., Кувшинов Н.М. КОНКУРЕНТНЫЕ ПРОЦЕССЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ПРИ ОСВОЕНИИ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	68

СЕКЦИЯ 2. ТЕХНОЛОГИИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Беликов И.О., Репникова В.И. УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВО - ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ	75
Ильеня Д.В., Петракович А.В. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРАТКОСРОЧНЫХ АКТИВОВ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	78
Конохов В.С., Хохрина О.М. СПЕЦИФИКА АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОМ ПРОИЗВОДСТВЕ	82
Коренок А.А., Горло В.И. ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ НОВЫХ СИСТЕМ УЧЕТА И УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ	86
Михнович М.В., Иванюга Т.В. УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ	89
Пулукчу Е.Ф., Бабьяк М.А. АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА МАТЕРИАЛАХ ООО «ДАРКОВИЧИ» БРЯНСКОГО РАЙОНА	94

Стрижак С.М., Грищенко В.П. УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОАО «КЛИМОВСКОЕ ХЛЕБОПРИЕМНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ»	98
Черепня Н.Л., Передериева С.А. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	103
Шумакова Н.В., Шумакова Нат. Вик. СОВРЕМЕННЫЕ УГРОЗЫ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ И ПУТИ ИХ СНИЖЕНИЯ	108
Чепельников Ю.А., Петракович А.В. ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	112
СЕКЦИЯ 3. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	
Адамсопиев Е.Б., Аубакирова Ж.Я. ДИВЕРСИФИКАЦИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН	116
Зайнетдинова А.Ф., Залилова З.А. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ БАНКОВСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ	120
Козлов С.В., Бабьяк М.А. РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА МАТЕРИАЛАХ ООО «ТРИО» ВЫГОНИЧСКОГО РАЙОНА	123
Купрюшина А.С., Подольникова Е.М. СПЕЦИФИКА СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ	128
Лобанов А.Ю., Поседько Н.А. УПРАВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИМИ ИЗМЕНЕНИЯМИ В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	133
Лысова А.А., Залилова З.А. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ООО «АГЕНТ»	138
Пимахов Р., Хохрина О.М. СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	141

Мосиенков Р.Ю., Репникова В.И., Кузьмицкая А.А. ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ МОЛОКА	145
---	-----

**СЕКЦИЯ 4.
УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ**

Алексеев В.А., Раевская А.В. РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПРОВЕДЕНИЮ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ В ООО «БРЯНСКИЙ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИЙ КОМБИНАТ»	151
---	-----

Балухто В.П., Ульянова Н.Д. УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ В АО «КЛИНЦОВСКИЙ АВТОКРАНОВЫЙ ЗАВОД»	156
---	-----

Дроздова А.Н., Дьяченко О.В. УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ	161
--	-----

Загуменная А.В., Поседейко Н.А. УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКОЙ В ООО «ПОГАРХЛЕБПРОМ»	166
--	-----

Каракальчева О.С., Подольникова Е.М. ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	171
---	-----

Кривцова А.В., Иванюга Т.В. УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ ПРОДУКЦИИ В АО «БРЯНСКПИВО»	177
---	-----

Никульников И.В., Грудкина Т.И. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНА И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КАЧЕСТВА	181
---	-----

Полежаева А.А., Сухочева Н.А. ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГА НА ОСНОВЕ SWOT-АНАЛИЗА	186
---	-----

Плуталова Ю.Н., Репникова В.И., Кузьмицкая А.А. АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА В КАРТОФЕЛЕВОДСТВЕ	191
--	-----

Сосновская А.К., Грищенко В.П. УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В СПК «РОДИНА» КЛИНЦОВСКОГО РАЙОНА	195
---	-----

Шапова О.И., Иванюга Т.В. ОЦЕНКА УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ	200
Шевцов В.О., Грищенко В.П. УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В СПК «РОДИНА» КРАСНОГОРСКОГО РАЙОНА	204

СЕКЦИЯ 5.
УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

Васенкова Я.В., Грудкина Т.И. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИЙ И ФАКТОРЫ, ЕЕ ОБУСЛОВЛИВАЮЩИЕ В МОЛОЧНОМ АГРОБИЗНЕСЕ	210
Колганова А.Н., Раевская А.В. РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ООО «БРЯНСКИЙ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИЙ КОМБИНАТ»	215
Носорева О.А., Раевская А.В. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬЮ ТРУДА ЗА СЧЕТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВНУТРИХОЗЯЙСТВЕННЫХ РЕЗЕРВОВ В СПК «СОЮЗ» СЕВСКОГО РАЙОНА	220
Прищеп Н.В., Дьяченко О.В. ПОДБОР И АДАПТАЦИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В ОРГАНИЗАЦИИ	226
Романченко О.В., Дьяченко О.В. ПРОБЛЕМА АБСЕНТЕИЗМА В КОМПАНИИ: ЕЁ СУЩНОСТЬ И РЕШЕНИЯ	230
Рылькова Е.А., Суровцева Е.С. ПОНЯТИЕ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В АПК	234
Флорьянович Н.В., Васюк А.В. ПЕНСИОННАЯ СИСТЕМА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	239

**СЕКЦИЯ 1.
МЕНЕДЖМЕНТ ИННОВАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ВНЕДРЕНИЯ
ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ
ВОЗДЕЛЫВАНИИ ЗЕРНОВЫХ КУЛЬТУР**

*Performance management the introduction of energy saving technologies
in cultivation of crops*

Антипенко В.В., студент
Кувшинов Н.М., д. с. - х. н., профессор
Antipenko V.V., Kuvshinov N.M.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. Вопросы энергосбережения становятся все более актуальными в связи с необходимостью повышения конкурентоспособности. Эффективность использования МТП через использования энегосберегающих технологий является определяющим фактором развития сельского хозяйства.

Abstract. *The issues of energy saving are becoming increasingly important in connection with the need to improve competitiveness. The effectiveness of the use of ICC through the use of energy-saving technologies is a determining factor in the development of agriculture.*

Ключевые слова: энергосбережение, технологии, комбинированные агрегаты.

Keywords: *energy saving, technologies, combined units.*

Энергосбережение в аграрном производстве представляет собой комплекс организационных, научных, производственных, технологических и экономических мероприятий. Вопросы энергосбережения становятся все более актуальными и востребованными в связи с новым этапом развития рыночных отношений (вступление в ВТО), существующими санкциями, а также необходимостью повышения конкурентоспособности. Реализация вышеперечисленных мероприятий направлена на повышение эффективности сельскохозяйственного производства с учетом рационального использования ресурсов.

Эффективность использования машинно-тракторного парка через использования энегосберегающих технологий является определяющим фактором развития сельского хозяйства. Это имеет огромное экономическое значение, так как способствует повышению произво-

длительности труда и при прочих равных условиях сокращает сроки проведения работ, снижает затраты на единицу продукции.

Одним из направлений энергосберегающих технологий является применение минимальной обработки почвы, включая использования комбинированных агрегатов.

Обработка почвы комбинированными агрегатами обеспечивает лучшее крошение обрабатываемого слоя почвы и более равномерную заделку семян по глубине, снижает плотность посевного слоя почвы и более равномерную заделку семян по глубине, снижает плотность посевного слоя и обеспечивает достаточно высокую аэрацию почвы как в годы нормального увлажнения, так и в экстремально влажных.

В СХПК «Кистерский» была дана сравнительная оценка приемам предпосевной обработки почвы под озимую пшеницу. Выбор озимых культур связан с тем, что они занимают до 86% площади посевов зерновых и зернобобовых культур.

Как показали наблюдения, на вариантах с обработкой почвы комбинированным агрегатом РВК-3,6 продуктивная кустистость была больше, чем после культивации с прикатыванием на 8,2%. Применение комбинированных агрегатов способствует снижению засоренности посевов зерновых культур из-за лучшего развития культурных растений. Такое снижение может составить 40-50%. Это приводит к уменьшению кратности обработок посевов гербицидами, а значит и уменьшает затраты труда и средств и, в конечном счете, повышает экономическую эффективность использования комбинированных агрегатов.

Использование агрегата РВК-3,6 при предпосевной обработке почвы способствует сокращению числа проходов техники по полю при подготовке почвы к посеву в 2 раза.

В СХПК «Кистерский» традиционная технология возделывания озимой пшеницы предусматривает применение следующих агротехнических мероприятий: лущение стерни, после уборки озимых зерновых культур, основной обработки, состоящей из двукратной культивации, посева, прикатывания.

Применяемые технологии оказали существенное влияние на экономическую эффективность возделывания озимой пшеницы по различным способам подготовки почвы для посева культуры. Так, самая низкая себестоимость и самая высокая рентабельность производства зерна была получена при предпосевной обработке почвы РВК-3,6 (табл. 1).

Таким образом, эффективность производства озимой пшеницы была выше на вариантах применения комбинированного агрегата.

Таблица 1 – Экономическую эффективность производства озимой пшеницы в зависимости от технологий возделывания агрегата РВК-3,6

Показатели	Традиционная подготовка почвы	Обработка почвы РВК-3,6	Отклонения, +/-
Площадь посевов, га	100	100	-
Урожайность, ц/га	28	31	+3
Произведено продукции, ц	2800	3100	+300
Затраты на производство всего, тыс. руб.	1385,5	1233,6	-151,9
Производственная себестоимость 1 ц озимой пшеницы, руб.	494,8	477,3	-17,5
Затраты труда всего, тыс. чел.-ч	810	740	-70
Затраты труда на 1 ц, чел.-ч	0,29	0,24	-0,05
Количество реализованной продукции, ц	2800	3100	+200
Полная себестоимость 1 ц озимой пшеницы, руб.	559,1	539,3	-19,8
Цена реализации 1 ц, руб.	700	700	-
Выручка от реализации, тыс. руб.	1960	2170	+210
Прибыль, тыс. руб.	394,5	498,2	+103,7
Рентабельность продаж, %	25,2	30,0	+4,8

Для увеличения конкурентоспособности продукции сельскохозяйственных культур в хозяйстве необходимо и в дальнейшем осуществлять поиск резервов, как в производственной, так и в коммерческой деятельности на основе внедрения инноваций.

Всего затраты при общепринятой технологии составляют 494,83 руб./ц, а при использовании энергосберегающей технологии в виде комбинированного почвообрабатывающего агрегата – 477,3 руб./ц или на 9,60% меньше.

В рыночной экономике, характеризующейся изменением цен на материалы и услуги, очень трудно дать объективную экономическую оценку эффективности возделывания той или иной культуры, применения того или иного технологического приема, используя только экономические методы. Поэтому дополнительно к экономической эффектив-

ности проводят анализ по энергетической эффективности. Для этого учитывают все энергозатраты на возделывание культуры или использование технологического приема и энергосодержание урожая и выявляют степень окупаемости энергозатрат энергосодержанием урожая.

Для расчета эффективности применения той или иной технологии возделывания культуры проводят расчет затрат энергии на ее производство. Удельный вес отдельных статей энергозатрат на 1 га посева озимой пшеницы по сравниваемым технологиям различался.

Так, если при возделывании озимой пшеницы по традиционной подготовке почвы 19% всех энергозатрат приходится на машины, оборудование и удобрения, то на вариантах с использованием комбинированного агрегата – только 17,24%. Доля энергетического материала семян составляет по общепринятой технологии 47,13%, а по ресурсосберегающей технологии – 51,93%. Общее количество затрат совокупной энергии при возделывании озимой пшеницы по энергосберегающей технологии было на 15% меньше, чем по общепринятой.

Наибольший выход энергии с урожаем сухого вещества озимой пшеницы был на варианте с применением комбинированного почвообрабатывающего агрегата РВК-3,6 (табл. 2).

Таблица 2 – Энергетическая оценка эффективности возделывания озимой пшеницы в зависимости от предпосевной обработки почвы

Показатели	Единицы измерения	Варианты	
		традиционная подготовка почвы	обработка почвы РВК-3,6
Затраты совокупной энергии	ГДж	15,603	13,160
Выход энергии с урожаем сухого вещества	ГДж	35,11	38,87
Энергоемкость 1 ц сухого вещества озимой пшеницы	ГДж	0,475	0,475
Приращение валовой энергии	ГДж	19,51	25,71
Коэффициент энергетической эффективности	%	2,25	2,96

Использование вместо традиционных многооперационных приемов предпосевной обработки почвы под озимую пшеницу одно операционных (комбинированного агрегата РВК-3,6) уменьшило затраты

совокупной энергии на 2,45 ГДж, увеличило выход энергии с урожаем сухого вещества на 3,76 ГДж, увеличило приращение валовой энергии на 6,20 ГДж и повысило коэффициент энергетической эффективности на 0,71 п.п. в абсолютных и 32% - относительных показателях.

Таким образом, применение комбинированных агрегатов РВК-3,6 при возделывании зерновых культур в СХПК «Кистерский» является экономически и энергетически выгодным и может быть рекомендовано к использованию на всей площади посевов. В дальнейшем для улучшения экономических показателей на ровных полях имеется возможность использования и других комбинированных агрегатов: КА-3,6; ВМП-5,6; АКПП-3,6; ВИП-5,6.

Библиографический список

1. Агрегат для возделывания высокостебельных культур: пат. 1794335 Рос Федерация В.Н. Ожерельев, В.Н. Блохин, Ю.П. Густов, Н.М. Кувшинов. 1992.

2. Кувшинов Н.М. Влияние разных приемов предпосевной и послепосевной обработки светло-серой лесной почвы на её свойства и урожайность ячменя и картофеля в условиях Северо-Востока Нечерноземной зоны РСФСР: автореф. дис. ... канд. с.-х. наук: 06.01.01. Научно-исследовательский институт сельского хозяйства Центральных районов Нечерноземной зоны. Немчиновка: Московская область, 1981. 18 с.

3. Кувшинов Н.М., Косьянчук В.П. Предпосадочная обработка почвы // Земледелие. 1995. № 1. С. 20.

4. Кувшинов Н.М. Устойчивость серых лесных почв к уплотнению и способы его предотвращения // Устойчивость почв к естественным и антропогенным воздействиям: тезисы докладов Всероссийской конференции, посвященной 75-летию Почвенного института им. В.В. Докучаева. М., 2002. С. 109.

5. Кувшинов Н.М., Кувшинов М.Н. Пути решения проблемы энергоэффективности и электросбережения в сельскохозяйственных предприятиях // Вестник Брянского государственного университета. 2014. № 3. С. 288-296.

6. Кувшинов Н.М. Кувшинов М.Н. Возможности импортозамещения растениеводческой продукции в Брянской области в условиях мирового кризиса и объявления санкций против России // Социально-экономические и гуманитарные исследования: проблемы, тенденции и перспективы развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2016. С. 178-187.

7. Кузнецов А.Н., Кувшинов Н.М. Совершенствование обработ-

ки почвы под картофель // Обработка почвы: труды Горьковского СХИ. Горький, 1980. С. 69-75.

8. Хлопяников А.М., Хлопяникова Г.В., Подольникова Е.М. Экономическая безопасность региона при возделывании сельскохозяйственных культур на загрязненных почвах // Экономика. Социология. Право. 2016. № 1. С. 34-40.

УДК 658.114.45 (470.333)

**ПРОЕКТ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ
НА МАТЕРИАЛАХ ОАО «ДЯТЬКОВО-ХЛЕБ»**

*Project of innovative development of the enterprise on materials
of OJSC «Dyatkovо-Khleb»*

Жиденко Е.В., студент
Васькин В.Ф., к. э. н., доцент
Zhidenko E.V., Vaskin V.F.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. В научной статье раскрыты современные особенности развития предприятий пищевой промышленности, показана динамика производства хлеба и хлебобулочных изделий, проведен анализ производственно-экономического состояния и инновационного развития анализируемого предприятия. На основе проведенного анализа выявлены проблемы и определены основные направления инновационного развития для ОАО «Дятьково-Хлеб».

Abstract. *The scientific article reveals the modern features of the development of food industry enterprises, shows the dynamics of the production of bread and bakery products, analyzes the production and economic condition and innovative development of the analyzed company. Based on the analysis, problems were identified and the main directions of innovation development for OJSC «Dyatkovо-Khleb» were determined.*

Ключевые слова: хлебопекарная промышленность, экономическая эффективность производства хлеба и хлебобулочных изделий, направления инвестиций для хлебопекарных предприятий, инновационное развитие предприятия ОАО «Дятьково-Хлеб».

Keywords: *baking industry, economic efficiency of bread and bakery products, investment directions for bakeries, innovative development of the company DyatKovo-Khleb.*

Выпечка хлебных изделий на данный момент занимает лидирующие позиции среди всех отраслей пищевой промышленности. Хлеб – это такой продукт, который удовлетворяет потребность человека в калориях на 30%. Производство данной продукции в первую очередь определяет продовольственную безопасность страны. Вместе с хлебом человек получает белки, витамины, пищевые волокна и минеральные вещества [1, 2].

В связи с увеличением цен на сырье, продолжающимся ростом тарифов на энергоносители, износом оборудования и использованием устаревших систем производства, растут индивидуальные издержки предприятий. Как следствие, происходит снижение производительности труда, эффективности использования сырьевых, человеческих, финансовых, энергетических и других ресурсов.

Отрасль остро нуждается в развитии науки, внедрении достижений научно-технического прогресса, разработок машиностроения, современном менеджменте. Необходимым условием успешной интеграции российских предприятий в международное экономическое пространство является активное использование мирового опыта и новейших научных разработок [3, 6, 7].

Миссия ОАО «Дятьково-хлеб» заключается в обеспечении качественным хлебом населения города Дятьково в достаточном количестве по справедливым ценам, способствующим созданию достойных условий труда сотрудникам фирмы; расширению сферы деятельности путем использования новых технологий.

За 2015-2017 годы произошло увеличение показателей размеров ОАО «Дятьково-хлеб». Так, выручка и стоимость валовой продукции в действующих ценах увеличились на 4,4%, а среднегодовая стоимость основных средств на 11,7%. ОАО «Дятьково-хлеб» относилось к группе узкоспециализированных предприятий. Доля выручки от реализации хлебобулочных изделий составляла более 80%. При этом, ассортимент выпускаемой продукции отличается большим разнообразием и насчитывает более 130 наименований, что позволяет предприятию предложить своим потребителям продукцию, ориентированную на покупателей с разным уровнем доходов.

Показатели производительности труда показывают повышение эффективности использования трудовых ресурсов. Так, в расчете на 1 работника было получено в 2017 г. 20,5 тыс. руб. чистой прибыли, что в 2,1 раза больше, чем в 2015 г.

В целом можно сказать, что исследуемое предприятие обладает высоким научно-техническим и технологическим потенциалом в сфере производства хлебобулочной продукции и мучных кондитерских изделий.

ОАО «Дятьково-хлеб», последовательно выстраивает маркетинговую стратегию развития бизнеса на основе комплексного изучения рыночной ситуации, непрерывного мониторинга деятельности конкурентов и исследования в изменении потребительского спроса. Ежегодно вносятся коррективы в планы стратегического развития компании с учетом рыночных факторов, что позволяет гибко реагировать на изменения конъюнктуры рынка. О качестве работы предприятия лучше всего говорит востребованность продукции у потребителей.

При разработке стратегии предприятия необходимо исследовать не только ситуацию внутри предприятия, но и внешнюю среду [4].

Анализ потребителей продукции исследуемого предприятия показал, что продукцию ОАО «Дятьково-хлеб» по достоинству оценивают не только в Дятьковском районе, но и других районах области. Предприятие ежедневно вырабатывает более 15 тонн хлебобулочных, сухарных изделий и около тонны кондитерских изделий, выпекаются разные сорта хлеба, батоны, которые рассчитаны на разные категории потребителей, с учетом всех предложений и пожеланий.

Используя информацию обеспеченности запасов и затрат источниками покрытия, мы сформировали трехкомпонентный вектор, характеризующий тип финансовой ситуации на предприятии ОАО «Дятьково-хлеб». В 2015-2016 гг. ОАО «Дятьково-хлеб» имело высокие инновационные возможности, для которых характерна высокая обеспеченность собственными ресурсами, то есть реализацию стратегий инновационного развития предприятие может осуществлять без внешних заимствований. Рекомендуемой стратегией инновационного развития является «Лидер – освоение новых технологий».

Для увеличения финансовых результатов деятельности предприятия ОАО «Дятьково-хлеб» не путем увеличения цен на производимую продукцию, а с помощью снижения затрат на производимую продукцию предложено мероприятие по замене оборудования.

Необходимость постоянного обновления парка оборудования – неперенный фактор стабильного развития производства, поскольку наличие свободных мощностей совершенно не означает, что отпадает необходимость их совершенствования и замены. Вследствие изменений в ведении технологического процесса, невозможности работы в непрерывном цикле, просто износа оборудования возникает естественная потребность в замене и модернизации оборудования [5].

На сегодняшний день производственное оборудование ОАО «Дятьково-хлеб» используется только на 65%. Учитывая основной недостаток печи «ФТЛ-2-81» и необходимость перехода на более современное техническое оборудование предлагаем замену печи «ФТЛ-2-81»

на печи «РОТОР-АГРО 202» и растойные шкафы «КЛИМАТ-АГРО 24/24», а также необходимые для данного оборудования тележки. Полная стоимость проекта (до ввода в эксплуатацию) – 2770 тыс. руб.

Основное преимущество инновации: продукция будет выпускаться на самом современном, эффективном оборудовании, что улучшит вкус изделий и снизит себестоимость продукции.

ОАО «Дятково-хлеб» на новом оборудовании будет производить булочные изделия из дрожжевого теста, небольшое количество изделий из слоеного теста. Изделия будут выпекаться по разной рецептуре, будут различными по вкусу и весу. Все изделия будут сделаны из пшеничной муки высшего сорта. Ежедневный ассортимент будет состоять из четырех видов батонов («Умница», «Горчичный», «Домашний», «С изюмом») и одного вида сдобы («Дятковская») которые выпекаются по особому рецепту. Перед продажей батоны и сдобы будут упаковываться в пленку.

Конечным этапом инвестиционного проекта является оценка показателей финансовой эффективности проекта. Модель чистого приведенного эффекта (NPV) ориентирована на достижение главной цели инвестирования – получение приемлемого для инвестора чистого дохода в форме прибыли. Расчет чистого приведенного эффекта для инвестиционного проекта показал, что чистый дисконтированный эффект равен 9052,15 тыс. руб.

Проведя все необходимые расчеты, можно сказать, что инвестиционный проект окупится уже через 13 месяцев жизни проекта, что говорит об успешности и целесообразности данной инвестиционной идеи.

Библиографический список

1. Панищенко М.И., Губарьков С.В. Развитие хлебопекарной промышленности в России и её современное состояние // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2016. № 6. С. 95-100/
2. Васькин В.Ф., Карагузина Н.Г. Продовольственная безопасность в Российской Федерации // Социально-экономические и гуманитарные исследования: проблемы, тенденции и перспективы развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2016. С. 369-374.
3. Глушак Н.В., Грищенкова В.П., Репешко Н.А. Научный анализ моделей организации высокотехнологичных инновационных процессов // Креативная экономика. 2013. № 1 (73). С. 35-42.
4. Повышение эффективности информационно-консультационного обслуживания сельскохозяйственных предприятий

различных форм собственности на основе ценового мониторинга / Б.И. Квитко, Н.М. Белоус, В.Е. Ториков, А.В. Кубышкина, Н.А. Гудина / под общ. ред. Б.И. Квитко. Брянск: БГСХА, 2006. 152 с.

5. Кузьмицкая А.А. Особенности и основные направления развития стратегического планирования на предприятиях АПК // Инновации в экономике, науке и образовании: концепции, проблемы, решения: материалы Международной научно-методической конференции. Брянск, 2014. С. 95-98.

6. Современное состояние хлебопекарной промышленности России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.strategplann.ru/estatiw/sovremennoe-sostojanie-hlebopekarnoj-promyshlennosti-rossii.html> (дата обращения: 12.06.2018).

7. Соколов Н.А., Подольникова Е.М., Швецова О.А. Управление агропромышленной интеграцией зернопродуктового подкомплекса региона // Вестник Брянской ГСХА. 2016. № 3 (55). С. 9-14.

УДК 338.43:004.9 (574)

**ЦИФРОВИЗАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ
КАЗАХСТАНА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ
КОНКУРЕТОСПОСОБНОСТИ**

*The digitalization of the tourism industry of Kazakhstan as a factor
of increasing its competitiveness*

Казиева Н.С., магистрант
Аубакирова Ж.Я., д. э. н., профессор
Kaziyeva N.S., Aubakirova Zh.Y.

Казахский национальный университет им. аль-Фараби,
Республика Казахстан
Al-Farabi Kazakh National University

Аннотация. Ключевым ориентиром развития Казахстана на ближайшую перспективу является переход к цифровой экономике, без построения которой ни одна страна не способна конкурировать в глобальной экономике. По прогнозам одной из самых успешных международных консалтинговых компаний Accenture, к 2020 г. четверть мировой экономики будет цифровой. Цифровые технологии по своей природе способны быстро проникать в экономику, изменять формы организации производства, повышая производительность труда, дохо-

ды общества и, соответственно, создавать условия для повышения качества жизни населения.

Abstract. *A key benchmark for the development of Kazakhstan in the near future is the transition to a digital economy, without which no country is able to compete in the global economy. One of the most successful international consulting companies, Accenture, predicts that by 2020 a quarter of the world economy will be digital. Digital technologies by their nature can quickly penetrate into the economy, change the forms of organization of production, increasing productivity, income of society and, accordingly, create conditions for improving the quality of life of the population.*

Ключевые слова: цифровая экономика, туризм, информационные технологии, электронное правительство, человеческий капитал.

Keywords: *digital economy, tourism, information technologies, e-government, human capital.*

За последнее десятилетие мир быстро движется к экономике нового типа, основным инструментом ее формирования являются цифровые технологии. В современных условиях информационные технологии и цифровая трансформация являются основным фактором и условием обеспечения конкурентоспособности как на уровне отдельных предприятий, так и на уровне стран и наднациональных объединений, приводя к преобразованию всех экономических и производственных процессов, кардинальному повышению производительности, повышению качества и снижению себестоимости товаров и услуг.

Расширение роли информационных технологий в работе частного и государственного секторов является основой для перехода к цифровому государству. По прогнозам ведущих мировых экспертов к 2020 году 25% мировой экономики будет цифровой, и внедрение технологий цифровизации экономики, позволяющих государству, бизнесу и обществу эффективно взаимодействовать, становится все более масштабным и динамичным процессом.

По результатам исследования компании Бостонская консалтинговая группа Казахстан на пути к цифровой экономике, по уровню цифровизации экономики Казахстан занимает 50-е место в рейтинге из 85 стран и находится в группе с появлением цифровой экономики. Цифровой разрыв между государствами-лидерами и отстающими странами из года в год увеличивается.

Ключом к сохранению конкурентоспособности казахстанской экономики является развитие цифровой составляющей совместными усилиями государства и бизнеса, в том числе в следующих сферах – индустриальная, транспортно-логистическая инфраструктура, сельское

хозяйство, недропользование, энергетика, туризм, образование и здравоохранение. Поэтому внимание государства на развитие цифровых технологий рассматривается как один из путей диверсификации национальной экономики, ее переориентации из сырья в индустриально-сервисную модель и использования новых возможностей для рынка труда [1].

Казахстан в 2006 году запустил электронное правительство и через 10 лет его пользователями является более половины экономически активного населения страны. Важным этапом развития инфраструктуры системы стала разработка мобильного приложения для основных мобильных платформ. Одним из наиболее востребованных услуг портала является онлайн регистрация бизнеса. С 2013 года более 73 тысяч компаний зарегистрировались через портал.

Вместе с тем, стоимость модернизации является актуальной темой на повестке дня в свете общего замедления роста мировой экономики. Так, по данным статьи, опубликованной на сайте Гарвардской школы Кеннеди, стоимость обслуживания электронного правительства Эстонии составляет порядка 70 млн. долларов США, российской –90 млн. долларов США, казахстанской –150 млн. долларов США в год. При этом не все государственные услуги в Казахстане доступны в онлайн режиме, тогда как в Эстонии любые бюрократические процедуры, за исключением отчуждения или приобретения недвижимости, и регистрации брака, можно провести онлайн [2].

Основные цели Казахстана и целевые индикаторы в этой области были обозначены в государственной программе «Информационный Казахстан-2020», принятой в 2013 году. Позднее как логическое продолжение была принята Государственная программа «Цифровой Казахстан», основными задачами которой, являются:

1. Цифровизация отраслей экономики.
2. Переход на цифровое государство.
3. Реализация цифрового Шелкового пути.
4. Развитие человеческого капитала.
5. Создание инновационной экосистемы.

Как известно, одной из причин небольшой доли использования онлайн услуг является проблема охвата населения широкополосным Интернетом. Поэтому целевыми индикаторами программы являются достижение доли пользователей Интернет в 2022 году до 82%, доли электронной торговли в общем объеме розничной торговли до 2,6%, создание до 300 000 новых рабочих мест за счет цифровизации, а также достижение уровня цифровой грамотности 83% населения. В рамках мероприятий по цифровизации 25 декабря 2012 года в Казахстане

была впервые запущена сотовая сеть связи 4 поколения –4G/LTE в городах Астана и Алматы. Запуск сетей 4G/LTE позволил обеспечить высокую скорость передачи данных и расширить спектр предоставляемых услуг абонентам сотовой связи. Покрытие сетями 3Gсоставляет 72,1% населения Казахстана. По статистическим данным Комитета статистики Министерства национальной экономики Республики Казахстан за 2015 год пользователями интернета являются 72,9% населения Казахстана. В общем объеме услуг связи в 2015 г. услуги передачи данных и доступа в интернет составляют 30,5%. Кроме того, с 2011 года ведутся мероприятия по переходу на цифровые технологии телерадиовещания, были проведены работы по модернизации спутниковой сети с переходом на цифровой стандарт DVB-S2/MPEG-4. Введенная сеть спутникового телерадиовещания впервые предоставила возможность повсеместного приема жителями страны отечественных (в свободном доступе) и зарубежных каналов в любой географической точке Казахстана [1].

Наряду с важными задачами как обеспечение повсеместного доступа к Интернету, внедрение инноваций в отраслях экономики и других важных задач, цифровизация Казахстана выполняет также важную миссию по снижению нагрузки на органы государственной статистики. Полная автоматизация учета данных в будущем позволит обеспечить быстрый и полный доступ ко всем базам данных, прозрачность в сфере государственных услуг, а также возможность быстрого реагирования на какие-либо изменения.

Цифровая экономика – это та разновидность экономики, которая практически полностью завязана на использовании Интернета. Клиенты, а зачастую и ресурсы добываются через мировую сеть. Благодаря своей независимости от реального места положения, цифровые компании выбирают выгодные с налоговой и иных точек зрения юрисдикции. Это крайне не нравится крупным странам и экономическим блокам, поскольку, таким образом, компании платят минимальные налоги на территории, на которой получают прибыль. Особо достаётся крупнейшим IT-компаниям, таким как Google, Facebook, Apple, которые зарабатывают на рекламе и на использовании информации о пользователях.

Переход на цифровую экономику есть трансформация – преобразование, изменение вида, формы существенных свойств чего-либо. Трансформационный переход на цифровую экономику есть изменение, через которое проходит бизнес, чтобы иметь возможность существовать в цифровой экономике, затрагивая практически все его аспекты: изменения бизнес-модели и портфеля продуктов, отношений с клиентом, культуры ведения бизнеса, бизнес процессов, IT-подразделений и систем, инфраструктуры.

В целом цифровой (виртуальный) мир позволяет внедрять платформы оказания услуг нового формата; подключаться в сети Интернет к инфраструктуре партнеров и контрагентов; внедрять новые системы автоматизации бизнес-процессов; внедрять платформы для взаимодействия и коммуникации персонала внутри компании, как в рабочее, так и вне рабочее время, защищая при этом конфиденциальность; быстро обновлять портфолио услуг; и иное. То есть такая трансформация позволяет компании корректировать пути достижения своих целей и выбирать наиболее эффективные. Все это дает возможность пересматривать жизненный цикл услуг, который благодаря цифровой экономике существенно сокращается.

В действительности, до появления социальных сетей виртуальная часть мира не являлась производственной силой и средой по созданию новых продуктов. В этом контексте цифровая экономика трансформирует бизнес, поведение потребителей [3] и пробуждает новую волну богатства.

Как показывает мировой опыт, туризм в современной экономике занимает положение крупнейшей отрасли, мировой оборот которой сопоставим с мировым оборотом торговли нефтью. Так, именно туризм содействовал быстрому развитию таких крупных регионов, как Египет, Турция, Испания, способствовал созданию там современной инфраструктуры и рабочих мест.

Цифровые технологии в туристской отрасли представляют собой «всю совокупность средств и методов, с помощью которых реализуются процедуры регистрации, сбора, передачи, хранения, обработки, выдачи информации и принятия управленческих решений в различных информационных системах» [4, с. 17]. Наибольшее влияние современные информационные технологии оказывают на распространение и продажу туристского продукта, на организацию и качество обслуживания туристов, на координацию взаимодействия поставщиков туристических услуг (гостиницы и иные предприятия размещения, предприятия общественного питания, транспортные компании, предприятия досугового сервиса), на формирование и продвижение инновационных турпродуктов.

Туристская отрасль сегодня, подтверждает, что раскручивание современных телекоммуникационных технологий формирует новые тенденции обновления туристского мирового рынка. Это такие направления, как:

- глобализация бизнеса;
- развитие транснациональных интернет ресурсов;
- сближение поставщиков туруслуг и конечных потребителей;
- появление новых каналов дистрибуции;

- массовый выход офлайн компаний в Интернет;
- изменение модели потребления: персонификация подхода в организации путешествия; использование мобильных приложений.

Туризм – одна из отраслей, где блокчейн технология при продуманной стратегии и с правильным подходом поможет сфере развиваться быстрее.

На данный момент в мировом туризме существует несколько глобальных посредников, которые делят между собой рынок дистрибуции туристических услуг. В связи с этим, они имеют возможность влиять на конечные цены для туристов. Господство GDS (Global Distribution Systems: Amadeus, Sabre, Travelport – глобальные системы дистрибуции) и гигантов онлайн-бронирования является сдерживающим фактором развитие инновационных решений в туризме.

Новым онлайн-турагентствам практически невозможно подключить количество отелей соразмерное компании «Booking». Встает вопрос, как же демократизировать рынок дистрибуции туристических услуг?

Рассмотрим возможный вариант решения данной проблемы. Одно из таких – некоммерческий туристический блокчейн-проект WindingTree. Главной идеей проекта является открытие глобальной системы дистрибуции, которой могли бы управлять все участники, а не единоличный владелец платформы. Отличие от глобальной системы дистрибуции в том, что система принадлежит всем, а это значит, что не нужно платить 10-30% комиссию за управление.

Поставщики могут добавлять к базовой цене лишь вменяемую комиссию за бронь для агентств, например 5%. Проект помогает покупателям и продавцов взаимодействовать с помощью смарт-контрактов, а участники платформы имеют право совместно ей управлять. В ближайшем будущем проект WindingTree может стать основным каналом дистрибуции туристических услуг и продуктов. Важно подчеркнуть, что предлагаемое решение – именно платформа, а не вебсайт, бронирующий билеты или номер в отеле, и не личный сайт отеля или авиаперевозчика, дающий возможность управлять ресурсами [5].

Подводя итог, можно сказать, что благодаря внедрению технологии блокчейна и снижению барьеров для выхода на рынок новых игроков, туристический рынок увидит усиление конкуренции. Наличие блокчейн-платформы с обширным номерным фондом может поставить под удар бизнес-модели турфирм, основная задача которых является в подборе вариантов размещения опираясь на заданные параметры, и метапоисковиков, чья основная задача – искать наиболее выгодные предложения по размещению и перелетам.

В блокчейн-платформе можно будет найти все варианты по размещению и перелетам с инфографикой цен, в связи с этим необхо-

димось в услугах сайт-посредников отпадет. Но не отпадет потребность в компетентных кадрах, готовых постоянно развиваться и учиться новому, продвигать туризм как в нашей стране, так и в мировых масштабах.

Библиографический список

1. Об утверждении Государственной программы «Цифровой Казахстан»: постановление Правительства Республики Казахстан от 12 декабря 2017 года № 827 [Электронный ресурс]. URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1700000827> (дата обращения: 17.06.2018).

2. Estonia: One Small Country's Digital Government Is Having a Big Impact [Электронный ресурс]. URL: <https://www.innovations.harvard.edu/blog/estonia-one-small-country-digital-government-having-big-impact-x-road> (дата обращения: 17.06.2018).

3. Индикаторы цифровой экономики 2017: стат. сборник / М. А. Кевеш [и др.]. Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2017. 320 с.

4. Пахомова Т. Г. Современные тенденции развития культурно познавательного туризма в России // Научный вестник МГИИТ. 2016. № 6 (44). С. 12-22.

5. Практическое применение технологии блокчейн в индустрии туризма / М. Измайлов, П. Андерсон, А. Лембле, Я. Высокий // Российский экономический интернет-журнал. 2018. № 1. С. 21.

**НЕКОТОРЫЕ МЕХАНИЗМЫ ПРОЯВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ
ПРОЦЕССОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО
МАШИНОСТРОЕНИЯ**

*Some mechanisms of manifestation of innovative processes at
the enterprises of agricultural mechanical engineering*

Козлова Ю.В., студент
Кувшинов Н.М., д. с. - х. н., профессор
Kozlova Yu.V., Kuvshinov N.M.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. Конкурентоспособность любого предприятия в рыночной среде определяется объемами той выпускаемой продукции, в основе которой заложены инновации (Инновации). Эффективность инноваций через внедрение новых технологических инженерных решений зависит от устойчивости финансового положения предприятия.

Abstract. *The competitiveness of any enterprise in the market environment is determined by the volume of the products, which are based on innovation (Innovation). The effectiveness of innovation through the introduction of new technological engineering solutions depends on the stability of the financial position of the enterprise.*

Ключевые слова: инновации, конкурентоспособность, зерноуборочная техника

Keywords: *innovation, competitiveness, grain harvesting machinery.*

Урожайность зерновых культур в значительной степени определяется качеством уборки комбайнами. От качества проведения уборки зерновых зависит продовольственная безопасность страны, обеспеченность хозяйств семенами и фуражом.

Одним из успешных проектов интеграции России и Белоруссии является закрытое акционерное общество Совместное предприятие «Брянксельмаш» с ОАО «Гомсельмаш», учрежденное 1 августа 2005 года. Основной целью создания ЗАО СП «Брянксельмаш» является обеспечение сельхозпроизводителей Российской Федерации кормоуборочной и зерноуборочной техникой.

В настоящее время ЗАО СП «Брянксельмаш» является развивающимся предприятием (табл. 1).

Таблица 1 – Динамика развития ЗАО СП «Брянксельмаш»

Показатели	2015г.	2016 г.	2017 г.
Стоимость валовой продукции в действующих ценах, тыс. руб.	4871190	5142561	6525871
Выручка, тыс. руб.	5071103	6478885	5211690
Среднегодовая численность работников, чел.	200	237	334
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	143851	167452	478476

За последние три года на исследуемом предприятии наблюдается увеличение основных экономических показателей. Так, стоимость валовой продукции в действующих ценах за анализируемый период выросла на 34,0%, выручка – на 2,8%, среднегодовая численность работников – на 67,0 %. Значительно увеличилась (в 3 раза) среднегодовая стоимость основных средств.

ЗАО СП «Брянксельмаш» постоянно модернизирует оборудование, постоянно совершенствует уже имеющую технику до необходимого уровня и надлежащих стандартов. Это требует поиск и внедрение новых технологических инженерных решений [1, 2, 4, 5, 7].

Нами предлагается модернизировать комбайн КЗС 1218-29. Модернизированная модель зерноуборочного комбайна КЗС 1218-29, которая несмотря на более высокую цену, не уступает мировым производителям зерноуборочной техники, что очень важно с точки зрения позиций импортозамещения [3, 6]. Учитывая, что на исследуемом предприятии доля в реализации всей продукции данный зерноуборочный комбайн занимает 48% от всего объема продаж, его модернизация может принести предприятию дополнительную прибыль.

Новым наименованием усовершенствованного комбайна будет КЗС 1218А-1 «ДЕСНА-ПОЛЕСЬЕ GS12A1». Разработка направлена на усовершенствование молотилки комбайна КЗС 1218А-1 путем увеличения диаметра барабана-ускорителя до 600 мм и молотильного барабана до 800 мм, что снизит нагрузку на молотильный барабан и основное подбарабанье. Увеличение площади двойного подбарабанья позволит сделать путь обмолота более протяжённым, а сам обмолот более бережным, что улучшает качество обмолота и снижает риск травмирования зерна, особенно при уборке скрученных и влажных хлебов.

Результат будет отражать высокий уровень вымолота и сепарации, в том числе на высокостебельных культурах. В свою очередь барабан-ускоритель повышает скорость движения хлебной массы, по-

ступающей с транспортёра наклонной камеры, приближая её к скорости вращения молотильного барабана. Кроме того, зубья барабана-ускорителя равномерно распределяют массу.

На предприятии проводится работа по усовершенствованию рабочего места комбайнера. Просторная двухместная шумовиброзащищённая кабина Comfort Max с хорошим обзором уже оснащена кондиционером, автоматической системой контроля и управления на базе бортового компьютера. Высокий уровень комфорта, включая систему организации рабочего места, сохраняет высокую работоспособность комбайнера в течение длительной рабочей смены.

Внедрением в совершенствование кабины будет потолок и облицовка кабины, выполненные из легко моющегося АБС-пластика, полностью соответствующего гигиеническим нормам, а также нововведением будет перенос рычага переключения передач на панель справа от места управления комбайном, для более удобного использования.

На предприятии разрабатываются мероприятия по совершенствованию комбайна. Они включают в себя следующие направления:

- изменение конструкции наклонной камеры за счет установки пылеотсоса, применения транспортных цепей и установки приводной 4-ех ручьевой ременной передачи является одним из главных нововведений;

- увеличение объема зернового бункера до 9 м³;
- усиленная трясная доска и тяги подвески;
- совершенствование кабины будет за счет нового потолка и облицовка кабины, выполненные из легко моющегося АБС-пластика;
- замена двойного транспортера на единый.

Комбайн КЗС-1218А-1 будет соответствовать лучшим аналогам в своем классе мировых производителей зерноуборочных комбайнов по эксплуатационно-технологическим показателям, обеспечивая в разы меньшую себестоимость уборочных работ за счет более низкой цены приобретения и стоимости владения.

В таблице 2 показана общая сумма затрат на модернизацию комбайна модели КЗС 1218-29, полученную в результате суммирования всех элементов затрат.

При внедрении выше предложенных нововведений предприятие при производстве модернизированного комбайна общие затраты на модернизацию составят 1453 тыс. руб.

Таблица 2 – Направления и затраты на модернизацию комбайна КЗС 1218-29

Мероприятия	Затраты, тыс. руб.
Изменение конструкции наклонной кабины	594
Увеличение объема зернового бункера до 9 м ³	140
Облицовка кабины из АВС-пластика	307
Усиление стрясной доски и тяги подвески	156
Вибродно в бункере	256
Всего	1453

Общая стоимость комбайна модели КЗС-1218А-1 будет сформирована из затрат на производство прежней модели (5506 тыс. руб.), поскольку основной механизм будет аналогичен предыдущей модели, затрат на совершенствование(1453 тыс. руб.) и размеру налога на добавленную стоимость ($1453*0,18=262$ тыс. руб.) и торговой наценки ($1453*0,35=509$ тыс. руб.).

Так, цена реализации комбайна КЗС-1218А-1 с учетом затрат на его модернизацию, НДС (18%) и наценки при продаже (35%) будет равна 7729 тыс. руб. ($5506 + 1453 + 262 + 509$).

Поскольку нововведения позволят заметно сократить потери зерна при уборочных работах, а это главный критерий при приобретении зерноуборочной техники, объем реализации не упадет, однако, учитывая рост цены и покупательскую способность клиентов возможно снижение объема на 5%.

В 2017 г. объем продаж составил 813 шт., а в прогнозируемом периоде с учетом роста цены объем продаж может снизиться до 772 шт.

Рассчитаем выручку, полученную в будущем периоде, с учетом новой цены и объемов продаж, а также сравним с результатами 2017 г. (табл. 3).

Таблица 3 – Прогноз продаж КЗС-1218А-1 в ЗАО СП «Брянсксельмаш»

Показатели	КЗС-1218-29	КЗС-1218А-1
Цена реализации за единицу, тыс. руб.	5506	7729
Объем продаж за год, шт.	813	772
Выручка, тыс. руб.	4476378	5966788

В результате модернизации комбайна есть возможность увеличить выручку на 1490410 тыс. руб. за счет увеличенной цены реализации на 2223 тыс. руб., обусловленной совершенствованием продукции.

Несмотря на сокращение объема продаж на 41 шт., вследствие роста цены на 2223 тыс. руб. выручка предприятия от реализации комбайнов будет только расти.

Библиографический список

1. Агрегат для возделывания высокостебельных культур: пат. 1794335 Рос. Федерация / В.Н. Ожерельев, В.Н. Блохин, Ю.П. Густов, Н.М. Кувшинов. 1992.

2. Горбов Н.М., Кувшинов Н.М., Кувшинов М.Н. Об инновационной деятельности предприятий и организаций Брянской области // Вестник Брянского государственного университета. 2012. № 3-1. С. 196-205.

3. Кувшинов Н.М., Кувшинов М.Н. О господдержке сельского хозяйства на территориях, подвергшихся радиоактивному загрязнению в результате аварии на Чернобыльской АЭС // Вестник Брянского государственного университета. 2010. № 3. С. 131-139.

4. Кувшинов Н.М., Кувшинов М.Н., Столяров Г.В. Особенности реализации инновационной политики в агропромышленном комплексе в условиях радиоактивного загрязнения // Вестник Брянского государственного университета. 2012. № 3-1. С. 196-205.

5. Кувшинов Н.М., Кувшинов М.Н. Пути решения проблемы энергоэффективности и электросбережения в сельскохозяйственных предприятиях // Вестник Брянского государственного университета.- 2014. № 3. С. 288-296.

6. Кувшинов Н.М. Кувшинов М.Н. Возможности импортозамещения растениеводческой продукции в Брянской области в условиях мирового кризиса и объявлении санкций против России // Социально-экономические и гуманитарные исследования: проблемы, тенденции и перспективы развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2016. С. 178-187.

7. Фреза с вертикальной осью вращения: пат. 173801 Рос. Федерация / В.Н.Блохин, А.М. Случевский, С.И. Роганков, Н.М. Кувшинов, А.Ф. Ковалев, Н.А. Лаптева; опубл. 19.01.2017.

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОГО
РЕГУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

*Improvement of organizational and legal regulation of innovation
activity in the Republic of Belarus*

Короленко М.С., студент
Герасимович А.А., к.э.н., доцент
Korolenko, M.S., Kuznetsov A.A.

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная
академия», Республика Беларусь
Belarusian State Agricultural Academy

Аннотация. Целью государственной политики в области формирования и развития национальной инновационной системы является формирование экономических условий для вывода на рынок конкурентоспособной инновационной продукции в интересах реализации стратегических национальных приоритетов РБ, повышение качества жизни населения, достижение экономического роста, развитие фундаментальной науки, образования, культуры, обеспечение обороны и безопасности страны путем объединения усилий государства и предпринимательского сектора экономики на основе взаимовыгодного партнерства.

Abstract. *The aim of State policy in the field of formation and development of the national innovation system is the creation of economic conditions for the market competitive, innovative products for the realization of the strategic national priorities (RB), improving the quality of life of the population, economic growth, development of basic science, education, culture, defence and security of the country by combining the efforts of the State and the business sector of the economy on the basis of mutually beneficiary.*

Ключевые слова: государственная политика, инновационная деятельность, правовые нормы.

Keywords: *public policy, innovation, legal norm.*

Основные направления государственной политики в области формирования и развития НИС включают:
создание благоприятной для инновационной деятельности институционально-правовой среды;
перестройка действующих структурно-функциональных блоков

НИС (научного сектора, сферы образования, производственных комплексов), повышения их интегрированности и эффективности в рыночных условиях;

- формирование инновационной инфраструктуры;
- развитие инновационного предпринимательства;
- развитие финансовой инфраструктуры;
- создание мотивационного механизма инновационной деятельности;
- развитие институтов использования и защиты прав интеллектуальной собственности, системы государственной поддержки коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности;
- подготовка кадров для инновационной деятельности;
- модернизация экономики на основе технологических инноваций;
- государственное управление и обеспечение взаимодействия элементов НИС.

Для реализации указанных направлений предполагается в трехмесячный срок после утверждения Концепции НИС разработать План мероприятий по ее реализации на всех уровнях управления и во всех компонентах НИС с указанием исполнителей, сроков, механизмов реализации, правового и финансового обеспечения. В Плате должны быть отражены прежде всего следующие меры:

Создание благоприятной для инновационной деятельности институционально-правовой среды предусматривает:

- дополнение действующих и разработка новых законов и других нормативно-правовых актов о научной, научно-технической и инновационной деятельности, государственной инновационной политике с отражением в них принципиальных вопросов построения и функционирования НИС;

- создание системной законодательной базы для формирования технологической и экономической среды, благоприятствующей инновационному развитию, развитию рыночных институтов и механизмов нововведений, рынка научно-технической продукции;

- определение правовых норм, регламентирующих использование ресурсов систем научно-технической информации для информационной поддержки инновационной деятельности, включая обмен знаниями и технологиями между оборонно-промышленным и гражданским секторами экономики;

- создание правовых условий для консолидации усилий республиканских и региональных органов власти, органов местного самоуправления по формированию инновационной системы;

- доработку правового механизма и создание многоуровневой системы охраны, использования и защиты результатов интеллектуальной деятельности;

правовое обеспечение разработки и реализацию мер налоговой, таможенной, тарифной, ценовой и амортизационной политики, нацеленных на стимулирование коммерциализации и внедрения в производство новых технологий;

создание нормативно-правовой базы, направленной на формирование благоприятной среды для привлечения частных инвестиций для финансирования инновационной деятельности, включая развитие форм совместного финансирования инновационных проектов за счет средств государственного бюджета и средств частных инвесторов;

создание институциональных и правовых условий для развития венчурного предпринимательства в области наукоемких инновационных проектов [1].

По мере развития рыночных отношений, перехода от административных к экономическим методам регулирования экономики возрастает роль мотивации творческого труда и стимулирование высокотехнологичных, конкурентоспособных ИР и инновационной активности. Для создания механизма эффективной мотивации необходимы следующие меры [2]:

совершенствование системы оплаты труда работников бюджетных научных учреждений, включая предоставление права руководителям государственных научных организаций устанавливать работникам, внесшим значительный вклад в развитие науки, разработку и освоение наукоемких технологий и техники, оплату труда без ограничения максимального размера;

пересмотр систем вознаграждения участников инновационного процесса, включая разработку нового порядка премирования за достижения установленных показателей обновления продукции, расширения экспорта (доли рынка) высокотехнологичной продукции; разработку механизма участия в прибыли работников, обеспечивающих ее прирост за счет инновационной деятельности. Для этого необходимо разработать и утвердить методику долевого участия субъектов хозяйствования в интегральном экономическом эффекте от исследований и разработок и использования инновационных проектов;

внесение изменений и дополнений в действующее законодательство, направленные на повышение социального статуса и уровня мотивации научных работников, деятельность которых связана с созданием новых объектов авторского права и права промышленной собственности. Основными из них могут стать: пересмотр системы государственного премирования, включая существенное увеличение размера премий за выдающиеся достижения в области науки и техники; введение доплаты специалистам отраслей промышленности, имеющих

высшую научную квалификацию; расширение объемов строительства жилья для молодых ученых, рационализаторов и изобретателей, в том числе с привлечением ипотечного кредитования; осуществление поддержки (в т.ч. персональной) ученых-ветеранов, внесших выдающийся вклад в развитие приоритетных научных направлений, создание новой техники и технологий, а также ученых высшей категории (кандидатов и докторов наук).

Библиографический список

1. Об инвестициях: закон Республики Беларусь от 12.07.2013 №53-З // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс]. ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2016.

2. О реализации инвестиционного проекта «Экспериментальный многофункциональный комплекс «Минск-Мир»: указ Президента Республики Беларусь от 22.09.2014 № 456 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс]. ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2016

УДК 338.24:63

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Management of innovation in agriculture

¹ Пардабекова Ж.Б., студент

² Ашурметова Н.А., к.э.н., доцент
Pardabekova J.B., Ashurmetova N.A.

¹ Сингапурский институт развития менеджмента
Management Development Institute of Singapore

² Ташкентский государственный аграрный университет
Tashkent State Agrarian University

Аннотация. Инновации являются основным источником роста и прибыльности сельскохозяйственных предприятий. Изучение особенностей инновационной деятельности сельскохозяйственных предприятий позволило выделить основные проблемы экономической адаптации сельскохозяйственных предприятий к инновационному раз-

витию. При этом выявлено, что одной из важнейших проблем в инновационной деятельности является проблема организации этой деятельности, т.е. проблема управления.

***Abstract.** Innovations are the main source of growth and profitability of agricultural enterprises. The study of the characteristics of the innovation activities of agricultural enterprises allowed us to identify the main problems of the economic adaptation of agricultural enterprises to innovative development. It is revealed that one of the most important problems in innovation is the problem of the organization of this activity, i.e. the problem of management.*

Ключевые слова: инновационная деятельность, инновационный процесс, сельское хозяйство, управление.

***Keywords:** innovation activity, innovation process, agriculture, management.*

Одной из актуальных проблем агропромышленного комплекса Узбекистана является инновационный путь развития сельскохозяйственного производства. Мировой практикой доказано, что использование инноваций в экономической деятельности способствует росту производительности труда, экономии различных видов ресурсов, сокращению расходов и снижению себестоимости продукции, наращиванию объемов и, в конечном итоге, повышению эффективности производства. Сущность инновационного развития различных отраслей национального хозяйства не содержит принципиальных различий. Однако в агропромышленном комплексе и, особенно в сельском хозяйстве, характер и основные направления этого процесса существенно отличаются. Такие специфические особенности сельского хозяйства, как сезонность производства и связанный с этим ненормированный характер оборотного капитала, издержек производства и выручки от продажи продукции; зависимость от природно-климатических условий, плодородия земли, роста и развития живых организмов; большая территориальная рассредоточенность, и как следствие, повышенная потребность в энергетических ресурсах, дополнительных средствах производства, формируют особый характер управления инновационным процессом в данной отрасли.

Инновационный процесс в агропромышленном комплексе можно разделить на несколько последовательных этапов, на каждом из которых соответствующими подразделениями решаются определенные задачи. К основным этапам инновационного процесса в сельском хозяйстве относятся исследования, научно-технические разработки, испытания (лабораторные, стендовые, опытно-полевые), подготовка к

производству, производственный эксперимент, заключительная экспертиза (внедрение научно технической разработки), собственно производство, массовое распространение и эксплуатация, завершение использования или модернизация [1].

В инновационном процессе участвуют сами сельскохозяйственные предприятия и такие организационные структуры, как научно-исследовательские организации и образовательные учреждения, органы управления АПК района, региона, обслуживающие и внедренческие формирования различных типов.

Необходимым условием развития инновационных процессов в сельском хозяйстве является инновационная деятельность, которая означает совокупность последовательно осуществляемых действий по созданию новой или улучшенной сельскохозяйственной продукции, усовершенствованной технологии и организации её производства, на основе использования результатов научных исследований и разработок, или передового производственного опыта с целью модернизации производства и выхода на новые рынки.

Инновационная деятельность в отличие от обычной производственной характеризуется:

- большим риском при коммерциализации инноваций (до 50 %);
- необходимостью постоянного контроля за промежуточными этапами внедрения инноваций, чтобы в случае отсутствия конкретных результатов принять решение о прекращении работ;
- сложностью установления зависимости результатов от затраченных ресурсов и размеров инвестиций (в первый период внедрения инновационная продукция может не давать никакой прибыли, а затем прибыль резко возрастает).

Анализ деятельности сельскохозяйственных предприятий показывает, что одной из важнейших проблем в инновационной деятельности является проблема организации этой деятельности, т.е. проблема управления. Сегодня все большее значение приобретает качество управления. От правильно выбранной стратегии управления зависит и правильность выбора приемов управления инновацией, то есть их результативность и эффективность.

Инновационная деятельность в сельском хозяйстве имеет ряд особенностей, которые необходимо учитывать при выборе стратегии управления:

- зональные условия производства, биологическая основа отрасли, сезонный характер производства и другие, которые напрямую влияют на развитие инновационной деятельности;
- многоотраслевой характер сельскохозяйственного производ-

ства предполагает множество видов инноваций, которые классифицируются по ряду характерных признаков;

- аграрный сектор отличается специфической инновационной инфраструктурой, в которую помимо самих товаропроизводителей входят такие субъекты, как научные и учебные учреждения, внедренческие формирования, органы государственной власти и другие;

- инновационная деятельность в сельском хозяйстве отличается многообразием организационных форм, таких как технологические платформы, научно-производственные системы, центры научного обеспечения, информационно-консультационные центры и пункты, агротехнопарковые формирования и другие;

- отсутствие четкого и научно обоснованного организационно-экономического механизма передачи достижений науки сельскохозяйственным товаропроизводителям и, как следствие, существенное отставание отрасли по освоению инноваций в сельскохозяйственное производство.

Важно выделить еще одну важную особенность реализации инновационной политики в сельском хозяйстве, которая заключается в наличие многих малых хозяйств, неспособных реализовать инновационную деятельность самостоятельно в связи с тем, что у них нет для этого необходимых финансовых ресурсов, а самое гласное отсутствуют профессиональные кадры, способные генерировать и продвигать инновационные идеи [2].

Развитие инновационной деятельности сельскохозяйственных предприятий, помимо названных особенностей воспроизводства в данной отрасли, осложнено неприспособленностью прежней системы управления инновациями к новым условиям хозяйствования.

Инновационная деятельность любого предприятия имеет два этапа развития – это креативный (генерация инноваций) и организационный (реализации инноваций). Управление инновационным процессом на креативных этапах необходимо осуществлять в свободном режиме, обеспечивающем свободный доступ к информации, творческий процесс, необходимый для генерирования новых идей. На этом этапе обычно решаются такие задачи, как анализ проблем развития предприятия; поиск инновационных решений выявленных проблем; поиск новых знаний, обеспечивающих решение проблем; создание системы инновационных решений.

Управление инновационным процессом на организационных этапах рекомендуется осуществлять в напряженном режиме, все процедуры и процессы должны быть отлажены, регламентированы, постоянно контролируются [3]. При решении таких задач данного этапа, как определе-

ние исполнителей инноваций; определение новых функций в организационной структуре; разработка концепции и программы инновационной деятельности предприятия; осуществление постоянного контроля реализации инновационных проектов, важная роль принадлежит менеджеру. При этом к менеджеру по инновациям предъявляются особые требования, связанные с виртуозным владением всего набора инструментов управления. Менеджер должен хорошо ориентироваться в различных видах профессиональной деятельности, соответствующей различным фазам инновационного процесса – маркетинг, проектирование, производство, инвестирование и т.д. Он должен быть высококвалифицированным и опытным руководителем, в совершенстве владеющим функциями менеджмента: планирование; организация; координация; мотивация; контроль; представительство; отбор и прием кадров; информационное обеспечение; обеспечение ресурсами [4].

Наряду с менеджером, функции управления технологической подготовкой и научно-техническим развитием производства выполняют отраслевые специалисты: зоотехники, агрономы, ветеринарные врачи, овощеводы, отчасти инженеры, руководители обслуживающих подразделений и др. Для того, чтобы обеспечить разработку и внедрение прогрессивной технологии, связанной с производством конкурентоспособной продукции, данные специалисты выполняют такие функции, как совершенствование технологических процессов, составление технологических карт, планов, инструкций и других материалов; контроль за соблюдением выполнения технических и технологических требований при производстве продукции; организация и проведение профилактических мероприятий; зооветеринарное обслуживание; изучение передового опыта, организация учебы в хозяйстве, исследовательская работа.

Управление технической подготовкой производства, ремонтным, энергетическим, транспортным и другими видами обслуживания осуществляется инженерами-механиками, инженерами-электриками, иными специалистами инженерного профиля. В их задачу входит обеспечение эксплуатационной готовности соответствующих технических средств, четкое и бесперебойное обслуживание подразделений основного производства техническими средствами, всеми видами энергии, транспортом, обеспечение рабочих оборудованием и инструментами, своевременное выполнение необходимых ремонтных работ в ходе производственного процесса [5].

Стоит отметить, что система управления инновационной деятельностью должна быть интегрирована в общую систему управления организацией. Для согласования целей управления инновациями и це-

лей общей системы управления необходимо обеспечить соответствие результатов инновационной деятельности основным параметрам эффективности деятельности организации. Для эффективного управления инновациями на сельскохозяйственных предприятиях необходимо осуществить:

- организацию и развитие коммерциализации результатов инновационных разработок;
- организацию и управление развития центров поддержки инноваций и их инфраструктуры;
- анализ рынков применения инновационных разработок;
- организационное и методическое обеспечение разработки и внедрения инноваций в производство;
- подготовка мероприятий по вовлечению молодых специалистов в проектную работу, связанную с разработкой новой продукции;
- организацию и проведение семинаров, конференций, круглых столов и других мероприятий по управлению [6].

Библиографический список

1. Санду И.С. Организационно-экономические основы инновационных процессов в сельском хозяйстве: монография. М.: МП «Петит», 1998. 198 с.
2. Морозова О.И. Управление инновационным развитием региональных агропромышленных комплексов: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Орел, 2005. 23 с.
3. Белова С.А. Организационно-экономический механизм развития инновационных процессов в отраслях растениеводства (на примере Ульяновской области): дис. ... канд. экон. наук. М., 2011. 137 с.
4. Морозова Г.А. Современные подходы к инновационному развитию // Современное общество и власть. 2016. № 2(8). С. 103-109.
5. Платонов А.В. Эффективность управления инновациями в сельском хозяйстве: монография. М.: Литагент, Кнорусс, 2014.
6. Инновационная деятельность [Электронный ресурс]. URL: <http://center-yf.ru/data/economy/Innovacionnaya-deyatelnost.php> (дата обращения: 25.10.2018).

УДК 631.15:636.22/.28:330.332

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОДХОД В РАЗВИТИИ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Innovative approach to the development of dairy cattle farming enterprise

Петушкова О.В., студент
Кубышкин А.В., к.э.н., доцент
Petushkova O.V., Kubyshkin A.V.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. В статье рассмотрены возможности внедрения инвестиционного проекта развития молочного скотоводства сельскохозяйственного предприятия путем строительства молочно-товарной фермы на 400 голов дойного стада.

Abstract. *The article discusses the possibility of implementing an investment project for the development of dairy cattle farming of an agricultural enterprise through the construction of a dairy farm for 400 head of dairy cattle.*

Ключевые слова: сельское хозяйство, молочное производство, продуктивность коров, бизнес-план, инвестиционный проект.

Keywords: *agriculture, milk production, cow productivity, business plan, investment project.*

На современном этапе в целях обеспечения продовольственной безопасности страны совершенствование организации производства молока является важной задачей, стоящей перед сельскохозяйственными производителями [1, с. 369]. Анализ организации производства молока и ее эффективности проводился на примере МУСП «Радуга» Рославльского района Смоленской области.

Стоимость валовой продукции в МУСП «Радуга» в 2016 году по сравнению с 2014 годом увеличилась в 1,4 раза. Денежная выручка увеличилась в 1,3 раза, в том числе денежная выручка от реализации продукции растениеводства – овощей защищенного грунта также возросла в 1,4 раза. Площадь сельскохозяйственных угодий за анализируемый период не изменилась. Среднегодовая численность работников предприятия увеличилась на 17%, также увеличилось поголовье скота в условных головах на 3%. Среднегодовая стоимость основных средств возросла на 27 %.

Ведущей отраслью МУСП «Радуга» является отрасль овощеводство защищенного грунта с развитым молочно-мясным скотоводством. МУСП «Радуга» характеризуется высоким уровнем специализации (коэффициент специализации 0,73).

Молоко в общем объеме товарной продукции животноводства занимает одно из ведущих мест. Реализация молока обеспечивает более 75% денежной выручки животноводства. Место и значение производства и реализации молока в экономике предприятия представлены в табл. 1.

Таблица 1 – Место и значение производства и реализации молока

Показатели	Удельный вес производства молока в показателях, %					
	МУСП «Радуга»			отрасли животноводства		
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Поголовье животных, усл. гол.	72,81	69,69	72,59	72,81	69,69	72,59
Валовая продукция, тыс. руб.	13,37	17,14	12,33	49,78	58,49	62,81
Товарная продукция в стоимостном выражении, тыс. руб.	11,68	11,31	8,66	76,65	76,93	81,35
Полная себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	11,47	12,70	9,64	61,76	66,80	60,09
Затраты труда, тыс. чел.-ч.	12,09	12,73	13,33	60,47	62,22	60,87

Поголовье животных на 70% составляет молочное стадо. В стоимости валовой продукции молоко имеет значительный удельный вес, более 50% валовой продукции животноводства - молоко, это подтверждает молочное направление специализации предприятия. Отрасль является достаточно трудоемкой - около 1/3 всех затрат труда в животноводстве приходится на молоко. Данная отрасль требует значительных затрат труда и средств, но судя по финансовому результату от реализации молока не оправдывает себя. МУСП «Радуга» получало прибыль от реализации молока за исследуемый период только в 2014-2015 годах.

МУСП «Радуга» полностью обеспечено животноводческими помещениями, имеются резервы для дальнейшего увеличения поголовья коров. Анализ кормовой базы показал, что наличие кормов в хозяйстве является достаточным для эффективного развития молочного скотоводства, но корма не сбалансированы по питательности.

Рассматривая экономическую эффективность производства молока в МУСП «Радуга» следует отметить, что поголовье молочного

стада, в период с 2014 по 2016 годы, значительно не изменилось и составляет 147 голов.

Таблица 2 – Показатели работы фермы

Показатели	Значение показателя
Количество коров, гол	до 500
в т.ч. дойных, гол.	до 438
Надой молока на корову за лактацию 305 дней, кг	8200
Производство молока за год, т	3924
в т.ч. за сутки, т	10,75
Поголовье молодняка на комплексе, гол.	до 808
в т.ч. ремонтные телки 0-24 месяца, гол.	733
бычки 0-2 месяца, гол.	75
Период выхода на производственную мощность, мес.	24
в т.ч. с учетом рисков, мес.	40
Количество производственных объектов, шт.	20
в т.ч. корпусов для содержания скота, шт.	5
Количество доильных залов, шт.	1
Количество машин (без учета навесного оборудования), ед.	9
в т.ч. трактора, ед.	3(4)
Общая площадь фермы, включая подъездные пути и навозохранилище, га	3
Персонал, чел.	34
в т.ч. АУП, чел.	6
Издержки на обслуживание и работу фермы в структуре себестоимости молока, %	<20,0
Необходимая эл. Мощность, кВт	<800
Удельный вес прогрессивного оборудования, %	92
Средняя загрузка оборудования, коэффициент	0,85
Уровень автоматизации и механизации производства, %	95

Продуктивность коров увеличилась в 2016 г. по сравнению с 2014 г. на 9%. Затраты труда на 1 голову на протяжении периода исследования имеют последовательную тенденцию к росту, обратная же ситуация с расходом кормов. Таким образом, динамика внутренних факторов свидетельствует о повышении экономической эффективности производства молока. Но вследствие увеличения цен на материальные ресурсы увеличивается из года в год производственная, а как следствие и коммерческая себестоимость [2, с. 85]. Растет цена реализации молока. Для

дальнейшего развития отрасли молочного скотоводства, прежде всего, необходимо укреплять племенные ресурсы молочных пород [3, с. 41].

Расчет бизнес-плана произведен с помощью программного продукта Project Expert с целью создания современного, технически-оснащенного животноводческого помещения путем строительства молочно-товарной фермы на 400 голов дойного стада в д. Савеево Рославльского района. Проект современной молочно-товарной фермы предусматривает внедрение современных машин и орудий, которые позволят реализовать ресурсосберегающие технологии производства молока и повышения его эффективности [4, с. 250]. Внедряемые технологии производства молока предусматривают содержание коров на ферме как беспривязно, так и без выпаса. Ферма оснащается оборудованием, позволяющее содержать животных в коровниках круглогодично. Раздачу кормов и очистку зданий от навоза, и другие трудоемкие операции на молочной ферме позволяют автоматизировать современное оборудование [5, с. 48; 6., с. 192].

В рамках реализации проекта запланировано перемещение 400 племенных коров черно-пестрой породы молочно-мясного типа. Поступление животных на ферму предусмотрено: в I квартале 2019 года – 400 коров. Показатели работы фермы представлены в табл. 2.

В результате предлагаемых мероприятий производство молока в хозяйстве становится более эффективным.

Проект является рентабельным. Полная окупаемость проекта при заданной ставке дисконтирования наступает через 84 месяца с начала финансирования заемными средствами. Общая сумма инвестиций в проект составляет 50 млн. рублей. Чистый дисконтированный доход при горизонте планирования 10 лет составляет 6,27 млн. руб. Индекс доходности равен 1,12.

Библиографический список

1. Васькин В.Ф., Карагузина Н.Г. Продовольственная безопасность в Российской Федерации // Социально-экономические и гуманитарные исследования: проблемы, тенденции и перспективы развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2016. С. 369-374.

2. Повышение эффективности информационно-консультационного обслуживания сельскохозяйственных предприятий различных форм собственности на основе ценового мониторинга / Б.И. Квитко, Н.М. Белоус, В.Е. Ториков, А.В. Кубышкина, Н.А. Гудина; под ред. Б.И. Квитко. Брянск: БГСХА, 2006. 152 с.

3. Кубышкин А.В. Управление сырьевыми потоками молокоперерабатывающего предприятия на основе принципов логистики (на материалах предприятий молочного подкомплекса Брянской области): дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. М., 2005. 186 с.

4. Соколов Н.А., Кубышкин А.В., Бабьяк М.А. Монополии сдерживают рост производства молочных продуктов // Аграрная наука – сельскому хозяйству: сборник статей XII Международной научно-практической конференции. Барнаул: АГАУ, 2017. С. 248-251.

5. Эффективность малых форм хозяйствования на рынках молока и молочных продуктов / Н.А. Соколов, М.А. Бабьяк, А.В. Кубышкин, А.В. Кубышкина // Вестник Брянской государственной сельскохозяйственной академии. 2017. № 3 (61). С. 44-49.

6. Соколов Н.А., Подольникова Е.М., Храмченкова А.О. Региональный механизм управления производством молочных продуктов в хозяйствах населения // Никоновские чтения. 2016. № 21. С. 190-192.

УДК 658.115.31:637.12:338.24 (470.333)

**ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ
МОЛОКА НА МАТЕРИАЛАХ КОЛХОЗА «БОЛЬШЕВИК»
СТАРОДУБСКОГО РАЙОНА**

Innovative areas to increase the efficiency of production and sale of milk on the materials of the collective farm "Bolshevik" Starodubsky district

Потапова Д.В., студент
Васькин В.Ф., к.э.н., доцент
Potapova D.V., Vaskin V.F.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. В научной статье раскрыты роль, современные особенности развития молочного скотоводства. Проведен анализ экономической эффективности производства и реализации молока, выявлены пути их повышения в колхозе «Большевик» Стародубского района на основе инновационных факторов.

Abstract. *The scientific article reveals the role, modern features of the development of dairy cattle breeding. The analysis of the economic efficiency of the production and sale of milk has been carried out, and ways*

have been identified for raising them on the collective farm “Bolshevik” of Starodubsky district on the basis of innovative factors.

Ключевые слова: молочное скотоводство, факторы роста валового надоя молока, строительство и модернизация животноводческих комплексов молочного направления, продуктивность, качество молока, инновации в молочном скотоводстве, экономическая эффективность производства и реализации молока.

Keywords: *dairy cattle breeding, growth factors of gross milk yield, construction and modernization of dairy cattle-breeding complexes, innovations in dairy farming, productivity, milk quality, economic efficiency of milk production and sales.*

Молочное скотоводство – одна из наиболее важных отраслей животноводства. Оно служит источником таких ценных продуктов питания как молоко, мясо, а так же источником сырья для промышленности. Оснащение населения продовольствием - одна из главных народнохозяйственных задач аграрной политики России. Серьезный смысл в постановлении этой задачи отводится производству молока, которое для снабжения страны собственного производства молочными ресурсами которые нужно поднять не меньше чем в 1,3-1,5 раза [1, 2].

По данным института питания РАМН: « молоко и молочные продукты должны составлять треть суточной потребности человека в пище. Из этих расчетов следует, что человек ежедневно должен потреблять около 1,5 литра молока и молочных продуктов, или 392 кг в год» [3, 6].

Введение специальных экономических мер в августе 2014 года позволило освободить от завозимой продукции часть внутреннего российского молочного рынка, а образовавшуюся нишу успешно начали заполнять отечественные производители, наращивая объемы производства. На текущий момент доля молока отечественного производства составляет около 80% от общей потребности. Недостающие потребности в молоке компенсируются за счет импорта, который составляет порядка 7,5 млн. тонн.

Дальнейшее наращивание объемов производства сдерживается повышением себестоимости производства, недостаточным уровнем технической и технологической модернизации многих предприятий, ограниченным платежеспособным спросом на молочные продукты, а также снижением конкурентоспособности по цене производимой молочной продукции (в сравнении с импортной) из-за повышения себестоимости производства [4].

Таблица – Экономическая эффективность производства и реализации молока в колхозе «Большевик»

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Отчетный в % к:	
				2015 г.	2016 г.
Среднегодовое поголовье коров, гол.	330	330	330	100	100
Валовой надой молока, ц.	17339	17507	17668	101,9	100,9
Среднегодовой удой молока, кг	5254	5305	5354	101,9	100,9
Выход молодняка на 100 коров, гол.	105	94	106	100,9	112,8
Затраты труда на производство 1 ц молока, чел-час	1,38	1,94	1,92	95,7	98,9
Затраты на производство молока, тыс. руб.	27546	30087	29778	108,1	98,9
Затраты на 1 корову, руб.	83473	30087	29788	35,7	99,0
Себестоимость 1 ц молока, руб.	1248	1310	1447	115,9	110,5
Реализовано молока, ц	6976	7476	6480	92,9	86,7
Уровень товарности молока, %	40,2	42,7	36,7	-3,5 п.п.	-6 п.п.
Полная себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	8707	9795	9381	107,7	95,8
1 ц. молока, руб.	1248	1310	1447	115,9	110,5
Выручено от реализации молока, тыс. руб.	12940	14534	13519	104,5	93,0
Цена реализации 1ц молока, руб.	1854,9	1944	2086	112,5	107,3
Прибыль от реализации, тыс. руб.	4233	4739	4138	97,8	87,3
Уровень рентабельности реализации молока, %	48,6	48,4	44,1	-4,5п.п.	-4,3 п.п.

На основе анализа экономической эффективности производства и реализации молока в колхозе «Большевик» Стародубского района были получены следующие результаты. За исследуемый период размеры производства незначительно сократились. Так стоимость валовой продукции снизилась на 5,9%, а выручка от продаж – на 15,1%. Стоимость основных средств так же имеет тенденцию к сокращению. В 2017 г. они уменьшились на 18% по отношению к 2015 г. В хозяйстве среднегодовая численность работников сократилась и на 2017 год составляет 40 человек.

В структуре денежной выручки ведущая роль принадлежит молочному скотоводству – до 56,1%, причем в динамике размер денежной выручки, получаемой от реализации молока, растет. Рентабельным является производство и реализация молока (44,1%) и зерна (5,6%), а убыточными – КРС на мясо (- 30,8%).

В целом анализируемое предприятие характеризуется нормальным финансовым состоянием, однако уровень деловой активности и рентабельности снижается.

Роль производства молока как в целом по организации, так и в отрасли животноводства достаточно велика. Важно то, что этот вид продукции не просто приносит прибыль, но является одним из наиболее доходных для предприятия. Однако эффективность в динамике снижается. Так, общий валовой надой молока за три последних года увеличился всего на 1,9%, а общий размер производственных затрат по молочному скотоводству вырос на 8,1%. Таким образом себестоимость 1 ц. молока увеличилась на 15,9%.

Отрицательным является и тот факт, что темпы роста коммерческой себестоимости опережают темпы роста цены реализации – рост составил соответственно 15,9 и 12,5%.

Таким образом, можно констатировать, что реализация молока остается экономически эффективной, но экономическая эффективность сильно колеблется по годам исследования.

Для повышения эффективности молочной отрасли при производстве молока нами были разработаны конкретные инновационные направления. А именно, предлагаю витаминно-минеральную добавку «Буренка» в виде премикса для молочных коров, нетелей и быков содержит оптимальный набор витаминов и минеральных веществ и Осушители подстилки для животных Drytall Powder Plus (Россия). Внедрение мероприятий эффективно влияет на результаты деятельности в молочном скотоводстве [5].

За счет их использования увеличится среднегодового удоя молока от одной коровы, снизится производственная себестоимости 1 ц молока, рост цены реализации. Общий размер прибыли может возрасти на 7234 тыс. руб., а рентабельность продаж может увеличиться на 12,6 п.п.

Таким образом, предлагаемые мероприятия позволят повысить продуктивность основного стада молочного скота, улучшить качественные свойства молока и снизить себестоимость продукции. Учитывая, что молоко реализуется постоянно, в течение года, получаемая прибыль будет являться важным фактором расширения производства и улучшения материального положения работников.

Весь комплекс мероприятий может быть включен в перспективный план увеличения надоя молока и только в совокупности данные мероприятия с максимальным учетом всех рыночных факторов позволят достичь эффективного производства.

Библиографический список

1. Тихомиров А.И. Экономическая эффективность развития подотраслей животноводства // Экономика сельского хозяйства России. 2018. № 1. С. 76-84.

2. Васькин В.Ф., Васькина Т.И. Современные тенденции развития рынка молочной продукции // Стратегия устойчивого развития экономики регионов: теория и практика: материалы Международной научно-практической конференции. Ч.2. Брянск, 2015. 226 с.

3. Соколов Н.А., Кубышкин А.В., Бабьяк М.А. Монополии сдерживают рост производства молочных продуктов // Аграрная наука – сельскому хозяйству: сборник статей XII Международной научно-практической конференции. В 3 кн. Кн. 1. Барнаул, 2017. С. 248-251.

4. Кузьмицкая А.А. Современные подходы к планированию производства молока // Аграрная наука – сельскому хозяйству: сборник статей XII Международной научно-практической конференции. В 3 кн. Кн. 1. Барнаул, 2017. С. 211-216.

5. Грищенко В.П. Современное состояние производства молока в Красногорском районе Брянской области // Инновационные подходы к формированию концепции экономического роста региона: материалы научно-практической конференции. Брянск, 2013. С.157-161.

6. Коростелёв А.И., Коростелёва О.Н., Рыбикова А.А. Животноводство Брянщины повлияет на снижение нагрузки импортазамещения в регионе // Международный журнал экспериментального образования. 2015. № 4-2. С. 442-443.

7. Национальный союз производителей молока [Электронный ресурс]. URL: <http://www.souzmoloko.ru/> (дата обращения: 15.06.2018).

**УПРАВЛЕНИЕ ВНЕДРЕНИЕМ РЕСУРСОСБЕРЕГАЮЩИХ
ТЕХНОЛОГИЙ КАК ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОГО
РАЗВИТИЯ РАСТЕНИЕВОДСТВА**

*Management of resource saving implementation
technologies as a basis of innovation development of plant*

Приходько В.В., студент
Кувшинов Н.М., д. с.-х.н., профессор
Prikhodko V.V., Kuvshinov N.M.

ФГБОУ ВО «Брянский ГАУ», Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. Ресурсосбережение в аграрном производстве представляет собой комплекс организационных, научных, производственных, технологических и экономических мероприятий. Вопросы ресурсосбережения становятся все более актуальными и востребованными.

Abstract. *Resource saving in agricultural production is a complex of organizational, scientific, industrial, technological and economic measures. Issues of resource saving are becoming more relevant and in demand.*

Ключевые слова: ресурсосбережение, инновации, аграрное производство.

Keywords: *Resource saving, innovation, agricultural production.*

Использование ресурсосберегающих (энергосберегающих) технологий является определяющим фактором развития сельского хозяйства. Это имеет огромное экономическое значение, так как способствует повышению производительности труда и при прочих равных условиях сокращает сроки проведения работ, снижает затраты на единицу продукции.

Технологии с элементами ресурсосбережения включают использование лучших образцов отечественной и зарубежной почвообрабатывающей, посевной и другой техники с применением минеральных и органических удобрений и средств защиты растений в расчете на запланированную урожайность сельскохозяйственных культур. Обязательными приемами энергосбережения являются все агрономические приемы по минимизации обработки почвы.

Главным условием, обеспечивающим повышение экономической эффективности, эффективное совершенствование организации

производства, осуществление необходимых организационно-технических мероприятий, является эффективное управление.

В целом следует признать ведение картофелеводства недостаточно эффективным. Однако предложенные мероприятия позволят существенно улучшить конкурентоспособность картофелеводства в, как и в прежние годы, в организации.

Инновационные технологии с элементами ресурсосбережения с использованием лучших образцов зарубежной почвообрабатывающей, посевной и другой техники с применением минеральных и органических удобрений и средств защиты растений в расчете на запланированную урожайность сельскохозяйственных культур [1, 2, 5]. Обязательными приемами ресурсосбережения являются все агрономические приемы по минимизации обработки почвы. Основным натуральным показателем, характеризующих экономическую эффективность отрасли картофелеводства, является урожайность культуры (табл. 1).

Таблица 1 – Экономическая эффективность проекта

Показатели	Интенсивная технология	Ресурсосберегающая технология	Отклонения, +/-
Площадь посадки, га	100	100	-
Урожайность, ц/га	200	250	+50,0
Произведено продукции, ц	20000	25000	+5000
Затраты на производство всего, тыс. руб.	9544,8	9758,4	-
Производственная себестоимость 1 ц картофеля, руб.	477,2	420,3	-56,9
Затраты труда на 1 ц, чел.-ч	0,25	0,23	92,0
Уровень товарности, %	70	70	-
Количество реализованной продукции, ц	14000	17500	+3500
Полная себестоимость 1 ц картофеля, руб.	534,5	490,5	-44,0
Цена реализации 1 ц, руб.	700	700	-
Выручка от реализации, тыс. руб.	9800	12250	+2450
Прибыль, тыс. руб.	2317,1	3667,1	+1350,0
Рентабельность продаж, %	31,0	42,7	+11,7

Кроме натуральных показателей для выявления экономического эффекта крайне важно знание затрат, обеспечивающих получение этой урожайности.

При переходе от интенсивной к ресурсосберегающей технологии производственная себестоимость снизилась на 8,2% (56,9 руб./ц), а полная себестоимость 1 ц продукции - на 8,3% (44,0 руб./ц). При цене реализации 1 ц картофеля 700 руб./ц стало возможным увеличить выручку от реализации картофеля на 25,0%, прибыль – на 58,2% и рентабельность продаж – на 37,7%.

Затраты на оплату труда с отчислениями на социальные нужды, удобрения, химические средства защиты растений, горюче-смазочные материалы, автотранспорт, электроэнергия, содержание основных средств и прочие затраты на 1 ц картофеля на варианте применения энергосберегающих технологий были несколько меньше чем на варианте применения интенсивной технологии. Так, оплата труда с отчислениями на социальные нужды варианте внедрения энергосберегающей технологии в сравнение с интенсивной снизилась с 37,12 руб. до 34,01 руб. (на 8,4%), стоимость удобрений с 103,9 руб. до 91,14 руб. (на 12,3%), затраты на внесение химических средств защиты растений с 32,65 руб. до 24,62 руб. (на 20,8%), затраты га ГСМ с 46,13 руб. до 35,58 руб. (на 22,9%).

Отмечено незначительное увеличение доли затрат на автотранспорт и электроэнергию, что вызвано большей урожайностью на варианте с энергосберегающей технологией.

Таким образом, эффективность производства картофеля была выше на вариантах применения ресурсосберегающей технологии, в сравнении с интенсивной. Для увеличения конкурентоспособности продукции картофеля необходимо и в дальнейшем осуществлять поиск резервов, как в производственной, так и в коммерческой деятельности на основе повышения инновационного потенциала предприятия и внедрения инноваций.

Энергетическая эффективность производства продукции - показатель, отражающий соотношение между энергией, содержащейся в продукции, и суммарными энергозатратами на ее производство.

Повышение эффективности использования сельскохозяйственной техники, нефтепродуктов, электроэнергии, удобрений и других агротехнических средств совершенно невозможно без учета энергии на единицу сельскохозяйственной продукции. Оценка составляющих систем земледелия и ее составляющих в последние десятилетия основывались главным образом на экономической оценке - себестоимость продукции, чистый доход, рентабельность производства. В последнее

время наряду с экономическими показателями стали широко использовать и энергетические [3, 4, 6, 7].

Расчёт энергозатрат при различных технологиях производства сельскохозяйственной продукции позволяет проводить их объективный выбор по энергетическим критериям. При этом разработка энергетических эквивалентов позволяет наиболее объективно оценивать системы земледелия в целом, так и отдельные технологии и приемы. Энергетический анализ предусматривает сравнение суммарных затрат энергии в процессе производства с количеством энергии, получаемой в продукции, выраженных в сопоставимых единицах (ккал, МДж).

Условно энергетические эквиваленты при изучении технологий подразделяют на три группы: эквиваленты на основные средства, оборотные средства производства и трудовые ресурсы.

Для расчета биоэнергетической эффективности технологий возделывания картофеля нами были составлены технологические карты по возделыванию картофеля, в которых отражали затраты труда в чел/час, расходы горючего и электроэнергии. В расчеты включены все технологические операции от зяблевой обработки почвы после уборки предшественника до уборки и сортировки картофеля. Для пересчета в мегаДжоули (МДж) этих затрат использовали коэффициенты из справочного материала.

Расчет энергетического коэффициента представлен в табл. 2.

Таблица 2 – Влияние различных технологий на биоэнергетическую эффективность

Показатели	Единицы измерения	Технологии	
		интенсивная технология	энергосберегающая технология
Урожайность	ц/га	200	250
Затраты совокупной энергии	ГДж	57,37	61,84
Выход энергии с урожаем сухого вещества	ГДж	72,48	88,17
Приращение валовой энергии	ГДж	15,11	26,33
Коэффициент энергетической эффективности	%	1,26	1,42

Наибольший выход энергии с урожаем сухого вещества картофеля был на варианте с энергосберегающей технологией.

Использование вместо интенсивной технологии энергосберега-

ющей при возделывании картофеля уменьшило затраты совокупной энергии на 4,47 ГДж, увеличило выход энергии с урожаем сухого вещества на 15,69 ГДж, увеличило приращение валовой энергии на 11,19 ГДж и повысило коэффициент энергетической эффективности на 0,16 п.п. в абсолютных и 12,7% - относительных показателях.

Таким образом, применение энергосберегающей технологии в СХПК «Кистерский» является энергетически выгодным и может быть рекомендовано к использованию на всей площади посева картофеля.

Библиографический список

1. Агрегат для возделывания высокостебельных культур: пат. 1794335 Рос Федерация В.Н. Ожерельев, В.Н. Блохин, Ю.П. Густов, Н.М. Кувшинов. 1992.

2. Горбов Н.М., Кувшинов Н.М., Кувшинов М.Н. Об инновационной деятельности предприятий и организаций Брянской области // Вестник Брянского государственного университета. 2012. № 3-1. С. 196-205.

3. Кувшинов Н.М. Влияние разных приемов предпосевной и послепосевной обработки светло-серой лесной почвы на её свойства и урожайность ячменя и картофеля в условиях Северо-Востока Нечерноземной зоны РСФСР: автореф. дис. ... канд. с.-х. наук: 06.01.01 / Научно-исследовательский институт сельского хозяйства Центральных районов Нечерноземной зоны. М.: Немчиновка, 1981. 18 с.

4. Кувшинов Н.М., Косьянчук В.П. Предпосадочная обработка почвы // Земледелие. 1995. № 1. С. 20.

5. Кувшинов Н.М. Устойчивость серых лесных почв к уплотнению и способы его предотвращения // Устойчивость почв к естественным и антропогенным воздействиям: тезисы докладов Всероссийской конференции, посвященной 75-летию Почвенного института им. В.В. Докучаева. М., 2002. С. 109.

6. Кувшинов Н.М., Кувшинов М.Н. Пути решения проблемы энергоэффективности и электросбережения в сельскохозяйственных предприятиях // Вестник Брянского государственного университета. 2014. № 3. С. 288-296.

7. Кузнецов А.Н., Кувшинов Н.М. Совершенствование обработки почвы под картофель // Обработка почвы: труды Горьковского сельскохозяйственного института. Горький, 1980. С. 69-75.

**УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ПРОИЗВОДСТВА И ПУТИ
ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ
В ООО «ССХП «ЖЕНЬШЕНЬ» УНЕЧСКОГО РАЙОНА**
*Management of the production process and ways to improve the
efficiency of activity based on introduction of innovations
in Unechsky district*

Романенко С.В., студент
Грищенко В.П., к.э.н., доцент
Romanenko S.V., Grishchenkova V.P.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. Рассматриваются вопросы повышения эффективности деятельности производства на основе внедрения инноваций.

Abstract. *The issues of improving the efficiency of production through the introduction of innovations are considered.*

Ключевые слова: инновации, женьшень, лапчатка, производство чая, туристические экскурсии.

Keywords: *innovations, ginseng, lapchatka, tea production, tourist excursions.*

Предприятие организовано в сентябре 1992 года в Унечском районе около деревни Пески Брянской области для выращивания и переработки лекарственных растений, включая женьшень.

Выращиваемое сырье лекарственных растений и 20% женьшеня перерабатывается в фиточаи и БАДы, а 80% женьшеня поставляется на ликероводочные заводы для производства водочных женьшеневых настоек.

На данное время на предприятии имеются плантации площадью 2,5 га, где произрастает около 2,5 млн. растений женьшеня различных возрастов. Это около 80% всего женьшеня России, кроме того, посажено 28 гектаров других лекарственных растений, где выращивается по промышленной технологии более 30 видов ценных лекарственных растений.

За эти годы предприятие ООО «ССХП «Женьшень» наладило сотрудничество АО «Брянскспиртпром» г. Брянск, Курской Биофабри-

кой г. Курск, и ряд других предприятий, куда уже несколько лет ООО «ССХП «Женьшень» поставляет корни женьшеня для производства высококачественных водок с женьшенем, таких как «Дальневосточный пришелец», «Панцуй», бальзамов - «Владыка» и «Прометей»; концентрированных основ для производства безалкогольных напитков и добавок к сокам.

Разработана техдокументация 27 видов общеукрепляющих фиточаев из лекарственных растений, 2 вида БАДов седативного, стимулирующего действия для организации производства.

Наряду с выращиванием женьшеня предприятие 20 лет занимается размножением и отработкой промышленной технологии выращивания лапчатки белой. Это уникальное растение обладает способностью лечения всех видов заболеваний щитовидной железы без скальпеля и гормональных препаратов. На сегодня создана маточная плантация лапчатки белой, около 200 тыс. растений, которая позволит ежегодно закладывать до 20 га промышленных плантаций. Брянская промышленная плантация лапчатки белой – пока самая большая в мире. Одновременно с созданием сырьевой базы лапчатки белой, предприятие ищет инвестиции по разработке препаратов и БАДов на ее основе, для лечения заболевания щитовидной железы.

Одним из направленных видов деятельности является имеющееся на предприятии вермиферма красных калифорнийских червей. Они перерабатывают навоз и другие органические отходы в биогумус. Биогумус резко повышает плодородие почв, увеличивает урожайность всех сельскохозяйственных культур на 30-70% без особых дополнительных затрат и без внесения минеральных удобрений, притом вся продукция земледелия, выращенная на биогумусе, считается экологически чистой [1, с. 116-118]. На предприятии с 2002 г. создан жидкий гуминовый препарат «Гумистим» из биогумуса, торфа и лекарственных растений с добавлением микроэлементов и настоя женьшеня. Предприятие работает с сельхозпредприятиями области и другими регионами Российской Федерации и Белоруссии по внедрению «Гумистима».

ООО «Специализированное сельскохозяйственное предприятие «Женьшень» можно отнести к предприятию малого бизнеса.

Сельскохозяйственное производство в хозяйстве ведется эффективно на протяжении 2015-2017 гг. На протяжении анализируемого периода предприятие рентабельно – уровень рентабельности в 2017 году составил 26,9%.

На предприятии в последние годы ухудшилась эффективность использования капитала, оборотных средств, запасов и т.д. Но, несмотря на это, сохраняется устойчивое финансовое положение анализируемого предприятия.

Не смотря на хорошие финансовые показатели на данный момент у ООО «Специализированное сельскохозяйственное предприятие «Женьшень» нулевые инвестиционные возможности.

Мы предлагаем следующие нововведения по выращиванию женьшеня для ООО ССХП «Женьшень» [2, с. 7].

1) Совершенствование способов размножения женьшеня с целью получения однородного посадочного материала, свободного от инфекции.

2) Обработка семян женьшеня гиббереллином заметно повышает всхожесть. С его помощью период теплой стратификации сокращается с 4 до 2 месяцев.

3) В последние годы стал реальным новый путь получения посадочного материала женьшеня на основе вегетативного размножения. Такой способ размножения женьшеня заключается в том, что изолированную покоящуюся почку дезинфицируют и помещают на питательную среду.

4) Инновационная технология выращивания женьшеня, получившая название «агротехника дикого корня» включает такие приемы, как подготовка и обработка почвы, выбор сроков посева и обработок, создание правильного светового режима, борьба с болезнями, сорняками и вредителями.

Однако в настоящее время у предприятия нет свободных денежных средств для внедрения выращивания нового сорта женьшеня по новой технологии. Для анализируемого предприятия чтобы запустить новый проект необходимы инвестиции в размере 75 млн. руб. Поэтому с целью расширения производства анализируемому предприятию необходимо искать инвесторов.

5) Одним из вариантов повышения эффективности деятельности ООО можно предложить производство пакетированного чая. В ООО имеется практически все необходимое. Организация зарегистрирована в налоговой инспекции. Для того чтобы бизнес начал действовать на законных основаниях потребуется пакет документов и разрешений.

Производственные помещения для размещения данного производства есть в хозяйстве. Будущий объект производства следует оборудовать по всем требованиям СЭС, и согласовать проведенные изменения с этим же органом.

Приведенное в порядок помещение рекомендуется разбить на четыре зоны – производственный отсек, комната для персонала, склад готовой продукции, склад сырья.

Мы предлагаем приобрести линию производительностью порядка 120 пакетов в минуту. Для обслуживания небольшого производ-

ственного цеха вполне достаточно 4-5 человек, 2-3 из которых будут осуществлять непосредственно производство и расфасовку продукции. Ключевую роль в процессе работы предприятия будет играть технолог. В его задачи входит составление рецептуры, он также занимается оценкой качества сырья и следит за тем, корректно ли работает оборудование и сотрудники, приставленные к нему. Все остальные организаторские функции будут возложены на руководителя.

Сырье для производства пакетированного чая из трав выращивается на предприятии. В итоге уровень рентабельности производства пакетированного травяного чая составит 61,7 %. Период окупаемости проекта составит 14 месяцев.

Одним из вариантов пополнения бюджета предприятия также может быть организация пеших походов – относительно новое направление в сфере туризма в нашей стране, которое, тем не менее, оценивается специалистами как перспективное и выгодное. Главный недостаток этого вида бизнеса заключается в его ярко выраженной сезонности. И, кроме того, для его начала не требуется большой стартовый капитал [3, с. 39-40; 4, с. 95-98; 5, с. 71; 6, с. 5; 7].

В нашем случае будет тематический маршрут, в котором предусматривается проведение экскурсий длительностью в несколько часов и, в целом, преобладает познавательная направленность. Это будет сезонный маршрут.

Мы предлагаем следующий маршрут экскурсии:

- посещение женьшенария, где в настоящее время находится около 2,5 млн. растений женьшеня различных возрастов;
- посещение площадки вермихозяйства, где размножается и содержится около 20 млн. шт. калифорнийского червя, применяемого для переработки органических отходов животноводства в биогумус;
- посещение цеха по производству «Гумистима» - жидкого гуминового органического удобрения;
- посещение коллекционного питомника, где выращивается более чем 100 видов редчайших лекарственных растений.

Предполагаем, что данные предложения смогут повысить эффективность деятельности предприятия.

Библиографический список

1. Васькин В.Ф., Нестеренко Л.Н., Васькина Т.И. Современное состояние АПК России: тенденции и перспективы // Актуальные вопросы экономики и агробизнеса: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. В 4 ч. Ч. 1. Брянск, 2017. С. 116-122.

2. Грищенко В.П. Организация производства и реализации продукции растениеводства в рыночных условиях (на примере Брянской области) // Стратегия устойчивого развития экономики регионов: теория и практика: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2015. С. 6-8.

3. Глушак Н.В., Грищенко В.П., Репешко Н.А. Научный анализ моделей организации высокотехнологичных инновационных процессов // Креативная экономика. 2013. № 1 (73). С. 35-42.

4. Бизнес-планирование: учебно-методическое пособие / А.А. Кузьмицкая, О.В. Дьяченко, Н.А. Поседейко, Е.Н. Кислова. Брянск: Брянская ГСХА, 2014. 102 с.

5. Сельский туризм как направление устойчивого развития региона / О.А. Швецова, И.В. Кислова, Е.Н. Кислова, Е.М. Подольникова // Вестник Брянской ГСХА. 2017. № 2 (60). С.70-75.

6. Кислова И.В., Кислова Е.Н. Детский агротуризм – перспективное направление развития сельского туризма в регионе // Инновационные технологии управления: материалы Всероссийской научно-практической конференции. Нижний Новгород, 2014. С. 4-7.

7. Иванюга Т.В. Малые предприятия: исторический аспект, итоги деятельности в Брянской области // Социально-экономические и гуманитарные исследования: проблемы, тенденции и перспективы развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2016. С. 300-310.

УДК 330:658

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Management of innovative processes of the enterprise

Семенец А.Н., студент
Дьяченко О.В., к.э.н., доцент
Semenets A. N., Dyachenko O.V.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. В статье рассмотрена сущность понятия «инновационный процесс», правила, алгоритмы управления инновационным процессом на предприятии.

Abstract. *The article considers the essence of the concept of “innovation process”, the rules, algorithms for managing the innovation process in an enterprise.*

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, управление инновационным процессом.

Keywords: *innovation, innovation, innovation process management.*

Инновационный процесс объединяет в себе разработку, освоение и распространение инноваций. Поэтому инновацию, как конечный результат, необходимо рассматривать вместе с инновационным процессом.

Обстоятельства формирования инновационного процесса складываются под влиянием двух ключевых сторон:

1. Влияние рынка на работу конструкторов по созданию новой техники, на процедуру присвоения им доли дополнительной прибыли от реализации инновации, на конкурентную борьбу в области научно-технических разработок и на подбор наиболее привлекательных товаров и услуг;

2. Государственное урегулирование инновационных процессов, имеющих отношение к высоким технологиям. Необходимо воспользоваться такими способами, как: непосредственное нацеливание НИОКР, способ государственных и ведомственных стандартов и их введение [1].

При проведении инновационной деятельности необходимо учитывать следующее:

- а) новая технология появляется во взаимосвязи с другими;
- б) каждая связь складывается из огромного ряда базисных технологий, которые дополняют друг друга;
- в) каждая базовая технология считается центром множества технологий, применяющихся на практике;
- г) базовые технологические процессы - это основа новейших областей промышленности;
- д) прикладные технологические процессы применяются с целью усовершенствования отдельного сектора экономики и их необходимо обязательно использовать предпринимателям [2, 3].

Главным элементом инновационной деятельности является инновационный процесс, анализируемый, как правило, в различных аспектах:

- 1) в качестве одновременно-поочередного осуществления научно-экспериментальной, научно-технологической, инновационной, производственной деятельности и маркетинга;

2) в качестве этапов жизненного цикла нововведения с возникновения мысли вплоть до ее производства и распространения;

3) как процедура финансирования исследования и распространения высококачественно нового типа товара или услуги. В данном случае он представляется в виде инновационного плана как индивидуального случая, зачастую встречающегося в производственной практике инвестиционного плана.

Инновационные процессы исследуются равно как процессы, охватывающие целую научно-технологическую, производственную, маркетинговую работу производителей и, бесспорно, ориентированы на удовлетворение запросов рынка.

Ключевыми элементами инновационного процесса являются:

1. Цель, выражающая предназначение новшества.

2. Проектные заключения (совокупность мероприятий), т.е. координация по части ресурсов и исполнителей с целью свершения определенных ранее целей (в заданный промежуток времени), в границах конкретной цены и качества выполнения.

3. Показатели, отражающие экономический эффект.

Инновационные процессы содержат в себе:

а) комплексное отношение к решению определенной проблемы осуществления инноваций;

б) постоянное (сквозное) управление процедурой формирования, постижения производства и использования инноваций;

в) подбор более результативного осуществления инноваций;

г) сбалансированное распределение ресурсов организации;

д) координацию и оперативное руководство разработкой и введением трудных технических решений (систем).

К правилам управления инновационным процессом относят:

1. Правило избирательного управления, т.е. подбор и осуществление наиболее значимых проблем.

2. Правило всесторонности цикла управления.

3. Правило следования этапам.

4. Правило иерархичности.

5. Правило множества вариантов при выработке административных решений. Инновационные процессы протекают под мощным влиянием неопределённости, которая требует использование различных методов ее преодоления, к примеру, различная структура исполнителей, различная цена разработки и продолжительность исполнения работ, а кроме того мотивация.

6. Правило системности.

7. Правило комплексности.

8. Правило обеспеченности абсолютно всеми нужными ресурсами: экономическими, информационными, вещественными и трудовыми [40].

Рациональной концепции и эффективному управлению инновационными процессами содействует оптимизация издержек на исследование инноваций, сроков осуществления и потенциала рынка.

Ключевыми правилами результативного управления инновациями являются:

- наладка потоков, приносящих данные;
- целеустремленность;
- научную аргументированность;
- обеспечение необходимыми ресурсами;
- поочередность этапов;
- преодоление противодействия;
- взаимосвязь между элементами и др. [4, 5].

Инновационный процесс заключается в получении и продаже изобретения, новейших технологий, типов товаров и услуг, заключений различного характера и иных итогов умственной работы.

У управления инновационными процессами, как и у каждого управленческого процесса есть свой алгоритм.

1. Идея. Осмысленное решение заняться вопросом исследования, а также возникновение интереса к объектам, гарантирующим успех и экономическую пользу.

2. Открытие. Обнаружение наличия ранее неизвестных явлений, материалов, зависимостей, связей, технологий, техники, товаров и услуг.

3. Исследование. На этапе фундаментальных и прикладных исследований и разработок происходит зарождение инновационных идей и появляется возможность использования результатов научной деятельности.

Именно с фундаментальных исследований начинается процедура разработки и изучения новой техники. Цель таких исследований - обнаружение малоизвестных связей между явлениями, а кроме того исследование закономерностей последовательности формирования природы и общества относительно их определенного использования. Они бывают двух типов: теоретические и поисковые. Итоги первых обретают представление в новейших изобретениях, формулировке новейших определений и концепций, исследовании новых концепций. Ключевой задачей поисковых изучений считается выявление новых принципов формирования мысли и технологий.

Прикладные исследования - это этап инновационного процесса,

реализация которого связана с высокой степенью вероятности получения неблагоприятных результатов. При инвестировании средств в проведение прикладных исследований может возникнуть риск потерь. Рискоинвестиции - это такое вложение средств в инновации, которые имеют рискованный характер.

4. Разработка. Преобразование итогов исследования и наблюдений в модель, конструкцию, опытный образец, прототип, чтобы обнаруженные взаимосвязи могли приносить пользу в достижении поставленных целей. Стадия экспериментально-конструкторских и проектно-конструкторских трудов сопряжена с формированием ранее не известного типа продукта или услуги. В него включены следующие этапы: планирование, производство конструкторской документации, производство и проверка образцов. На этом этапе применяют результаты исследований для создания (усовершенствования) новой техники, технологии, материала. Это конечная ступень изучений, трансформация лабораторной информации и опытного изготовления к серийному производству.

5. Изобретение. Обнаружение свойств и признаков инновации, подходящих для получения патента или публикации. Вопросы, решаемые на предварительном этапе инновационного процесса, очень разнообразны - это зависит от сложности инновационного проекта. При формировании и исследовании больших инновационных проектов происходит системное объединение достижений научно-исследовательских разработок, проводимых другими коллективами в различное время, настройка и доработка как единичных подсистем, так и в целом технологий.

6. Внедрение. На данной стадии происходит реализация в жизнь итогов инновационной деятельности. На этой стадии происходит: внедрение на рынок, рост доли рынка, зрелость товара и упадок. В период предсерийного производства ведется экспериментально-конструкторская и испытательная деятельность. Эта деятельность ориентирована на изготовление, восстановление и сервис объектов, нужных для выполнения научного анализа и разработки инноваций.

7. Текущая реализация. Этап серийного изготовления состоит из двух стадий:

- 1) Изготовление нового товара или услуги - прямое производство материализованных результатов научно-технических разработок.
- 2) Реализация покупателям - доставка новейшего продукта вплоть до покупателя.

За формированием инноваций вытекает их употребление покупателем. Жизненный цикл изделия, периоды его подъема и спада ру-

ководство организации должно учитывать уже в начальной стадии процесса. Инновационный процесс не прекращается с внедрением новшества. Данная процедура не завершается и уже после введения, поскольку в соответствии с распространением новшество совершенствуется, становится более результативным, обретает новые качества, важные для потребителя. Именно это раскрывает для него новые сферы использования, рынки, новых покупателей.

Управление инновационным процессом обеспечивает реализацию таких функций как: познавательная, информационная, исследовательская, преобразовательная (совершенствование существующих и разработка принципиально новых объектов и процессов), экономическая, мотивационную, социально-потребительскую (обеспечение населения более совершенными благами, способствующими максимально удовлетворить их потребности), ресурсо- и природосберегающую (разработка технологий, способных обеспечить защиту окружающей среды и экономичное использование природных ресурсов) [6, 7].

Таким образом, мы можем сделать следующее заключение: введение инноваций считается одним из самых весомых качеств на передовых предприятиях. Это дает возможность не только удовлетворять требования покупателя с помощью новых продуктов, но и гарантировать подъем экономики в целом. Помимо этого, инновации – основной компонент в концепции модернизации деятельности предприятия.

Библиографический список

1. Шварова Е.В., Рахматуллоева М.У. Инновационный потенциал как фактор экономической безопасности региона // Экономика и предпринимательство. 2017. № 9-1 (86). С. 206-210.
2. Суровцева Е.С. Управление инновационно-инвестиционными процессами в экологической сфере регионов и их финансовое обеспечение: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. Орловский ГАУ, 2006. 261 с.
3. Соколов Н.А., Подольникова Е.М., Швецова О.А. Управление агропромышленной интеграцией зернопродуктового подкомплекса региона // Вестник Брянской ГСХА. 2016. № 3 (55). С. 9-14.
4. Суровцева Е.С. Перспективы развития и модернизация отраслей промышленности и сельского хозяйства в рамках реализации концепции устойчивого развития в современной России // Экономическое развитие отраслей народного хозяйства в рыночных условиях: сборник научных материалов. Киров, 2003. С. 147-150.
5. Иванюга Т.В. Малые предприятия: исторический аспект, итоги деятельности в Брянской области // Социально-экономические и

гуманитарные исследования: проблемы, тенденции и перспективы развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2016. С. 300-310.

6. Гизатулин И.А., Хохрина О.М. Стратегическое управление предприятием // Актуальные проблемы состояния экономики региона: взгляд молодых: материалы студенческой научно-практической конференции. Брянск, 2013. С. 253-255.

7. Кирдищева Д.Н. Обоснование направлений инновационного развития молочного скотоводства // АПК: регионы России. 2012. № 4. С. 53-56.

УДК 338.24:633/635 (470.333)

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В РАСТЕНИЕВОДСТВЕ НА МАТЕРИАЛАХ**

ООО «КРАСНЫЙ ОКТЯБРЬ» СТАРОДУБСКОГО РАЙОНА

*Improving innovation in crop production on materials LLC "Red October"
Starodubsky district*

Татьянок В.А., студент
Васькин В.Ф., к.э.н., доцент
Tatianok V.A., Vaskin V.F.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. В научной статье раскрыты современные особенности использования инноваций в повышении экономической эффективности производства и реализации продукции растениеводства. Проведен анализ экономической эффективности производства и реализации продукции растениеводства, представлены основные направления повышения экономической эффективности на материалах ООО "Красный Октябрь".

Abstract. *The scientific article reveals the modern features of the economic efficiency of production and sales of crop products. The analysis of the economic efficiency of production and sales of crop production, presents the main directions of improving economic efficiency on the materials of LLC "Red October".*

Ключевые слова: экономическая эффективность, особенности производства и реализации продукции растениеводства, инновации в

растениеводстве, показатели экономической эффективности в растениеводстве, проект по переработке зерна.

***Keywords:** economic efficiency, features of production and sales of crop production, innovations in crop production, indicators of economic efficiency in crop production, a project for the processing of grain.*

В условиях рыночной экономики инновации являются инструментом соперничества, повышают конкурентоспособность и устойчивость развития того или иного хозяйствующего субъекта. Инновация является конечным материализованным результатом инновационной деятельности, и обеспечивается вложениями капитала в открытия, изобретения, новые методы удовлетворения общественных потребностей и новые методы управления [1, 2].

Инновационный процесс – это последовательность процессов, в ходе которых новшество превращается из идеи в конкретный продукт, технологию или услугу и распространяется в хозяйственной практике.

Эффективность инновационного развития организации как целостной системы определяется двумя сферами. Внешняя среда является источником факторов производства и информации (ресурсов), характеристики внутренней среды определяют способность преобразования этих ресурсов в продукцию.

ООО «Красный Октябрь» имеет пригородное местоположение, хорошо развитую социальную и производственную инфраструктуру, имущественный комплекс в 1407336 тыс. рублей.

Предприятие является довольно крупным, рентабельным, вертикально интегрированным, имеющим собственный цех по переработке сельскохозяйственной продукции. Ресурсный потенциал предприятия довольно значителен, в 2017 году площадь сельхозугодий составила 8851 га; численность работников 457 человек; стоимость основных фондов 575802 тыс. руб. Реализация зерна принесла в 2017 году прибыль в сумме 63246 тыс. руб., при рентабельности в 108,5%.

В условиях рыночной экономики инновации являются инструментом соперничества, повышают конкурентоспособность и устойчивость развития того или иного хозяйствующего субъекта. Инновация является конечным материализованным результатом инновационной деятельности, и обеспечивается вложениями капитала в открытия, изобретения, новые методы удовлетворения общественных потребностей и новые методы управления.

Инновационный процесс – это последовательность процессов, в ходе которых новшество превращается из идеи в конкретный продукт, технологию или услугу и распространяется в хозяйственной практике.

Эффективность инновационного развития организации как целостной системы определяется двумя сферами. Внешняя среда является источником факторов производства и информации (ресурсов), характеристики внутренней среды определяют способность преобразования этих ресурсов в продукцию [3].

За 2015-2017 гг. размеры производства ООО «Красный Октябрь» увеличились. Так стоимость валовой продукции в действующих ценах выросла на 20,8%, а выручка от ее реализации повысилась на 2,2%. По количеству работников хозяйство можно отнести к крупным сельскохозяйственным предприятиям области.

В 2015-2017 гг. ООО «Красный Октябрь» относился к группе специализированных предприятий. Специализация – молочно-картофелеводческая с развитым производством зерна.

Инновационный потенциал организации рассмотрели по основным компонентам, имеющим различное функциональное назначение: материально-технические, информационные, финансовые, человеческие и другие виды ресурсов.

Персонал организации как инновационный ресурс характеризуют уровень профессиональной подготовки, обучаемость и инновационность персонала. Высокий профессиональный и образовательный уровень работников – необходимое условие его инновационности. На 01.01.2017 г. преобладающей возрастной категорий среди служащих ООО «Красный Октябрь» является от 30 до 55 лет. В хозяйстве на 01.01.2017 г. высшее профессиональное образование имели 52 служащих (73,2%), в том числе восемь руководителей и 44 специалиста и 19 служащих – среднее профессиональное образование. Служащие ООО «Красный Октябрь» сформированы из лиц с достаточно большим трудовым стажем, имеющим опыт работы в сельскохозяйственном производстве.

Важной составляющей инновационного потенциала организации является достигнутый технико-технологический уровень производства. При анализе технико-технологического уровня изучили основные средства предприятия. В ООО «Красный Октябрь» коэффициент износа основных средств в 2015-2017 гг. составил 0,416-0,450 п. и превысил установленное нормативное значение (0,25-0,30), что характеризует неудовлетворительное их техническое состояние.

Важнейший фактор, предопределяющий качества выпускаемой продукции (услуг) на предприятии – состояние технологии производства. Так как основным видов продукции, производимой в организации, является молоко, технологию производства рассмотрели на данном виде продукта. В современных условиях все основные технологические операции при производстве молока в ООО «Красный Октябрь» механизированы, в частности кормление, доение, уборка навоза и поение.

В качестве инновационного ресурса предприятия большое значение имеют соответствующие организационные структуры и система управления. Все звенья управления тесно взаимодействуют друг с другом, оперативно и качественно решая поставленные задачи.

Основным инновационным ресурсом любой организации в настоящее время являются нематериальные активы, которыми она располагает. В современных условиях в ООО «Красный Октябрь» отсутствуют нематериальные активы. Организация не имеет результатов исследований и разработок и не имеет научно-технических заделов в виде незавершенных инновационных проектов [3, 4, 5].

Весомая составная часть инновационного потенциала предприятия – наличие эффективных инновационных коммуникаций, позволяющих обеспечить комплексное взаимодействие между всеми участниками инновационной деятельности в ходе выполнения соответствующих этапов инновационного процесса. В настоящее время в ООО «Красный Октябрь» для обеспечения взаимодействия между участниками инновационной деятельности имеются стационарные телефоны, компьютеры с доступом к интернет-ресурсам.

Общее условие успешности инновационной деятельности – достаточное финансирование. Для определения комплексного показателя, характеризующего финансовое состояние, исследуемой организации использовали расчет рейтингового числа. Согласно проведенным расчетам в 2015-2017 гг. предприятие имело удовлетворительное финансовое состояние, так как значения рейтингового числа превышали установленное нормативное ограничение (1,0). Негативным моментом в финансовом состоянии ООО «Красный Октябрь» является уменьшение рейтингового числа в 2017 г. по отношению к 2015 г. на 1,33 п.

Для выявления инновационных возможностей организации оценили финансовую устойчивость предприятия. В 2015-2017 гг. ООО «Красный Октябрь» имело абсолютную устойчивость и высокие инновационные возможности, для которых характерна высокая обеспеченность собственными ресурсами, то есть реализацию стратегий инновационного развития предприятие может осуществлять без внешних заимствований. Рекомендуемой стратегией инновационного развития является «Лидер – освоение новых технологий».

Так как в анализируемой организации одним из основных видов продукции является зерно-сырье в качестве инновационного мероприятия для переработки зерна предлагаем закупить мини завод фирмы Пекарь. При приобретении хозяйством модульного завода по переработке зерна выручку на предприятии может увеличиться на 2,7%. Рентабельность продаж повышается на 1,0 п.п. в результате роста прибы-

ли от продаж на 7,9%. Срок окупаемости мини завода по переработке зерна составит 1 год 3 месяца.

Библиографический список

1. Ушачев И.Н. Стратегические направления устойчивого развития агропромышленного комплекса России // АПК: экономика, управление. 2016. № 11. С. 15.

2. Васькин В.Ф., Нестеренко Л.Н., Васькина Т.И. Современное состояние АПК России: тенденции и перспективы // Актуальные вопросы экономики и агробизнеса: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции (17 марта 2017 г.). В 4 ч. Ч. 1. Брянск, 2017. С. 116-122.

3. Грищенкова В.П., Федотенков Д.Г. Логистические риски в развитии транспортно-логистического кластера приграничного региона // Экономика и предпринимательство. 2015. № 3 (56). С. 390-395.

4. Кузьмицкая А.А. Современные подходы к планированию производства молока // Аграрная наука – сельскому хозяйству: сборник статей XII Международной научно-практической конференции. В 3 кн. Кн. 1. Барнаул, 2017. С. 211-216.

5. Коростелева О.Н., Кубышкин А.В. Проблемы развития хозяйств населения Брянской области // Путеводитель предпринимателя. 2018. Вып. XXXVII. С. 121-128.

6. Кузьмицкая А.А. Особенности и основные направления развития стратегического планирования на предприятиях АПК // Инновации в экономике, науке и образовании: концепции, проблемы, решения: материалы Международной научно-методической конференции. Брянск, 2014. С. 95-98.

7. Соколов Н.А., Подольникова Е.М., Швецова О.А. Управление агропромышленной интеграцией зернопродуктового подкомплекса региона // Вестник Брянской ГСХА. 2016. № 3 (55). С. 9-14.

**КОНКУРЕНТНЫЕ ПРОЦЕССЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ
МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ПРИ ОСВОЕНИИ
ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

*Competitive processes at the enterprises of the dairy industry
in the development of innovative technologies*

Усова И.В., студент
Кувшинов Н.М., д.с.-х.н., профессор
Usova I.V., Kuvshinov N.M.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. Конкурентоспособность – показатель, интересующий как потребителя, так и производителя продукции. Потребитель заинтересован в приобретении продукции, в полном объеме удовлетворяющей его потребностям с точки зрения свойства и цены, а производитель заинтересован в том, для того чтобы его продукция была продана, чтобы достичь желаемого результата она обязана быть высочайшего свойства и обладать минимальной ценой. Достичь этого компромисса возможно только при модернизации производства через инновационные технологии.

Abstract. *Competitiveness-an indicator of interest to both the consumer and the manufacturer of products. The consumer is interested in purchasing products that fully meet his needs in terms of properties and prices, and the manufacturer is interested in the fact that its products were sold in order to achieve the desired result, it must be of the highest quality and have a minimum price. To achieve this compromise is possible only with the modernization of production through innovative technologies.*

Ключевые слова: Инновации, конкурентоспособность, упаковка молочной продукции.

Keywords: *innovation, competitiveness, packaging of dairy products.*

Конкуренция в отрасли возникает потому, что у одного либо нескольких формирований находится вероятность осуществления лучше удовлетворить покупающего пользователя за счёт увеличения их деятельности, а также и долевой составляющей на рыночной площадке. Конкуренция внутри отрасли возникает тогда, когда поставщики испытывают конкурирующее давление, формируемое борьбой за конкурентоспособные привилегии и повышения рыночного положения. Это характерно и для предприятий молочной продукции.

Конкурентные преимущества предприятий будут нарастать с увеличением их инновационной активности [2], модернизации производства [1, 4, 6] и при протекционизме государства [3, 5].

Предметом исследования является управление конкурентоспособностью молочной продукции. Объектом исследования выступает ЗАО «Карачевмолпром» г. Карачев. Предприятие является среднетипичным для молочной промышленности региона.

Предприятия молочной промышленности региона переживают не лучшие времена. Так в 2017 г. по отношению к 2015 году в ЗАО «Карачевмолпром» выручка от реализации продукции сократилась на 46,33%, стоимость валовой продукции – 45,04%. Это объясняется тем, что объем выпускаемой продукции и ее сбыт уменьшились. За 2015-2017гг. производительность труда по валовой продукции снизилась на 36,54 %. Денежная выручка в расчете на 1 работника также уменьшалась на 38,02 %, а чистая прибыль - на 54,38 %.

Такие экономические показатели работы предприятия пока что не дают возможность получать прибыль, привлекать заемные средства в нужных объемах, не способствуют привлечению инвесторов.

Необходимо в кратчайший срок разработать и внедрить комплекс мер, позволяющих повысить эффективность производства на предприятии. К ним можно отнести: обновление основных производственных фондов; -рост объемов инвестиций [3,5];-модернизацию отрасли и использование инноваций [1, 2, 4, 6, 7]. Нами предложены мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия.

Одним из главных факторов в конкурентоспособности продукции ЗАО «Карачевмолпром» является узнаваемая торговая марка «Щедрая Буренушка – только натуральное и свежее молоко и молочные продукты!». Для демонстрации своей продукции предприятие имеет свой веб-сайт в интернете с адресом: <http://www.kmpr.ru>.

Продукты необходимо продавать в упаковке, отвечающей многим требованиям. Предлагая новую упаковку для своей продукции, мы учитывали следующие факторы: упаковка должна быть легкой и удобной, продукт в ней должно быть удобно, брать с собой, упаковка должна легко открываться и закрываться, быть безвредной. Пластиковая бутылка (упаковка ПЭТ) отвечает всем этим критериям. Она имеет ряд преимуществ:

1. низкое поглощение влаги и запаха;
2. влаго- и жиростойчивость;
3. термостойкость (бутылку можно подвергать как охлаждению, так и нагреву без вреда для продукта;

4. герметичность;
5. легкость (пластиковая бутылка 0,93 л легче стеклянной более чем в 7 раз);
6. устойчивость к воздействию кислот;
7. высокие газобарьерные и электроизоляционные свойства и др.

На предприятии отсутствует оборудование для упаковки в пластиковую тару. Поэтому требуется закупка нового вида оборудования.

Предполагаемая для приобретения линии розлива в ПЭТ бутылки, представлено на рисунке.



Рисунок – Линия розлива в ПЭТ бутылки

Основные технические характеристики данного оборудования представлены в табл. 1.

В современных условиях стоимость предполагаемой линии по разливу молока в ПЭТ-емкость составляет 570 тыс. руб.

В расчетах предусматриваем транспортные расходы в размере 5% от стоимости оборудования, следовательно, предприятию потребуется на доставку оборудования средства в размере 29 тыс. руб.:

$$570000 \text{ руб.} * 0,05 = 29000 \text{ руб.}$$

Таблица 1 –Технические характеристики линии розлива
в ПЭТ бутылки

Наименование	FlowMatic 12/12/4
Производительность 500 ml	5200
Производительность 1000 ml	4200
Количество ополаскивающих форсунок:	12
Количество наполнительных кранов:	12
Количество укупорочных головок:	4
Потребляемая мощность, кВт	1,2
Напряжение, Гц	50
Управляющее напряжение	24 VDC
Масса, кг	460 кг.

Предусматриваем стоимость монтажа оборудования в размере 20% от стоимости оборудования, соответственно на монтаж оборудования потребуется средства в размере 114 тыс. руб.:

$$570000 \text{ руб.} * 0,20 = 114000 \text{ руб.}$$

Общие затраты на оборудование составляют 143 тыс. руб.:

$$114 \text{ тыс. руб.} + 29 \text{ тыс. руб.} = 143000 \text{ руб.}$$

Рассчитаем затраты на электроэнергию. Потребляемая мощность машин составляет 1,2 кВт, а стоимость 1 кВт электроэнергии – 7,5 руб. Тогда затраты на электроэнергию составят:

$$38880 \text{ руб.} 1,2\text{кВт} * 7,5 \text{ руб.} * 12 \text{ час.} * 360 \text{ дней} = 38880 \text{ руб.}$$

Предусматриваем, что срок использования оборудования будет составлять 10 лет. Годовая сумма амортизации составит 14300 руб.:

$$143000 \text{ руб.} * 0,10 = 14300 \text{ руб.}$$

Таким образом, при внедрении линии по разливу молока в ПЭТ бутылки себестоимость продаж молока увеличивается на 9178180 руб.

Прогнозируем увеличение цены реализации молока 3,2% в ПЭТ-емкостях на 15 руб. выше по отношению к цене реализации молока 3,2% в мягкой полиэтиленовой упаковке.

С учетом повышения цены на молоко 3,2% дополнительная выработка может составить 27375 тыс. руб.:

1825000 бутылок * 15 руб. / 1000 = 27375000 руб.

Проектные изменения экономических показателей деятельности предприятия приведены в табл. 2.

Согласно приведенным расчетам при внедрении линии по разливу молока 3,2% в ПЭТ-емкости возможно увеличение выручки на 3,1%, прибыли от продаж – 55,1% и рентабельность на 2,96 п.п.

Таблица 2 – Проектные изменения экономических показателей деятельности предприятия

Показатели	Факт 2017 г.	Проект 2018 г.	Отклоне- ния (+;-)
Выручка, тыс. руб.	561124	588499	27375
Себестоимость продаж, тыс. руб.	544505	553683	9178
Коммерческие расходы, тыс. руб.	1384	1384	0
Прибыль от продаж, тыс. руб.	15235	33432	18197
Рентабельность продаж, %	2,72	5,68	2,96

Приобретение нового оборудования для упаковки молока в ПЭТ бутылки позволит увеличить конкурентные качества производимой продукции и повысить конкурентоспособность ЗАО «Карачевмолпром» на рынке молочной продукции.

Библиографический список

1. Агрегат для возделывания высокостебельных культур: пат. 1794335 Рос Федерация / В.Н. Ожерельев, В.Н. Блохин, Ю.П. Густов, Н.М. Кувшинов. 1992.

2. Горбов Н.М., Кувшинов Н.М., Кувшинов М.Н. Об инновационной деятельности предприятий и организаций Брянской области // Вестник Брянского государственного университета. 2012. № 3-1. С. 196-205.

3. Кувшинов Н.М., Кувшинов М.Н. О господдержке сельского хозяйства на территориях, подвергшихся радиоактивному загрязнению в результате аварии на Чернобыльской АЭС // Вестник Брянского государственного университета. 2010. № 3. С. 131-139.

4. Кувшинов Н.М., Кувшинов М.Н. Пути решения проблемы энергоэффективности и электросбережения в сельскохозяйственных предприятиях // Вестник Брянского государственного университета. 2014. № 3. С. 288-296.

5. Кувшинов Н.М. Кувшинов М.Н. Возможности импортозамещения растениеводческой продукции в Брянской области в условиях мирового кризиса и объявлении санкций против России // Социально-экономические и гуманитарные исследования: проблемы, тенденции и перспективы развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2016. С. 178-187.

6. Кузнецов А.Н., Кувшинов Н.М. Совершенствование обработки почвы под картофель // Обработка почвы: труды Горьковского сельскохозяйственного института. Горький, 1980. С. 69-75.

7. Соколов Н.А., Подольникова Е.М., Храмченкова А.О. Региональный механизм управления производством молочных продуктов в хозяйствах населения // Никоновские чтения. 2016. № 21. С. 190-192.

**СЕКЦИЯ 2.
ТЕХНОЛОГИИ АНТИКРИЗИСНОГО
УПРАВЛЕНИЯ**

**УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ**

Management of financial-economic activity of the organization

Беликов И.О., студент
Репникова В.И. ассистент
Belikov I.O., Repnikova V.I.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. В статье изложены современное состояние и основные направления совершенствования финансового состояния и хозяйственной деятельности организации.

Abstract. *The article describes the current state and the main directions of improving the financial condition and economic activities of the organization.*

Ключевые слова: ликвидность, финансовая устойчивость, деловая активность, рентабельность, финансовое состояние, собственный и заемный капитал.

Keywords: *liquidity, financial stability, business activity, profitability, financial condition, equity and debt capital.*

Анализ финансового состояния предприятия необходимо проводить не только в случаях экономических затруднений, но и для того, чтобы их предвидеть, избежать, наиболее рационально использовать долгосрочные, нематериальные, текущие (оборотные) активы, собственный и заемный капитал.

Объектом исследования является ООО «Хлебокомбинат».

Стоимость имущества в течение анализируемого периода увеличивается на 14,0%, что обусловлено значительным увеличением стоимости основных средств, при снижении стоимости оборотных средств. Среднегодовая численность работников предприятий в 2017 году увеличилась на 5 человек и средняя заработная плата на 1373 руб. то есть на 10,0%, что незначительно по сравнению с ростом цен.

Производительность труда в 2017 году увеличилась на 21,8%, что обусловлено более высоким ростом выручки, по сравнению с увеличением численности работников.

Баланс предприятия является относительно неликвидным. Не со-

блюдается только первое неравенство во всех анализируемых годах, т.е. наиболее ликвидных значительно меньше, чем наиболее срочных обязательств, при выполнении второго, третьего и четвертого условия.

Предприятие за данный период является неплатежеспособным. Величина краткосрочных обязательств увеличивается, но снижается величина имеющихся оборотных средств, но не происходит превышение краткосрочных обязательств над оборотными активами, что положительно. Относительные показатели ликвидности указывают на то, что в краткосрочной перспективе предприятия неплатежеспособно, так как коэффициенты абсолютной и критической ликвидности ниже нормативных значений и к тому же они снижаются.

Предприятие является финансово устойчивым, поскольку все показатели характеризующие финансовую устойчивость выше нормативного значения и к тому же все показатели указывают на то, что предприятие кроме собственных средств использует и заемные.

Деловая активность предприятия увеличивается незначительно, поскольку увеличивается коэффициент оборачиваемости активов, кредиторской и дебиторской задолженности, материально-производственных запасов и собственного капитала, при снижении оборачиваемости основных средств, что обусловлено более значительным ростом выручки от реализации продукции, по сравнению с ростом ресурсов.

В течение анализируемого периода уровень рентабельности повышается, в том числе увеличивается рентабельность продукции и рентабельность продаж.

Уровень рентабельности всего капитала, собственного капитала и заемного капитала определяется по чистой прибыли и в результате того, что чистая прибыль увеличивается, и за счет менее значительного увеличения ресурсов уровень рентабельности этих средств повышается.

Для повышения уровня доходов предприятия необходимо провести следующие мероприятия:

- расширить ассортимент продукции;
- провести рекламную кампанию реализуемой продукции;
- увеличить объем продаж продукции;
- сократить издержки обращения на единицу продукции.

Для увеличения объема производства и реализации продукции необходимо расширение ассортимента выпускаемой продукции. Например предлагается производить хлеб йодированный и производство элитных видов хлеба с различными видами добавок.

Используя анализ реальных и потенциальных потребителей продукции, работ и услуг ООО «Хлебокомбинат», активную реклам-

ную деятельность, можно повысить загруженность мощностей до 75,0%, то есть выручка должна увеличиться на 12,5%.

При этом необходимо учесть, что для этого необходимы дополнительные затраты. Для разработки и внедрение программы по расширению объема производства необходимо привлечение средств государственной поддержки для модернизации и реконструкции производства.

Часть полученной прибыли планируется направить на реконструкцию и модернизацию основных средств, в том числе необходимо приобрести новую линию по производству новых видов хлеба.

Полученные в результате предложенных мероприятий показатели финансовой устойчивости указывают на то, что предприятие станет более финансово-устойчивым. Необходимо констатировать положительные сдвиги, также как рост коэффициента независимости, увеличение величины соотношения собственного и заемного капитала и к тому же они будут гораздо выше норматива.

Собственный капитал предприятия увеличится за счет части прибыли предприятия. Заемный капитал наоборот снизится за счет покрытия чисти заемных средств прибылью.

Значение коэффициентов ликвидности так же увеличивается, что обусловлено наличия денежных средств в балансе предприятия и снижением величины оборотных активов.

Рост показателей хозяйственной деятельности приведет к росту обобщающих показателей экономической эффективности деятельности предприятия, а именно показателей рентабельности.

Библиографический список

1. Коростелева О.Н., Коростелев А.И., Рыбикова А.А. Нормативная потребность человека в пищевых веществах и энергии, и их фактическое потребление населением Брянской области // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2012. № 4. С. 108-110.

2. Коростелева О.Н., Рыбикова А.А. Методы определения уровня бедности и его уровень в Брянской области // Никоновские чтения. 2016. № 21. С. 76-78.

3. Рыбикова А.А., Коростелёва О.Н., Коростелёв А.И. Потребление на душу населения Брянской области основных продуктов питания // Международный журнал экспериментального образования. 2015. № 3-2. С. 64-65.

4. Коростелева О.Н. Формирование доходов работников сельскохозяйственных производственных кооперативов: дис. ... канд. экон.

наук / Брянская государственная сельскохозяйственная академия. М., 2002. 209 с.

5. Кузьмицкая А.А., Кулакова Т.М. Основные направления совершенствования работы по внутрипроизводственному планированию на сельскохозяйственных предприятиях // Вестник Брянской ГСХА. 2012. № 3 (2012). С. 39-42.

6. Дьяченко О.В. Методические основы анализа условий хозяйствования и уровня экономического развития сельскохозяйственных предприятий // Актуальные вопросы экономики и агробизнеса: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. В 4 ч. Ч. 2. Брянск, 2017. С. 90-96.

7. Коростелева О.Н., Казиминова Т.А. Производство и потребление плодовых и ягодных культур в Брянской области // Путеводитель предпринимателя. 2018. № 37. С. 113-120.

УДК 631.16 (476)

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРАТКОСРОЧНЫХ АКТИВОВ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Efficiency of the use of short-term assets in agricultural organizations of the Republic of Belarus

Ильеня Д.В., магистрант
Петракович А.В., к.э.н., доцент
Ilyenia D.V., Petrakovich A.V.

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия», Республика Беларусь
Belarusian State Agricultural Academy

Аннотация. В данной статье проанализированы показатели, характеризующие эффективность использования краткосрочных активов в сельскохозяйственных организациях Республики Беларусь. Рассмотрены направления повышения эффективности использования краткосрочных активов, с учетом специфики аграрной отрасли.

Abstract. *In this article the indicators characterizing efficiency of use of short-term assets in the agricultural organizations of Republic of Belarus are analysed. The directions of increase in efficiency of use of short-term assets, taking into account specifics of agrarian branch are considered.*

Ключевые слова: краткосрочные активы, эффективность, оборачиваемость краткосрочных активов, продолжительность одного оборота.

Keywords: *short-term assets, efficiency, turnover of short-term assets, the duration of one turnover.*

Краткосрочные активы составляют основу деятельности любой организации вне зависимости от форм собственности и организационной структуры и являются неременным условием для осуществления организацией хозяйственной деятельности. Наличие краткосрочных активов в достаточных размерах является необходимой предпосылкой для нормального функционирования субъектов аграрного бизнеса в условиях рыночной экономики.

Краткосрочные активы занимают большой удельный вес в общей сумме средств, которыми располагает субъект хозяйствования, таким образом, обеспеченность предприятия краткосрочными активами и эффективность их использования оказывает существенное влияние на производственный процесс, бесперебойность, ритмичность работы предприятия, устойчивость и результативность финансовой деятельности. Поэтому в процессе анализа изучается структура краткосрочных активов, размещение их в сфере производства и в сфере обращения, эффективность их использования [1, с. 23].

Таблица – Показатели оборачиваемости и эффективности использования краткосрочных активов в сельскохозяйственных организациях Республики Беларусь за 2015-2017 гг.

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Отклонение (+,-) 2017 г. к 2015 г.
Коэффициент оборачиваемости краткосрочных активов	1,08	1,05	1,12	0,04
Продолжительность 1 оборота, дн.	338	348	326	-12 дней
Коэффициент загрузки средств в обороте	0,93	0,95	0,89	-0,04
Вовлечение (высвобождение) средств из оборота, тыс. руб.	-	119768	-423850	-

Примечание: расчёты автора на основе данных сводных бухгалтерских балансов сельскохозяйственных организаций Республики Беларусь за 2015-2017 гг.

Для измерения оборачиваемости краткосрочных активов в сельском хозяйстве рассчитывают общеотраслевые коэффициенты – коэффициент оборачиваемости, продолжительность одного оборота (в днях), коэффициент загрузки краткосрочных активов в оборот [2, с.65]

Для изучения эффективности использования краткосрочных активов в сельскохозяйственных организациях Республики Беларусь были проанализированы показатели оборачиваемости и эффективности их использования. Наглядно данные анализа представлены в таблице.

Анализируя данные таблицы можно сделать вывод, что в сельскохозяйственных организациях Республики Беларусь наметилась тенденция ускорения оборачиваемости краткосрочных активов, так как коэффициент оборачиваемости увеличился на 0,04 п.п. и продолжительность одного оборота сократилась в 2017 г. по сравнению с 2015 г. на 12 дней. Сельскохозяйственными организациями в 2016 г. по сравнению с 2015 г. дополнительно вовлечено в оборот 119768 тыс. рублей, при этом в 2017 г. по сравнению с 2016 г. было высвобождено 423850 тыс. рублей.

В то же время применяемая методика оценки эффективности краткосрочных активов не позволяет сделать более детализированные выводы, и требует совершенствования.

В экономической литературе предлагается проводить расчет оборачиваемости краткосрочных активов на отдельных стадиях их кругооборота в сельскохозяйственной организации, что позволяет более точно рассчитывать их значения и степень влияния на операционный и финансовый цикл организации [3, с. 41-48].

С учетом данного предложения целесообразно анализировать эффективность использования следующих краткосрочных активов сельскохозяйственных организаций на следующих стадиях кругооборота: производственных запасов; незавершенного производства; запасов готовой продукции; реализации (дебиторской задолженности); денежной наличности.

В системе мер, направленных на повышение эффективности деятельности сельскохозяйственных организаций и укрепление их финансового состояния, важное место занимают вопросы рационального использования краткосрочных активов.

Для субъектов аграрного сектора Республики Беларусь, на основе полученных данных, можно предложить следующие мероприятия:

избегать сверхнормативных остатков прочих товарно-материальных ценностей, образование которых является результатом наличия или приобретения излишних и ненужных материалов, сырья, топлива, малоценных и быстроизнашивающихся предметов;

снизить запасы товаров, материалов, сырья, топлива до оптимальных размеров путем их оптовой реализации или бартерных сделок, равномерного и частого завоза, составления четкого графика поступления сырья, а также регулярно проводимой инвентаризации. Использовать поставку «точно в срок» (т.е. поставку сырья и материалов непосредственно ко времени производства) для тех запасов, которые наиболее часто не до конца используются в производстве, тем самым накапливаясь на складах;

сократить продолжительность производственного цикла за счет интенсификации производства (использование новейших технологий, механизации и автоматизации производственных процессов, повышение уровня производительности труда, более полное использование производственных мощностей предприятия, трудовых и материальных ресурсов);

повысить уровень маркетинговых исследований, направленных на ускорение продвижения товаров от производителя к потребителю (включая изучение рынка, совершенствование товара и форм его продвижения к потребителю, формирование правильной ценовой политики, организацию эффективной рекламы).

Сократить нахождение краткосрочных активов в средствах в расчетах (дебиторской задолженности):

- сформировать систему штрафных санкций за просрочку исполнения обязательств контрагентами и систему скидок;
- предоставить контрагентам возможность оплаты дебиторской задолженности ценными бумагами;
- организовать в составе структуры предприятия комиссию по управлению дебиторской задолженностью;
- снизить себестоимость продукции, путем создания резервов экономии материальных ресурсов, что также окажет положительное воздействие и на финансовое состояние предприятия.

Сократить объем привлеченных источников (кредиторской задолженности) в структуре источников формирования краткосрочных активов следующими методами:

- произвести зачет взаимных требований предприятий;
- произвести новацию долга (например, подрядчик выполнил работы по договору подряда. Вместо того чтобы их оплатить, заказчик заключает с подрядчиком соглашение, по которому выполненные работы будут оплачиваться поставкой товаров, предоставлением услуг).

Библиографический список

1. Володин А.А. Управление оборотными активами: учебник. Минск: Издательство Гревцова, 2015. 254 с.
2. Ефимова О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учебник. М.: Омега – Л, 2013. 351 с.
3. Гудков С. В., Гудкова Е.А. Особенности определения оборачиваемости капитала на отдельных стадиях его кругооборота в сельскохозяйственных организациях // Проблемы экономики: сборник научных трудов. Минск: Право и экономика, 2009. Вып. 1(8). С. 41-48.

УДК 631.15:338.24

СПЕЦИФИКА АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОМ ПРОИЗВОДСТВЕ

The specificity of anti-crisis management in agricultural production

Конохов В.С., студент
Хохрина О.М., к.э.н., доцент
Konokhov W.S., Hohrina O.M.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. В настоящее время большинство сельхозорганизаций страны находятся в затруднительном финансовом положении. Нехватка денежных средств, кредиторская задолженность, высокие налоговые и банковские процентные ставки и ряд других обстоятельств приводят к тому, что предприятия оказываются неплатежеспособными. В связи с этим особую актуальность приобретает вопросы антикризисного управления.

Abstract. *Currently, most of the country's agricultural organizations are in a difficult financial situation. Lack of funds, accounts payable, high tax and Bank interest rates and a number of other circumstances lead to the fact that enterprises are insolvent. In this regard, the issues of crisis management are of particular relevance.*

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, сельскохозяйственные организации, антикризисное управление.

Keywords: *agriculture, agriculture organization, crisis management.*

Антикризисное управление организацией – это в достаточной степени сложный процесс, который требует от руководителей умения разрабатывать эффективные управленческие решения, применять опыт и знания для осуществления деятельности в нестандартных, а порой и в кризисных условиях.

На вероятность возникновения кризисных ситуаций влияют факторы внутренней и внешней среды, отраслевая принадлежность и специфика организаций, поэтому формирование системы антикризисного управления является одной из главных задач [1, с. 180].

Угрозе наступления кризисного состояния подвержена любая социально-экономическая система, не являются исключением и сельскохозяйственные организации. Кризисом считается ситуация, характеризующаяся резким обострением противостояния в социально-экономической системе, исключающая возможность ее функционирования и требующая качественных изменений самой системы.

Сельскохозяйственное производство имеет свои особенности, которые определенным образом влияют на систему антикризисного управления.

1. Процесс производства находится в прямой зависимости от природно-климатических условий [2, с. 332]. Причиной кризисных явлений в сельскохозяйственных предприятиях могут стать неблагоприятные погодные условия, обилие вредителей культурных растений, болезни и эпидемии сельскохозяйственных животных.

2. Территориальная рассредоточенность производства влечет риски логистики, такие как транспортировка производимой продукции к месту потребления. Также для многих аграрных товаропроизводителей характерна проблема нехватки квалифицированной рабочей силы, что обусловлено удаленностью от крупных населенных пунктов [3, с. 250].

3. Невозможность товарной дифференциации производимой продукции, ее однородность, снижает конкурентоспособность аграриев, создает ситуацию, когда предприятия-переработчики сельхозпродукции ставят свои, зачастую крайне невыгодные для производителей условия.

4. Низкая инвестиционная привлекательность аграрной отрасли, обусловленная хронической нехваткой финансовых ресурсов. Для предприятий отрасли характерны сложности при получении кредитных ресурсов и мер государственной поддержки [4, с. 220, 5, с. 65-66].

5. Неудовлетворительный уровень развития социальной сферы в сельской местности зачастую вынуждает брать на себя определенные социальные обязательства, что сопряжено с дополнительными расходами и снижением рентабельности производства.

6. Наличие государственной поддержки аграрной отрасли для обеспечения продовольственной безопасности и независимости страны. Так, в настоящее время, в целях помощи аграрным производителям разработана Стратегия устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030 года, а также действует Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2017-2020 годы [6].

Известно, что целью деятельности любого коммерческого предприятия (в том числе и сельскохозяйственные организации) является извлечение прибыли. Однако специфика аграрного производства делает достижение данной цели весьма затруднительным. В сельском хозяйстве основным средством производства является земля, а сохранение ее плодородия сопряжено с постоянными финансовыми вложениями. Риски природных катаклизмов требуют создания страховых резервов, что тормозит оборачиваемость активов и ухудшает финансовое состояние предприятий. Следовательно, нацеленность предприятий преимущественно на краткосрочные результаты и извлечение прибыли впоследствии негативно сказывается на сохранности производственного потенциала и увеличивает риск наступления кризисных явлений.

Вероятность наступления кризисных ситуаций в сельском хозяйстве определяется следующими факторами внешней среды:

- уровень развития техники и технологий в нашей стране значительно отстает от уровня развитых стран в силу малой доходности сельскохозяйственного производства;
- недостаточный доступ аграриев к рынку по причине неразвитости его инфраструктуры;
- неудовлетворительные темпы и качество развития сельских территорий [7, 8].

Преодоление кризисных ситуаций в сельскохозяйственных организациях, а также успех внедрения антикризисного менеджмента невозможно без их комплексного оздоровления. Антикризисные меры должны быть органично вписаны во все элементы управления предприятия и на стратегическом и на оперативном уровне.

Технологии антикризисного управления в сельскохозяйственных организациях имеют существенные отличия от приемов и методик управления в предприятиях иных сфер деятельности. Основное отличие в подходах к управлению заключается в обеспечении соответствия не только к постоянно изменяющейся конъюнктуре рынка, но и к непредсказуемым погодным условиям. Главное условие антикризисного управления аграрными предприятиями – это обеспечение продоволь-

ственной безопасности страны путем осуществления производственных процессов с учетом сбережения имеющихся ресурсов. Дополнительные условия – помощь в создании и сохранение сельской инфраструктуры с обеспечением занятости сельского населения.

Перечисленные особенности и определяют цель антикризисного управления в сельском хозяйстве, которая состоит в эффективном развитии предприятия в долгосрочной перспективе посредством обеспечения сохранности и приумножении производственного потенциала.

Библиографический список

1. Швецова О.А., Хохрина О.М., Соколов Н.А. Стратегический анализ внешней среды в аграрном секторе экономики // Разработка концепции экономического развития, организационных моделей и систем управления АПК: сборник научных трудов. Брянск, 2015. С. 179-186.

2. Хохрина О.М. Тенденции аграрной политики Брянской области // Никоновские чтения. 2011. № 16. С. 332-333.

3. Никулина А.С., Хохрина О.М. Кадровая политика как инструмент управления в ООО «Торговый дизайн» г. Брянск // Актуальные проблемы состояния экономики региона: взгляд молодых: материалы студенческой научно-практической конференции. Брянск, 2013. С. 250-252.

4. Хохрина О.М. Механизмы кредитной поддержки сельского хозяйства // Аграрная наука – сельскому хозяйству: материалы Всероссийской научно-практической конференции. Курск, 2009. С. 220-224.

5. Барышников Н. О дифференцированном подходе к государственной поддержке // Экономист. 2015. № 2. С. 64-68.

6. Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mcx.ru/> (дата обращения: 14.07.2018).

7. Дьяченко О.В. Состояние и перспективы развития материально-технической базы сельского хозяйства Брянской области // Сборник научных трудов Всероссийского научно-исследовательского института овцеводства и козоводства. Ставрополь, 2014. Т. 2. № 7. С. 582-586.

8. Малахова Ю.В., Малахов А.Е. Система антикризисного управления в сельскохозяйственных организациях // Продовольственная политика и безопасность. 2016. Т. 3, № 4. С. 233-242.

**ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ НОВЫХ СИСТЕМ УЧЕТА
И УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*The possibility of applying the new accounting systems and cost
management of enterprise*

Коренок А.А., студент
Горло В.И., к.э.н., доцент
Korenok A.A., Gorlo V.I.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. В данной статье рассматриваются вопросы систем учета и управления затратами предприятия для применения их в отечественной практике. Данная проблема актуальна для российских предприятий. Это позволит менеджерам и другим руководителям правильно принимать управленческие решения.

Abstract. *This article discusses systems of accounting and control expenses of an enterprise for use in domestic practice. This problem is relevant for Russian companies. This will enable managers and other leaders of the correct management decisions.*

Ключевые слова: системный анализ, затраты, управление, системы учета, контроль, себестоимость, норматив, маржинальный доход, управленческие решения, выручка, прибыль, стандарт-кост, директ-костинг, финансовый результат.

Keywords: *system analysis, cost, management, accounting, control, cost, standard, profit margins, managerial decisions, revenue, profit, standard-cost, direct-costing, financial result.*

В настоящее время процесс принятия управления базируется на информации о затратах и финансовых результатах деятельности предприятия. Это вызвано появлением в отечественной практике новых, или сравнительно новых, методов управления затратами [1, с. 143].

Функционально-стоимостной анализ (ФСА) начал активно применяться в промышленности начиная с 60-х годов, прежде всего в США. Его использование позволило снизить себестоимость многих видов продукции без снижения ее качества и оптимизировать затраты на ее изготовление. ФСА остается и по сей день одним из самых популярных видов анализа изделий и процессов. При проведении ФСА

определяют функции элементов технического объекта или системы и проводят оценку затрат на реализацию этих функций с тем, чтобы эти затраты, по возможности, снизить.

Одним из эффективных инструментов в управлении затратами предприятия является система учета стандарт-кост, в основе которой лежит принцип учета и контроля затрат в пределах установленных норм и нормативов и отклонениям от них [2, с. 233].

Предварительно исчисленные нормативы затрат рассматриваются как стандарты, к которым необходимо привести фактические затраты путем умелого руководства. При возникновении отклонений, стандартные нормы не изменяют, они остаются относительно постоянными на весь установленный период. Отклонения между действительными и предполагаемыми затратами, возникающие в каждом отчетном периоде, в течение года накапливаются на отдельных счетах отклонений и полностью списываются не на затраты производства, а непосредственно на финансовые результаты предприятия [3, с. 287].

Для практической реализации системы стандарт-кост, необходимы следующие счета учета отклонений фактических затрат от стандартных норм:

«Отклонения по расходу материалов»;

«Отклонения по заработной плате»;

«Отклонения по накладным расходам»;

«Отклонения от стандартной коммерческой себестоимости».

Системе стандарт-кост присущи и недостатки. Стандарты не всегда возможно установить на все производственные затраты, в результате чего ослабляется контроль за ними. При выполнении производственной компанией, за короткое время, большого количества различных по характеру и типу заказов, исчислять стандарт на каждый заказ практически невозможно.

Таким образом, для практической реализации системы стандарт-кост в отечественном учете необходимо предусмотреть выделение специальных бухгалтерских счетов учета отклонений. При отсутствии, как в настоящее время, таких счетов, применение системы стандарт-кост требует ведения параллельного учета, что требует увеличения штата финансовых работников предприятия и вряд ли целесообразно, несмотря на все аналитические преимущества данной системы в управлении затратами [6, с. 75].

Мировой опыт свидетельствует об эффективности использования маржинального метода бухгалтерского учета – системы (метода) «директ-костинг», в основе которой лежит исчисление сокращенной себестоимости продукции и определение маржинального дохода.

В отечественную учетную теорию термин директ-костинг вошел сравнительно недавно и сразу приобрел широкую популярность.

Основными показателями при применении метода директ-костинг выступают: маржинальный доход, порог рентабельности (точка безубыточности), запас финансовой прочности.

Основные преимущества системы директ-костинг можно свести к следующему:

- упрощение исчисления себестоимости продукции, так как себестоимость планируется и учитывается только в части производственных затрат;

- отсутствие процедур по составлению сложных расчетов для распределения постоянных затрат между видами продукции;

- возможность выбора между собственным производством продукции и ее закупкой на стороне.

Вместе с тем теоретические и практические исследования системы директ-костинг позволяют выделить некоторые ее недостатки. По мнению противников этой системы она не дает ответ на вопрос, сколько стоит данный продукт, какова его полная себестоимость. Ведение учета неполной себестоимости не отвечает требованиям отечественной системы учета, так как в финансовой отчетности должна указываться полная себестоимость продукции.

Таким образом, практическое применение системы директ-костинг на отечественных предприятиях, в качестве основной учетной системы, также как и системы стандарт-кост теоретически возможно, но требует дополнительной учетной работы. Однако для производства отдельных аналитических расчетов для бизнес – планирования, система директ-костинг достаточно эффективна и вполне достойна широкого применения.

Библиографический список

1. Горло В.И. Преимущество применение системы «Директ-костинг» в управлении затратами организации // Актуальные вопросы развития аграрной науки в современных экономических условиях: материалы IV-ой Международной научно-практической конференции молодых учёных. Брянск, 2015. С. 143-147.

2. Горло В.И. О необходимости применения бюджетирования накладных расходов в сельскохозяйственных организациях // Трансформация экономики региона в условиях инновационного развития: материалы Международной научно-практической конференции посвященной 30-летию Брянской государственной сельскохозяйственной академии. Брянск, 2011. С. 232-235.

3. Горло В.И. Учетно-контрольное обеспечение системы управления производственными запасами в организациях хлебопекарной промышленности // Инновации в экономике, науке и образовании: концепции, проблемы, решения: материалы Международной научно-методической конференции. Брянск, 2014. С. 287-290.

4. Горло В.И. Аудит классификации и правильности учета затрат на производство продукции // Бухгалтерский учет в условиях глобализации экономики: сборник научных трудов по материалам III Международной научно-практической конференции. Горки, 2016. С. 7-9.

5. Горло В.И. Управленческие аспекты учета при производстве продукции растениеводства // Бухгалтерский учет в условиях глобализации экономики: сборник научных трудов по материалам II Международной научно-практической конференции. Горки, 2015. С. 13-15.

6. Морозов Р.П., Горло В.И. Бухгалтерский управленческий учет и контроль накладных расходов в ООО «Дружба» Жирятинского района // Актуальные проблемы состояния экономики региона: взгляд молодых: материалы студенческой научно-практической конференции. Брянск, 2013. С. 74-75.

7. Репникова В.И., Гулакова А.А. Разработка мероприятий по повышению прибыли и улучшению результатов деятельности // Современное состояние социально-экономического развития региона: материалы студенческой научно-практической конференции. Брянск, 2018. С. 240-244.

УДК 338.24:658:336

УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Management of an enterprise revenues

Михнович М.В., студент
Иванюга Т.В., к.э.н., доцент
Mikhnovich M.V., Ivanyuga T.V.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. Управление доходами предприятия нацелено на оптимизацию формирования доходов и расходов как в целом, так и по отдельным видам и направлениям финансово – хозяйственной деятельности, на получение положительного финансового результата.

Abstract. *The management of the enterprise revenues is aimed at optimizing the formation of income and expenses as a whole, as well as in certain types and directions of financial and economic activity, to obtain a positive financial result.*

Ключевые слова: выручка, доходы предприятия, управление.

Keywords: *revenues, revenues of enterprise, management.*

Актуальность вопросов управления доходами обусловлена их важной ролью в обеспечении эффективности финансово – хозяйственной деятельности предприятий всех форм собственности и сфер деятельности, поскольку доход составляет основу экономического развития предприятия и создает финансовую основу для самофинансирования его деятельности.

Управление доходами характеризуется процессом выработки и принятия управленческих решений по всем основным аспектам их формирования, распределения, использования и планирования на предприятии [1, 3]. Оценка эффективности управления доходами предприятия осуществляется с целью последующей разработки мероприятий, направленных на оптимизацию формирования доходов и расходов как в целом, так и по отдельным видам и направлениям финансово – хозяйственной деятельности, на получение положительного финансового результата [2, 4].

Объектом данного исследования выступило ЗАО «Дизель-Ремонт» – промышленное предприятие, созданное для производства машин и оборудования для строительства и ремонта магистральных трубопроводов, а также осуществления капитального ремонта полнокомплектных строительных машин, дизельных двигателей, гидравлического оборудования, ходовой части гусеничной техники импортного и отечественного производства.

В процессе осуществления производственно-хозяйственной деятельности ЗАО «Дизель-Ремонт» получает доход в виде выручки от реализации продукции, выполненных работ, оказанных услуг, а также в виде поступлений от сданного в аренду имущества, в виде ссуд (бюджетных поступлений). Доход в виде выручки предприятие получает в основном от оптовых поставок своей продукции, в частности:

- передвижных сварочных агрегатов, предназначенных для проведения сварочных работ в труднопроходимой местности с питанием четырех постов ручной дуговой сварки, а также питания электроинструмента и освещения - АСТ-4А №58 Машина самоходная энергетическая; АСТ-4А №59 Машина самоходная энергетическая; АСТ-4Ч-1М.000.000 №5;

- агрегатов наполнительно-опрессовочных АНО-161, предназначенных для предварительного заполнения водой и опрессовки трубопроводов, крановых узлов при гидравлических испытаниях;

- катков ТПП 1021 полиуретановых, представляющих собой навесное грузоподъемное средство, которым оснащаются краны-трубоукладчики;

- опор роликовых с балансирами ОРБ-20 (металлоконструкция) – предназначенных для перемещения труб при строительстве переходов магистральных и других трубопроводов через водные и иные преграды методом наклонно-направленного бурения;

- гидроцилиндров: АСТ-4 Ч.02.06.000А; БТС-143М.22.40.02.000Б-01 на опору центр; гидроцилиндров подъема ТСК -142 1.23.00.000 и др.

Заказчиками и покупателями продукции ЗАО «Дизель-Ремонт» являются, в частности, ООО «Сургутнефтегаз», ООО «МосСтрой-ТрансГаз», ООО «ДонТрейд» г. Волгоград, ООО «НГСК» г. Сургут, ООО «Трубострой» г. Сургут, ООО «Трубострой» г. Заинск, ООО «ГНБ-Нефтестрой» г. Томск и др.

Оценка экономического положения ЗАО «Дизель-Ремонт» в 2015-2017 гг. показала, что в результате стагнации его производственной деятельности выручка в 2017 г. по сравнению с 2015 г. сократилась на 65,7% и составила 61,6 млн. руб. против 179,7 млн. руб. в 2015 г.

Значительно, почти на 67%, сократилась выручка по оптовым поставкам машин и оборудования для строительства и ремонта магистральных трубопроводов, на 40% снизилась выручка по объемам работ, связанным с осуществлением капитального ремонта полнокомплектных строительных машин, дизельных двигателей, гидравлического оборудования, ходовой части гусеничной техники импортного и отечественного производства. Более чем на 75% снизилась выручка от оказания услуг по выполнению сварочных, токарных, фрезерных и других видов работ. Отчасти это произошло из-за недостаточного финансирования предприятий – покупателей (заказчиков продукции и услуг), либо окончания работ ими и начала формирования новых участков, либо ухода от строительства трубопроводов и т.д.

Производственная деятельность ЗАО «Дизель-Ремонт» убыточна. Уровень убыточности продаж имеет устойчивую тенденцию к росту и за 2015-2017 гг. возрос на 6,4 проц. пункта, составив в 2017 г. 12,7%. Уровень убыточности продукции составил в 2017 г. 11,3% и возрос по сравнению с 2015 г. на 5,3 проц. пункта.

Денежных средств на расчетных счетах и в кассе предприятие не имеет, при этом дебиторская задолженность составила почти 10

млн. руб., кредиторская задолженность за два последних года устойчива в объеме 68 млн. руб. Превышение кредиторской задолженности над дебиторской составило на конец в 2017 г. 6,9 раза, тогда как уже при 2-х кратное превышение свидетельствует о критическом финансовом положении предприятия. ЗАО «Дизель-Ремонт» использует в обороте в основном привлеченные средства, не погашая свои финансовые обязательства, и имеет пассивное сальдо расчетного баланса.

Можно утверждать, что на предприятии недостаточно развита система управления финансами и необходимо уделить внимание финансовому планированию.

Для эффективной работы предприятия, расширения производства нужна устойчивость поступлений доходов во времени и, прежде всего, выручки в объеме, достаточном для расчетов с контрагентами и государством, для получения в отчетном периоде положительного финансового результата при фактическом уровне расходов.

Считаем возможным увеличение доходов предприятия за счет увеличения объема реализации машин и оборудования специального назначения за счет расширения связей с ООО «Континент» г. Сургут; увеличения объема услуг, связанных с капитальным ремонтом двигателей; продажи неиспользуемого в производстве оборудования и техники; сдачи в аренду неиспользуемых производственных и офисных помещений; изготовления и продажи металлических контейнеров для мусора для ОАО «Чистая Планета» г. Брянск.

Таблица – Финансовый результат деятельности
ЗАО «Дизель-Ремонт» от реализации предложенных мероприятий

Показатели	Факт 2017 г.	Проект	Отклонение, +/-
Выручка, тыс. руб.	61589	108611	47022
Себестоимость продаж, тыс. руб.	69420	97871	28451
Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	-7831	10740	18571
Чистая прибыль (нераспределенный убыток), тыс. руб.	-7247	9992	17239
Уровень рентабельности (убыточности), %:			
продаж	-11,3	9,9	21,2 п. п.
продукции	-10,0	11,0	21,0 п. п.

Внедрение в производство предложенных мероприятий позволит не только дополнительно получить 47 млн. руб. выручки, но и положительно скажется на результатах производственно-финансовой деятельности предприятия (табл.).

Предприятие должно иметь достаточное количество денежных средств для своевременного погашения краткосрочных обязательств и поддержания оптимального уровня ликвидности [5, 6]. Увеличение выручки позволит существенно улучшить показатели эффективности использования денежных средств: увеличатся значения коэффициентов оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности, доходов, запасов, снизится период их оборачиваемости, сократится продолжительность операционного цикла.

Таким образом, совершенствование подходов к управлению денежными доходами позволит улучшить в целом финансовое состояние предприятия.

Библиографический список

1. Богданова А.В. Управление доходами и расходами на предприятиях // Актуальные проблемы развития социально-экономических систем. 2016. С.193-195.
2. Блажевич О.Г., Кирильчук Н.А. Анализ формирования доходов предприятия и оценка их достаточности // Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции. 2017. № 3. С. 23-31.
3. Иванюга Т.В. Малые предприятия: исторический аспект, итоги деятельности в Брянской области в 2014 г. // Социально-экономические и гуманитарные исследования: проблемы, тенденции и перспективы развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2016. С. 300-311.
4. Дьяченко О.В. Управление денежными потоками как элемент обеспечения эффективности развития предприятия // Актуальные вопросы экономики и агробизнеса: сборник статей IX Международной научно-практической конференции. 2018. С. 113-117.
5. Поседько Н.А. Развитие малого предпринимательства в аграрной сфере региона // Трансформация экономики региона в условиях инновационного развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2011. С. 4-7.
6. Гизатулин И.А., Хохрина О.М. Стратегическое управление предприятием // Актуальные проблемы состояния экономики региона: взгляд молодых: материалы студенческой научно-практической конференции. Брянск, 2013. С. 253-255.

УДК 338.242 (470.333)

**АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА
МАТЕРИАЛАХ ООО «ДАРКОВИЧИ» БРЯНСКОГО РАЙОНА**

*Anti-crisis management of the enterprise on materials
LLC "Darkovichi" Bryansk district*

Пулукчу Е.Ф., студент
Бабыак М.А., к.э.н., доцент
Pulukchu E.F., Babyak M.A.,

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. В статье исследовано финансовое состояние предприятия. Обобщив полученные в ходе анализа данные, была сформулирована общая интегрированная антикризисная стратегия развития, касающаяся основных аспектов деятельности – маркетинговой, управленческой и финансовой.

Abstract. *The financial condition of the enterprise has been investigated in the article. Summarizing the data obtained during the analysis, a general integrated anti-crisis development strategy, concerning the main aspects of the activity – marketing, management and financial has been formulated.*

Ключевые слова: антикризисное управление, конкуренция, финансовая стратегия, маркетинговая стратегия, прибыль, рентабельность продаж.

Keywords: *anti-crisis management, competition, financial strategy, marketing strategy, profit, profitability of sales.*

Антикризисное управление предприятием представляет собой процесс, основным содержанием которого является подготовка, принятие и реализация управленческих решений по предупреждению финансовых кризисов, их преодолению и минимизации их негативных последствий [1, с. 370; 2 с. 169-172].

Общество с ограниченной ответственностью «Дарковичи» создано 12.02.2015 г. в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации и Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью». Единственным учредителем общества является ООО «Брянские сыроварни», со стопроцентной долей участия в уставном капитале.

За анализируемый период времени, с момента создания в 2015 г.

до отчетного 2017 г., размер хозяйства в целом увеличился. Так, стоимость валовой продукции в действующих ценах увеличилась на 9,5%. Произошло увеличение денежной выручки от продажи товаров, продукции, работ, услуг на 24,3%. Среднегодовая стоимость основных средств в организации увеличилась в 55,8 раз, что обусловлено приобретением зданий и сооружений, продуктивного скота, машин и оборудования и прочих основных средств. поголовье животных в переводе на условные головы выросло за три года на 65,7%. Среднегодовая численность работников сократилась на 8 человек или 21,6%. Сельскохозяйственные угодья предприятие арендует, при этом их площадь в течение трех лет оставалась неизменной. Специализация общества – молочно-мясное скотоводство, степень специализации – углубленная.

Анализ экономического положения предприятия показал, что с 2015 г. по 2017 г. наблюдался рост производительности труда, повышение эффективности использования земли, основных и оборотных фондов. Повышение экономической эффективности деятельности объясняется тем, что в 2015 г. общество начало свою работу и натуральные показатели деятельности были незначительные.

Анализ структуры активов предприятия показал значительное превышение внеоборотных активов над оборотными, что говорит о снижении оборачиваемости всей совокупности средств предприятия. Анализ источников формирования капитала выявил отрицательное значение собственного оборотного капитала, что свидетельствует о том, что часть краткосрочных заемных средств использована для покрытия убытков. В данном случае финансовое состояние предприятия неблагоприятно, поскольку у него наблюдается явная нехватка средств.

Анализ финансовых коэффициентов показал, что на протяжении трех анализируемых лет большинство показателей, характеризующих финансовую устойчивость, имели отрицательное значение, что обусловлено отрицательной величиной собственного капитала и свидетельствует о крайне неблагоприятном финансовом положении предприятия.

Анализ показателей ликвидности, позволил заключить, что ООО «Дарковичи» на протяжении всего исследуемого периода времени было неплатежеспособно и практически не имело ликвидных активов, что также является отрицательной тенденцией.

За рассматриваемый период большинство показателей деловой активности имели тенденцию к спаду, что свидетельствует о снижении скорости оборота всех его средств, в том числе капитала, оборотных средств, кредиторской задолженности, материальных запасов и собственного капитала.

Следует отметить, что в 2015-2017 гг. результатом хозяйствен-

ной деятельности ООО «Дарковичи» имело убыток, и, как следствие, большинство показателей рентабельности (убыточности) имели отрицательное значение.

Таким образом, проведенный анализ на основании финансовых коэффициентов свидетельствует в целом о неблагоприятном финансовом состоянии ООО «Дарковичи».

Для определения вероятности банкротства общества было использовано несколько моделей, в том числе модель Э. Альтмана, модель Сайфуллина-Кадыкова, метод сравнения финансовых коэффициентов с нормативами. Проведенные расчеты показали, что предприятие финансово неустойчиво и неплатежеспособно, вероятность наступления банкротства высока.

В комплексе антикризисных мероприятий для ООО «Дарковичи» была разработана финансовая стратегия по методике Ж. Франсона и И. Романа.

Построенная матрица финансовых стратегий для ООО «Дарковичи» показала, что для хозяйства возможны три сценария развития. Так, при оптимистическом сценарии, в случае преодоления убыточности и минимального роста уровня экономической рентабельности, прогноз дальнейшего развития предприятия положителен – возможно перемещение в квадрат «Устойчивое равновесие», однако, при условии, что темпы роста оборота будут выше темпов роста экономической рентабельности. Также возможен переход предприятия в квадрат «Эпизодический дефицит», в случае если возникнут трудности с привлечением кредитных ресурсов.

Если предприятие не найдет ресурсов и возможностей для преодоления порога убыточности, то направление перемещения в матрице отрицательное - это квадрат «Кризис». Это пессимистический сценарий развития событий, требующий следующих действий: осуществление отрицательных нетто-инвестиций; привлечение любых доступных видов финансовой поддержки; дроблению на малые предприятия.

Для разработки генеральной стратегии была представлена и общая интегрированная антикризисная стратегия развития, касающаяся основных аспектов деятельности – маркетинговой, управленческой и финансовой. Разработка конкретных мероприятий происходила в рамках конкретных стратегий: маркетинговая стратегия развития рынка, стратегия улучшения кадрового потенциала и стратегия оптимизации структуры капитала [3, с. 106; 4 с. 78-79].

Маркетинговая стратегия развития рынка предусматривает увеличение объемов производства и реализации продукции скотоводства, а также выход на новые рынки сбыта. Для реализации стратегии рекомен-

дуются приобретения комбикормового завода в целях обеспечения КРС сбалансированным рационом для роста молочной и мясной продуктивности. В сфере управления – мероприятия по улучшению кадрового состава, привлечение в штат двух главных специалистов – экономиста и зоотехника. В сфере финансов – контроль и оптимизация затрат, проведение реструктуризации кредиторской задолженности, привлечение кредитных ресурсов и приобретение основных средств на условиях лизинга, использование мер господдержки [5, с. 30-35; 6, с. 443; 7].

Совокупным результатом предлагаемых мероприятий является рост выручки от продажи в плановом периоде на 13% или 2741 тыс. руб. За счет снижения затрат на корма чистая прибыль возрастет на 5828 тыс. руб. Рентабельность продаж возрастет на 26,5 процентных пункта и составит 20,3%.

Прогнозные финансовые показатели также показали положительную динамику. Так, коэффициент текущей ликвидности вырос с 0,408 до 0,485, прибавив 19%. Коэффициент обеспеченности собственными средствами уменьшил свое отрицательное значение с -1,450 до -1,057, прибавив 0,393 п., что также является положительной тенденцией.

Постепенное освоение комплекса антикризисных мероприятий способно вывести ООО «Дарковичи» из состояния неплатежеспособности и финансовой несостоятельности, а также снизить вероятность банкротства в будущем.

Библиографический список

1. Васькин В.Ф. Продовольственная безопасность в Российской Федерации // Социально-экономические и гуманитарные исследования: проблемы, тенденции и перспективы развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2016. С. 369-374.

2. Подольникова Е.М. Методы реализации инновационной политики в АПК // Трансформация экономики региона в условиях инновационного развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2011. С. 169-172.

3. Бабьяк М.А. Опыт инновационного развития молочного скотоводства в Брянской области // Инновации в экономике, науке и образовании: концепции, проблемы, решения: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2014. С. 103-106.

4. Бабьяк М.А., Бабьяк Е.Е. Особенности формирования и развития мясного подкомплекса России // Вестник Брянской государственной сельскохозяйственной академии. 2010. № 1. С. 71-79.

5. Храмченкова А.О., Иванюга Т.В. Анализ состояния и развития молочного скотоводства в сельскохозяйственном предприятии: рекомендации производству. Брянск: Изд-во Брянский ГАУ. 2014. 40 с.

6. Коростелёв А.И., Коростелёва О.Н., Рыбикова А.А. Животноводство Брянщины повлияет на снижение нагрузки импортозамещения в регионе // Международный журнал экспериментального образования. 2015. № 42. С. 442-443.

7. Подольникова Е.М., Любочко Т.С. Развитие агробизнеса в муниципальном образовании // Социально-экономические и гуманитарные исследования: проблемы, тенденции и перспективы развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2016. С. 415-419.

УДК 336.64 (470.333)

**УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОАО «КЛИМОВСКОЕ
ХЛЕБОПРИЕМНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ»**

*Management of financial and economic activities of JSC "Klimovo
Grain-Admitting Enterprise"*

Стрижак С.М., студент
Грищенко В.П., к.э.н., доцент
Strizhak SM, Grishchenkova V.P.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. Рассмотрены вопросы деятельности конкретной организации и возможные пути улучшения ее финансово-хозяйственной деятельности.

Abstract. *The issues of the activities of a particular organization and possible ways to improve its financial and economic activities are considered.*

Ключевые слова: финансово-хозяйственная деятельность, рентабельность, прибыль, финансовое состояние, пути улучшения конкретного предприятия.

Keywords: *financial and economic activity, profitability, profit, financial condition, ways to improve a particular enterprise.*

Анализ финансовой устойчивости и платежеспособности организации показал, что в 2017 году наметилась тенденция к снижению

эффективности использования имущества организации, то есть снижению коэффициентов оборачиваемости структурных элементов активов, имущества, а также увеличение продолжительности их оборота. Однако организация является финансово устойчивой, так как собственный капитал значительно выше, чем заемный капитал.

Эффективность финансово-хозяйственной деятельности предприятий зависит, прежде всего, от умения управлять им, улучшать организацию торговли, повышать уровень коммерческой и финансовой работы.

Особое внимание следует уделить изучению причин выявленных отклонений по отдельным видам активов и разработке мер по их оптимизации [1, с. 246].

На счетах в банке должны храниться минимально необходимые суммы денежных средств, а все свободные их остатки следует перечислять в досрочное погашение полученных кредитов, вкладывать в ценные бумаги, предоставлять кредит юридическим и физическим лицам. При перерасходе средств фондов специального назначения и резервов основное внимание уделяется разработке мер по его погашению и предупреждению.

Для того чтобы финансово-хозяйственная деятельность организации не снижалась необходимо произвести поиск резервов повышения эффективности функционирования организации и разработать рекомендации по использованию выявленных резервов с целью укрепления рыночных позиций организации и повышения доходности бизнеса.

Финансовые результаты деятельности организации характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Чем больше величина прибыли и выше уровень рентабельности, тем эффективней функционирует организация, тем устойчивее его финансовое состояние. Поэтому поиск резервов увеличения прибыли и рентабельности – одна из ключевых задач в сфере бизнеса [2, с. 115; 3, с. 6].

К основным источникам резервов увеличения суммы прибыли относятся: увеличение объема выручки, снижение ее себестоимости, повышение качества оказываемых услуг, реализация их на более выгодных рынках сбыта.

Объем реализации продукции может оказывать положительное и отрицательное влияние на сумму прибыли. Увеличение объема продаж рентабельной продукции приводит к увеличению прибыли. Если продукция является убыточной, то при увеличении объема реализации происходит уменьшение суммы прибыли. Рост объема реализации приводит к увеличению прибыли за счет снижения постоянных затрат [4, с. 393].

В данном случае для повышения уровня рентабельности и увеличения суммы прибыли на предприятии ОАО «Климовское хлебоприемное предприятие» наиболее целесообразно будет увеличить объем реализации наиболее рентабельных видов работ.

Одной из наиболее важных задач развития любой организации является обеспечение производства, прежде всего за счет повышения его эффективности и более полного использования внутрихозяйственных резервов. Для этого необходимо рациональнее использовать внеоборотные активы организации.

Последовательная работа, компенсирующая влияние негативных для хозяйственной деятельности организации факторов, позволит предприятию увеличивать объемы производства и зарабатывать средства для расчетов с кредиторами.

Для обеспечения работы на уровне, необходимо:

обеспечить максимальное снижение расходов энергоресурсов, экономии сырья и материалов;

улучшить работу маркетинговой службы для более активного поиска рынков сбыта;

пересмотреть отношения с партнерами для заключения наиболее выгодных договоров.

обеспечить жесткую экономию энергоносителей, сырья и материалов;

повысить производительность, соизмерять текущие показатели с ключевыми показателями производства;

осуществить внедрение системы мониторинга деятельности организации по всем направлениям;

с целью повышения отдачи административно-управленческого аппарата внедрить систему материального стимулирования в размере 10% ежемесячного оклада, утверждаемую генеральным директором по результатам исполнения плана финансового оздоровления [5, с. 253].

в связи с заключением ряда хозяйственных договоров предусмотрено увеличение расходов на аудит, консультации, услуги по оценке имущества, прочие услуги сторонних организаций [6, с. 116].

Сущность предлагаемых мероприятий по повышению эффективности финансового состояния заключается в следующем:

В перспективе необходимо существенно расширить объем и ассортимент оказываемых услуг, что позволит более полно использовать мощности предприятия. К тому же мощности предприятия задействованы в 2017 году на 52,5%. Следует отметить, что мощности в 2015 и 2016 гг. были задействованы только на 45 и 57% соответственно. В 2017 году предприятие получило большой государственный заказ на

хранение и заготовку зерна. Если учесть, что в 2016 году относительно 2015 года темп роста составил + 36,2%, а в 2017 году относительно 2016 года -20,9%, то можно предположить рост выручки максимально на $(36,2-20,9)/2= 7,65\%$. То есть выручка на перспективу может составить $27323 * 1,0765 = 29413$ тыс. руб. Но если учесть, возможное участие организации тендерных торгов на перспективу, то выручка от реализации может быть увеличена дополнительно на 5908 тыс. руб. В целом выручка от реализации может составить $29413+5908=35321$ тыс. руб., то есть рост составит 29,27%.

На ОАО «Климовское хлебоприемное предприятие» службы маркетинга как таковой не существует. Ее функции исполняет директор. Поэтому необходимо на предприятии назначить заместителя директора по маркетинговым исследованиям. Он будет осуществлять исследование рынка, исследование потребителей, исследование конкурентов, исследование товаров, исследование цен, исследование товародвижения и продаж, исследование системы стимулирования и сбыта и рекламы, исследование внутренней среды предприятия.

Заместитель директора по коммерции без участия сторонних организаций будет заниматься разработкой и созданием рекламных объявлений. Это происходит потому, что на территории Климовского района на сегодняшний день нет рекламных агентств, способных качественно разработать и провести рекламную кампанию.

Заместителем директора по коммерческим вопросам будет проводить несистематическое наблюдение за деятельностью конкурентов. Товарная и ценовая политика, политика продвижения, проводимые конкурентами ОАО «Климовское хлебоприемное предприятие» принимаются во внимание при планировании маркетинговых действий.

Для исследования рынка заместитель директора по коммерции прослеживает тенденции развития рынка сельскохозяйственной продукции (зерна, семян, маслосемян, муки, комбикорма), структуру, географию рынка, конкуренцию, то есть какая организация в Брянской области является конкурентом, определяет возможности предприятия (расширение сбыта, сокращение затрат), и его риски [7].

Важной задачей улучшения финансово-хозяйственной деятельности организации ОАО «Климовское хлебоприемное предприятие» должно стать повышение прибыльности и рентабельности хозяйственной деятельности.

Для повышения уровня загруженности мощностей предприятия необходимо проводить обдуманную политику по расширению рынков

сбыта и поиск новых поставщиков сырья и материала. А для этого необходимо в структуре управления общества создать маркетинговую службу [4, с.156-158].

Кроме того предлагается усиление рекламной кампании (это позволит расширить круг потенциальных потребителей).

Библиографический список

1. Репникова В.И., Кривоушек Т.С. Оценка деловой активности и результативности работы ООО «ПАТП-СТАРОДУБ» // Современное состояние и тенденции социально-экономического развития региона: сборник трудов конференции. Брянск, 2018. С. 245-251.

2. Дьяченко О.В. Управление денежными потоками как элемент обеспечения эффективности развития предприятия // Актуальные вопросы экономики и агробизнеса: сборник статей IX Международной научно-практической конференции. 2018. С. 113-117.

3. Поседько Н.А. Развитие малого предпринимательства в аграрной сфере региона // Трансформация экономики региона в условиях инновационного развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2011. С. 4-7.

4. Грищенко В.П., Федотенков Д.Г. Логистические риски в развитии транспортно-логистического кластера региона // Экономика и предпринимательство. 2015. № 3 (56). С. 390-395.

5. Гизатулин И.А., Хохрина О.М. Стратегическое управление предприятием // Актуальные проблемы состояния экономики региона: взгляд молодых: материалы студенческой научно-практической конференции. Брянск, 2013. С. 253-255.

6. Васькин В.Ф., Нестеренко Л.Н., Васькина Т.И. Современное состояние АПК России: тенденции и перспективы // Актуальные вопросы экономики и агробизнеса: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. В 4 ч. Ч. 1. Брянск, 2017. С. 116-122.

7. Повышение эффективности информационно-консультационного обслуживания сельскохозяйственных предприятий различных форм собственности на основе ценового мониторинга: монография / Б.И. Квитко, Н.М. Белоус, В.Е. Ториков, А.В. Кубышкина, Н.А. Гудина; под общ. ред. Б.И. Квитко. Брянск: Брянская ГСХА, 2006. 152 с.

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ
РЕСУРСАМИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

*Theoretical aspects of financial resources management
of agricultural enterprises*

Черепня Н.Л., студент
Передериева С.А., к.э.н., доцент
Cherepnya N.L., Perederieva S.A.

ГОУ ЛНР Луганский национальный аграрный университет
Luhansk National Agrarian University

Аннотация. Система управления финансовыми ресурсами характеризуется взаимосвязью и непрерывным взаимодействием двух подсистем (объект и субъект управления), а цель ее функционирования заключается в обеспечении оптимальных условий для формирования, использования, оптимизации структуры финансовых ресурсов в процессе хозяйственной деятельности.

Abstract. *The system of financial management is characterized by an interrelation and continuous interaction of two subsystems (the object and the subject of management), and the aim of its functioning is to provide optimal conditions for the formation, management, optimization of financial resources structure in the process of economic activity.*

Ключевые слова: управления, финансовые ресурсы, система, объект и субъект системы управления финансовыми ресурсами.

Keywords: *management, financial resources, system, object and subject of financial resources management.*

Для осуществления всех видов деятельности предприятия, ему необходимы все виды ресурсов, в частности финансовые. Финансовые ресурсы в значительной степени характеризуют финансовый потенциал, а именно возможности их использования с целью получения прибыли. Финансовые ресурсы в комплексе с трудовыми, материальными и интеллектуальными составляют важный состав ресурсной обеспеченности сельскохозяйственных предприятий. Это в свою очередь предопределяет необходимость создание эффективной системы управления финансовыми ресурсами.

Различные аспекты проблем управления предприятиями исследовали в своих трудах отечественные и зарубежные ученые: Балабано-

ва И.Т., Бланк И.А., Ван Хорн, Гуманова О.А, Ковалев В.В., Кульман А, Мармуль Л.О, Мескон М.Х., Мишина С.В., Родионова В.М., Стоянова О.С., Сутормина В.М. и другие, в частности, управления финансовыми ресурсами сельскохозяйственных предприятий исследовали:

Однако в современных условиях хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий многие аспекты этой важной проблемы требуют дальнейших углубленных исследований с целью поиска путей оптимального управления финансовыми ресурсами [5].

Целью исследования является изучение и обобщение подходов по управлением финансовых ресурсов сельскохозяйственных предприятий.

Методика исследования. Теоретической основой исследования является основные положения экономической теории, научные трудящихся экономистов, законодательные и нормативно-правовые акты Украины относительно управления финансовыми ресурсами сельскохозяйственных предприятий.

Результаты исследования. В современных условиях хозяйствования значительно повышается самостоятельность сельскохозяйственных предприятий, их экономическая и юридическая ответственность. Резко возрастает значение их финансовой устойчивости, а следовательно возникает вопрос рационального управления финансовыми ресурсами. Управленческая деятельность – один из важнейших факторов функционирования и развития предприятий в условиях рыночной экономики.

В экономической энциклопедии понятие «управление» трактуется как воздействие на процесс, объект или систему для сохранения их устойчивости или перевода из одного состояния в другое в соответствии с определенными целями [1]. В финансовом словаре термин «управление» рассматривается как вид деятельности, связанный с выбором цели, реализации и организации достижения. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. считают, что «управление – это процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать и достичь целей организации» .

Родионова В.М. [6] определяет финансовые ресурсы предприятия как «денежные доходы и накопления, находящиеся в распоряжении субъекта хозяйствования и предназначены для выполнения финансовых обязательств, осуществления затрат, расширенного воспроизводства и экономического стимулирования работающих», в данном определении автор детализирует направления использования финансовых ресурсов, при этом не освещает все источники их формирования. Поддерьюгин А.М. трактует финансовые ресурсы как денежные средства, которые находятся в распоряжении предприятий, круговорот которых непосредственно определяется финансовыми отношениями и

используется на покрытие затрат производственно-финансовой деятельности, создание разнообразных фондов и резервов. Такой подход к определению полнее раскрывает сущность финансовых ресурсов. Успешную деятельность предприятия часто связывают с эффективным управлением финансовыми ресурсами.

К основным задачам управления финансовыми ресурсами относят:

- обеспечение формирования достаточного объема финансовых ресурсов;

- оптимизация структуры источников формирования финансовых ресурсов предприятия;

- оптимизация распределения сформированных финансовых ресурсов в разрезе основных направлений хозяйственной деятельности;

- обеспечение быстрой трансформации пропорций распределения финансовых ресурсов в разрезе видов деятельности предприятия, во время непредсказуемого влияния факторов внешней среды;

- обеспечение наиболее эффективного использования финансовых ресурсов;

- обеспечение минимального уровня, связанного с формированием, распределением и использованием финансовых ресурсов предприятия [2, 3]. Чтобы достичь выполнения поставленных задач используют различные подходы к управлению финансовыми ресурсами предприятия.

В научной литературе управление финансовыми ресурсами преимущественно рассматривается как одна из функций финансового менеджмента с позиций системного и процессного подходов [3, 4]. Ковалев В.В. и Стоянова О.С. к задачам управления финансовыми ресурсами предприятия относят: привлечение необходимого объема ресурсов на самых выгодных условиях и эффективное использование имеющихся ресурсов.

Сутормина В. трактует управление финансовыми ресурсами как систему принципов, методов, средств и форм организации денежных отношений, то есть автор акцентирует внимание на организации денежных отношений. В финансовом словаре термин «система» трактуется как совокупность взаимосвязанных между собой частей, элементов, которые образуют единое целое.

Субъект управления – это кадры финансового управления – финансовые менеджеры, финансовый механизм и технические средства управления финансовыми ресурсами.

Объект управления – финансовые ресурсы и источники их формирования, прибыль, капитал и активы предприятия, денежные пото-

ки, инвестиции, финансовые риски и тому подобное. Организация управления финансовыми ресурсами происходит во время влияния субъекта управления на объект.

По мнению Демьяненко М.Я., при управлении финансовыми ресурсами предприятия внимание обращается на формирование и использование финансовых ресурсов и главной задачей следует считать повышение интенсивности и сбалансированности движения финансовых ресурсов, оптимизацию их количественного и стоимостного состава и на этой основе получения максимальных финансово экономических результатов.

Мишина С.В. и Стецюк П.А. [7] рассматривают управление финансовыми ресурсами в пределах долгосрочного и краткосрочного периодах, что позволяет предприятиям скоординировать свои действия на тактическом и стратегическом уровнях для более совершенной системы управления. Приоритетом управления на стратегическом уровне является обеспечение необходимым объемом финансовых ресурсов наиболее весомых (в соответствии с установленными долгосрочными целями) проектов, мероприятий и операций, результатом которых могут быть значительные изменения финансового состояния предприятия, резкое изменение структуры и величины всех средств (активов) и источников их образования (пассивов). По нашему мнению, следует также рассматривать управление финансовыми ресурсами и на оперативном уровне для обеспечения более гибких управленческих решений.

К основным принципам управления финансовыми ресурсами относят:

- системность, интегрированность с общей системой управления предприятием;
- ориентация на стратегические цели развития предприятия;
- комплексный характер принятия управленческих решений;
- высокая динамика управления;
- вариативность подходов к управлению;
- приоритетность использования внутренних финансовых ресурсов;
- адаптивность к формированию системы управления финансовыми ресурсами;
- эффективность принятия управленческих решений и их законность.

Самым главным признаком, влияющим на отличия принципов управление финансовыми ресурсами сельскохозяйственных предприя-

тий от других отраслей экономики является то, что производство продукции сельского хозяйства связано с использованием земли и других природных ресурсов.

При управлении финансовыми ресурсами сельскохозяйственных предприятий необходимо придерживаться комплексно-системного подхода. Этот подход позволит предприятиям систематически и комплексно проводить политику источников формирования и использования финансовых ресурсов с целью максимального получения прибыли при минимальных рисках.

Таким образом, система управления финансовыми ресурсами характеризуется взаимосвязью и непрерывным взаимодействием двух подсистем (объект и субъект управления), а цель ее функционирования состоит в обеспечении оптимальных условий формирования, использования, оптимизации структуры финансовых ресурсов в процессе хозяйственной деятельности для максимизации благосостояния собственников предприятия в краткосрочном и долгосрочном периодах. комплексно-системный подход управления финансовыми ресурсами позволит оценить все стадии движения финансовых ресурсов для принятия управленческих решений. При этом основными принципами процесса управления финансовыми ресурсами является анализ, планирование, регулирование и контроль.

Библиографический список

1. Балабанов И.Т. Финансовый менеджмент. М.: Финансы и статистика. 1996. 192 с.
2. Бланк И.А. Управление финансовыми ресурсами. М.: Изд-во «Омега-Л»; ООО «Эльга», 2011. 768 с.
3. Ван Хорн Дж. К. Основы управления финансами. М.: Финансы и статистика, 1997. С. 67.
4. Кульман А. Экономические механизмы: пер. с фр. / общ. ред. Н.И. Хрустальной. М.: Изд. группа «Прогресс», «Универс», 1993. 192 с.
5. Родионова В.М., Федотова М.А. Финансовая устойчивость предприятия в условиях инфляции. М.: Перспектива, 1995. 98 с.
6. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент. Российская практика. М.: Перспектива, 1995. 418 с.
7. Стецюк П.А. Стратегия и тактика управления финансовыми ресурсами: монография. К. ННЦ ИАЭ, 2009. 370 с.

**СОВРЕМЕННЫЕ УГРОЗЫ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЙ И ПУТИ ИХ СНИЖЕНИЯ**

Modern threats to financial enterprise security and risk mitigation

Шумакова Н.В., студент
Шумакова Нат.Вик., ст. преподаватель
Shumakova N.V., Shumakova Nat.Vik.

ГОУ ЛНР Луганский национальный аграрный университет
Luhansk National Agrarian University

Аннотация. Рассмотрены современные угрозы финансовой безопасности предприятий и критерии идентификации реальных и потенциальных угроз. Обоснованы пути снижения угроз финансовой безопасности предприятий.

Abstract. *Today's threats are considered the financial security of enterprises and the criteria for identifying the real and potential threats. Way store ducethreats justi fied financial enterprise security.*

Ключевые слова: финансовая безопасность предприятия, угрозы финансовой безопасности, финансовое состояние, нестабильность.

Keywords: *financial security enterprise, threatening financial security, financial condition, instability.*

Современное состояние экономики характеризуется высокой степенью нестабильности и неопределенности, которые в большей мере обусловлены влиянием и масштабами геополитических изменений, а также высокой криминализацией современного общества, особенно в сфере финансовых отношений, что обуславливает возможность кризисного состояния субъектов хозяйствования вследствие финансовых потерь.

В этих условиях возрастает потребность в механизме мобилизации и оптимального управления финансовыми ресурсами с целью защиты бизнеса от противоправных усилий и негативных факторов, влияющих на финансовую безопасность предприятий.

Понятие финансовой безопасности в настоящее время носит широкий характер и рассматривается с различных точек зрения в зависимости от целей и объектов исследования. В научной литературе рассматриваются финансовая безопасность предприятий, отраслей, регионов, территорий и государства в целом, а также глобальная финансовая безопасность, обусловленная мировыми финансовыми кризисами.

В общем можно выделить наиболее универсальное определение понятия финансовой безопасности, которое определяет ее как состояние финансов и финансовых институтов, при котором обеспечивается гарантированная защита экономических интересов субъектов хозяйствования в долгосрочной перспективе, несмотря на наличие финансовых рисков [1, с. 116]. Финансовая безопасность предполагает готовность и возможность субъектов создавать механизмы реализации и защиты своих финансовых интересов в целях стабильности и социально-экономического развития.

Современными угрозами в сфере финансовой безопасности предприятия являются:

- нестабильность и преимущественно фискальный характер системы налогообложения;
- резкие изменения уровня цен и курса национальной валюты;
- криминализация в сфере финансов и масштабные объемы теневых операций с капиталом;
- финансовая зависимость от внешних источников финансирования, в том числе кредитования;
- несовершенство механизма рыночной конкуренции;
- сложное финансовое состояние предприятий, ведущее к кризису и банкротству.

Состояние финансовой безопасности предприятий рассматривается многими учеными как основной фундамент финансовой безопасности государства. В тоже время, финансовая безопасность предприятия затрагивает многоуровневую систему обеспечения экономической безопасности, где выделяют макроуровень и микроуровень [2, с. 290]. Финансовая безопасность определяет состояние защищенности финансово-экономических интересов субъектов хозяйствования в условиях существующих угроз.

Проблема снижения влияния современных угроз в сфере финансовых отношений выходит на новый стратегический уровень с развитием коммуникационных технологий управления финансами и внедрением цифровой экономики.

Для предприятий финансовая безопасность связана в первую очередь со своевременной идентификацией реальных и потенциальных угроз внутреннего и внешнего характера. Угрозы финансовой безопасности складываются как потенциально возможные или реальные действия злоумышленников или конкурентов, способных нанести моральный или материальный вред, ведущий к финансовым потерям.

Таблица – Параметры снижения угроз финансовой безопасности

Форма проявления угроз	Методы предупреждения угроз	Механизм обеспечения финансовой безопасности
Возникновение и углубление финансово-го кризиса	Антикризисное управление	Механизм «отсекания» лишнего», реорганизация предприятия
Возможность поглощения предприятия кредиторами	Антикризисное управление	Механизм реструктуризации задолженности в процессе санации предприятия
Снижение эффективности используемых финансовых инструментов и финансовых технологий	Финансовые инновации в управлении предприятием	Механизм внедрения современных инструментов и финансовых технологий
Критический уровень организационной культуры финансовых менеджеров	Эффективная кадровая политика предприятия	Внедрение эффективных организационных систем управления
Разбалансированность денежных потоков, снижение уровня финансовой стойкости предприятия	Управление финансовой стабильностью предприятия	Механизм синхронизации денежных потоков, оптимизация структуры капитала
Снижение эффективности финансовой деятельности	Управление прибылью и рентабельностью	Механизм обеспечения стойкого роста предприятия

Современные угрозы финансовой безопасности предприятия могут быть очень разнообразными и непредсказуемыми с точки зрения их временных рамок и финансовых последствий. Однако, они могут быть классифицированы по следующим признакам:

- по источникам возникновения: внутренние и внешние;
- по уровню тяжести последствий: угрозы с высокой, средней и низкой степенью тяжести последствий;
- по вероятности наступления: угрозы могут быть маловероятными и высоковероятными;
- по проявлению на разных этапах деятельности предприятия: на этапе создания, функционирования, реорганизации;

- по объекту посягания: денежные средства, ценные бумаги, имущество и другие активы, финансовая информация;
- по субъектам угроз: менеджеры высшего звена, работники финансовых служб; материально-ответственный персонал, служба охраны предприятия;
- по форме убытка: денежный, материальный, моральный, имиджевый [3, с. 205].

Одним из основных путей снижения угроз финансовой безопасности предприятий является формирование механизма обеспечения финансовой безопасности на основе идентификации форм проявления основных угроз и их предупреждения. Основные параметры снижения угроз финансовой безопасности приведены в таблице.

Своевременная идентификация финансовых угроз в той или иной форме их проявления позволяет снизить возможность их действия и предупредить возможные финансовые потери. Поэтому для повышения уровня финансовой безопасности предприятий важным является согласование методов предупреждения угроз и механизмов обеспечения финансовой безопасности.

Процесс обеспечения финансовой безопасности предприятия напрямую касается финансовых интересов собственников, среди которых важно обозначить главный финансовый интерес, на защиту которого должны быть направлены все усилия.

Библиографический список

1. Мельник О.О. Дослідження сучасних тенденцій та визначення методологічних основ забезпечення економічної безпеки підприємства // Економіка розвитку. Науковий журнал. ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2011. № 8. С. 116-118.
2. Антоненко В.М., Портнова Г.О. Методичні підходи до аналізу фінансової безпеки підприємств паливно-енергетичного комплексу України // Научные труды ДонНТУ. 2009. Вып. 36-1. С. 287-293.
3. Корнева А.А., Лабурдова И.П. Финансовые риски и управление ими в отраслях АПК // Развитие отраслей АПК на основе повышения эффективности использования ресурсного потенциала: материалы Международной научно-практической конференции. Киров, 2017. С. 205-208.

**ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

*Evaluation of the financial condition of agricultural organizations
of the Republic of Belarus*

Чепельников Ю.А., магистрант
Петракович А.В., к.э.н., доцент
Chepelnikov Y.A., Petrakovich A.V.

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная
академия», Республика Беларусь
Belarusian State Agricultural Academy

Аннотация. В статье рассмотрена утвержденная к применению методика оценки финансового состояния организаций. Выявлены недостатки, и предложены направления её совершенствования.

Abstract. *The article considers the approved method of assessing the financial condition of organizations. Shortcomings are revealed, and the directions of its improvement are offered.*

Ключевые слова: сельское хозяйство, финансовое состояние, баланс, коэффициенты.

Keywords: *agriculture, financial condition, balance, coefficients.*

Аграрный сектор является одной из важнейших отраслей в Республике Беларусь. Несмотря на то, что доля сельского хозяйства в структуре внутреннего валового продукта Республики Беларусь уменьшается (с 8,9% в 2010 году до 6,9% в 2017 году) следует учитывать, что на продукции сельского хозяйства держится вся пищевая промышленность республики. А пищевая промышленность - это примерно четверть всей промышленности страны. Кроме того, сельское хозяйство обеспечивает занятость населения (в сельских населенных пунктах проживает более 2 млн. человек), социальную сферу села.

Правильный анализ финансового состояния сельскохозяйственного предприятия является важным критерием его успешной деятельности в условиях рыночной экономики. В связи с этим все большее число предприятий уделяет особое внимание изучению методик оценки финансового состояния.

В нормативных документах Республики Беларусь финансовое

состояние рекомендовано определять по критерию неудовлетворительной структуры бухгалтерского баланса организации.

Так, Постановлением «Об определении критериев оценки платежеспособности субъектов хозяйствования» от 12.12.2011 года в качестве критериев для оценки удовлетворительной структуры бухгалтерского баланса организации, используются следующие показатели: коэффициент текущей ликвидности, коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами; коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами. Порядок расчета коэффициентов закреплен в Инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов от 27.12.2011 г.

Несмотря на простоту расчета показателей определенных в Инструкции по данным бухгалтерской отчетности многие ученые и практики указывают на существенные недостатки используемой методики:

- расчет предлагаемых показателей осуществляется только по бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках, что не позволяет учесть при анализе показатели притока и оттока денежных средств, нет возможности провести анализ элементов собственного капитала предприятия, источников их формирования [1, с.59];

- по причине возможных ошибок и умышленных искажений, а также проведением переоценок различными способами, отражением разных активов по реальной цене или по фактической себестоимости и др. бухгалтерский баланс предприятия не отражает реального положения дел в активах, капитале и обязательствах [2, с. 22];

- показатели оценки финансового состояния рассматриваются изолированно, вне увязки с имущественным положением, а также без учета динамики их изменения и сравнения с аналогичными предприятиями отрасли; рассчитываемые показатели не объясняют причины сложившейся ситуации и наблюдаемых тенденций в сфере финансового состояния предприятия.

В большинстве предлагаемых экономистами методик оценки финансового состояния используются 4 группы финансово-экономических показателей [3, с. 186]:

- 1) показатели ликвидности – характеризуют способность и возможность организации своевременно расплачиваться по своим обязательствам с кредиторами;

- 2) показатели финансовой устойчивости (надежности) – формируют представление о структуре капитала организации;

- 3) показатели состояния и использования основных средств;

- 4) показатели деловой активности (оборачиваемости капитала) –

отражают интенсивность оборачиваемости капитала и продолжительность оборота капитала за отчетный период.

Процессы совершенствования национальной системы бухгалтерского учета и финансовой отчетности и их сближение с МСФО направлены на формирование более качественной информации о финансовом состоянии и финансовых результатах деятельности хозяйствующих объектов.

Цель анализа финансовой отчетности, составленной в соответствии с МСФО, заключается в получении ключевых характеристик финансового состояния и финансовых результатов компании для принятия оптимальных управленческих решений различными пользователями информации.

Основными задачами анализа финансовой отчетности, составленной по МСФО, являются следующие: объективная комплексная оценка финансового состояния; оценка эффективности управления денежными потоками; анализ ликвидности и платежеспособности; анализ доходов, расходов и прибыли; анализ уровня и динамики показателей деловой активности; оценка эффективности дивидендной политики и использования чистой прибыли; анализ уровня и динамики показателей рентабельности; выявление и количественная оценка влияния факторов на результативность бизнеса; обоснование инвестиционной политики по привлечению (размещению) капитала; всестороннее исследование состава, динамики финансовых источников капитала и обязательств, оценка оптимальности его структуры.

Решение перечисленных задач позволит более точно и достоверно отражать финансовое состояние предприятий, выявлять угрозу их банкротства на более ранней стадии, а также снижать финансовые риски при проведении различных финансово-кредитных операций.

Библиографический список

1. Левкович М.П. Методика оценки финансового состояния предприятий Беларуси: проблемы и пути // Национальная экономика Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития: материалы научно-практической конференции. Минск, 2013. С. 58-60.
2. Смольский А. Расчет и оценка показателей финансового состояния организации // Финансовый директор. 2011. № 3 (99). С. 22-30.
3. Минина Н.Н. Оценка финансового состояния сельскохозяйственных организаций // Проблемы экономики: сборник научных трудов. Горки, 2015. С. 184-192.

**СЕКЦИЯ 3.
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

**ДИВЕРСИФИКАЦИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА В
РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН**

Diversification of the tourism industry in Republic of Kazakhstan

Адамсопиев Е.Б., студент
Аубакирова Ж.Я., д.э.н., профессор
Adamsopiyev E.B., Aubakirova Zh.Y.

Казахский национальный университет им. аль-Фараби,
Республика Казахстан
Al-Farabi Kazakh National University

Аннотация. Ключевым ориентиром развития Казахстана на ближайшую перспективу является улучшение или же диверсификация сферы туризма в экономике, без построения которой ни одна страна не способна конкурировать в глобальной экономике. По прогнозам самых успешных международных компаний, к 2050 г. четверть мировой экономики будет получать прибыль за счет туризма. Туризм по своей природе способен быстро проникать в экономику, изменять формы организации производства, повышая производительность труда, доходы общества и, соответственно, создавать условия для повышения качества жизни населения.

Abstract. *The key reference point of Kazakhstan's development in the near future is the improvement or diversification of the tourism sector in the economy, without which no country can compete in the global economy. According to the forecasts of the most successful international companies, by 2050 a quarter of the global economy will receive a profit from tourism. Tourism, by its nature, is able to quickly penetrate into the economy, change the forms of organization of production, increasing labor productivity, the income of society and, accordingly, create conditions for improving the quality of life of the population.*

Ключевые слова: цифровая экономика, туризм, информационные технологии, электронное правительство, человеческий капитал.

Keywords: *digital economy, tourism, information technologies, e-government, human capital.*

Туристическая отрасль признана государством одной из приоритетных отраслей экономики и активно поддерживается им. Основной целью развития туризма в Казахстане является создание высокоэффективного и конкурентоспособного туризма на мировом рынке.

На сегодняшний день для туристической отрасли стоят следующие задачи:

1) создание имиджа Казахстана для популярности страны в международном туристическом мире;

2) ознакомление иностранных граждан с историей и культурой Казахстана;

3) привлечение иностранного капитала в страну для развития туризма в Казахстане.

4) повышение культурного - образовательного уровня казахстанцев, а также ознакомление иностранных граждан с историей, культурой и бытом нашей страны [1].

В Казахстане за последнее время построено много первоклассных гостиниц, по комфортабельности и сервису, не уступающим отелям с мировым именем. Для развития туризма в Казахстане есть все, что нравится путешественникам всего мира.

На территории Казахстана расположено немалое количество как культурных, исторических, архитектурных памятников древности и современности, так и достаточное количество природных достопримечательностей, которые интересны туристам. Живописные места Казахстана для туризма ежегодно посещают тысячи туристов из-за рубежа. Удивительные красоты озер, фантастические ландшафты, заповедники, леса, бескрайние степи, чарующие горы и многое-многое другое все это Казахстан [2].

Интересно отметить, что для многих зарубежных гостей стал интересен медицинский туризм в Казахстане. Медицинский туризм – это совмещение отдыха за рубежом с получением высококвалифицированной медицинской помощи. В современном мире медицинский туризм относится к быстрорастущей сфере международного бизнеса, получившего широкое распространение в связи с открытостью международных границ, доступностью средств перемещения, но главным образом за счет неравенства стран в вопросах стоимости и качества медицинского обслуживания. Мировой рынок медицинского туризма сегодня оценивается экспертами в 15 млрд. долларов [3].

Сегодня медицинскому туризму в Казахстане уделяется огромное внимание, так как это один из важных статей доходов республиканского бюджета. В живописных районах Алтая создаются современные курортно-оздоровительные комплексы, которые специализируются на оказании медицинских услуг. Для достижения международных стандартов в области медицинского туризма в Казахстане подписан двухсторонний меморандум о сотрудничестве между АО «Национальный медицинский холдинг» (Казахстан) и Группа здравоохранения «Парквей Хоспиталс» (Сингапур) [4].

В рамках этой программы предусматривается предоставление сотрудникам своих клиник возможность стажировки, повышения медицинской квалификации по системе непрерывного медицинского образования.

Для оценки привлекательности туризма в Казахстане были использованы данные проведенных международной компанией «IPK» маркетинговых исследований.

На основании проведенных исследований определены сегменты иностранных потребителей по социально-демографическим факторам, которые представлены в следующем виде: англичане – 10% от всего туристского потока Казахстана, возраст – от 35 до 54 лет, образование среднее и высшее, 26% – семейные; вторая группа – корейцы составляют 8% от потока туристов, возраст – от 25 до 54 лет образование высшее, 39% – семейные пары; 3 группа – французы – 6% от потока туристов, возраст – от 25 до 54 лет, образование среднее и высшее, 32% семейные пары; 4 группа – немцы, возраст – от 35 до 54 лет, образование высшее и среднее, 24% – семейные пары; 5 группа – японцы – 1% от потока туристов, возраст – 45-65 лет, образование высшее, семейные пары составляют 10%.

Наибольшим интересом пользуется у иностранных потребителей степное сафари, а именно поездки на джипах по степям и национальная охота. Для данного вида туризма в Казахстане есть 20 ландшафтных зон, представленных степями с солеными и пресными озерами. На основании проведенного анализа вторичных данных сделаны следующие выводы: для привлечения иностранных туристов в Казахстан есть все необходимые ресурсы и определенная инфраструктура. Учитывая рейтинг интереса иностранных туристов к видам туров, можно сделать вывод, что для самого популярного степного сафари-туризма Казахстан обеспечен ресурсами, но вместе с тем наблюдается низкий уровень развития инфраструктуры. Даже при отсутствии инфраструктуры организация путешествия и привлечение иностранных туристов возможны, т.к. не требуется больших финансовых вложений.

Второе место по значимости отводится культурно-познавательному туризму, который представлен казахской национальной культурой, обычаями и менталитетом. Он особенно актуален в последние годы в контексте интереса со стороны европейских и американских туристов. Для данного туризма выделено 7 зон, в составе которых имеются отрезок Великого шелкового пути, культура кочевников, более 9 тысяч памятников, среди которых мавзолей «Ходжа-Ахмеда Яссауи», «Айша-Биби», «Бабаджи-Хатун», «Карахана» и «Давутбека», загадочный городище «Акыртас», подземная мечеть Бекет-Ата. Большую часть

исторических памятников Казахстана реставрировали и продолжают восстанавливать. Так же можно отметить и Туркистан [5].

Особую привлекательность у иностранных туристов вызывает часть Великого шелкового пути в Казахстане: турист может погрузиться в атмосферу войн древности, пройти путями средневековых батыров, увидеть руины древних городов, мавзолеи, знаменитые когда-то на всю степь бани городища Отрар, великое множество памятников каменного века, стоянок, петроглифов, поучаствовать в раскопках. Основой для развития данного туризма могут стать национальные юрточные городки, восстановленные и возрожденные традиции.

Кроме горного туризма, иностранных туристов привлекает экстремальный, спортивный и приключенческие виды туризма. Перспективным направлением в Казахстане представляется пляжный туризм на Каспийском море, озере Алаколь, Балхаше, Бухтарминском водохранилище [6].

Иностранные туристы проявляют интерес к Аральскому морю, посещение которого позволит увидеть необычные пейзажи: умерший порт, огромное кладбище кораблей, соляные долины. Не менее интересными являются поездки на Байконур, проживание в гостинице, предназначенной для космонавтов, осмотр места старта легендарных космических кораблей, их моделей и присутствие при запуске новых ракетносителей [7].

Также на нынешнем этапе хорошо популярны определенные туристические молодежные места как: БАО (Большое Алматинское Озеро), Тургенское ущелие, Иссыкское озера, Чиликские и Тургенские грязевые ванны, Медеу, Чимбулакские горы, Пик Фурманова и многие другие места по Казахстану.

Так как Казахстан, является молодым государством, то туризм является малоразвитым сектором в республике. Однако природа наделила нас не только сырьем, но и хорошим местоположением. И улучшение сектора туризма является только вопросом времени.

Библиографический список

1. Развитие туризма в Казахстане [Электронный ресурс]. URL: <http://bankreferatov.kz/economika/1927-razvitie-tyrizma-v-kazakhstane.html> (дата обращения: 10.08.2018).
2. Туристическая деятельность в Казахстане [Электронный ресурс]. URL: <http://www.zancompany.com/ru/news-articles/articles/6230/> (дата обращения: 10.08.2018).
3. Медицинский туризм: перспективы для Казахстана [Элек-

тронный ресурс]. URL: https://bnews.kz/ru/analysis/reviews/meditsinskii_turizm_perspektivi_dlya_kazahstana_ (дата обращения: 10.08.2018).

4. Национальный медицинский холдинг Казахстана и Сингапурский Parkway: стратегический альянс двух крупнейших медицинских холдингов Азии [Электронный ресурс]. URL: <https://www.caravan.kz/news/nacionalnyjj-medicinskijj-kholding-kazahstana-i-singapurskijj-parkway-strategicheskijj-alyans-dvukh-krupnejshikh-medicinskikh-kholdingov-azii-163602/> (дата обращения: 10.08.2018).

5. 12 мест в Казахстане, в которых нужно побывать каждому [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nur.kz/337760-12-mest-v-kazahstane-v-kotoryh-nuzhno-pobyvat-kazhdomu-foto.html> (дата обращения: 10.08.2018).

6. Отдых на казахстанском побережье Каспийского моря – не миф, а реальность [Электронный ресурс]. URL: https://total.kz/ru/news/stil_zhizni/otdyih_na_kazahstanskom_pobereje_kaspijskogo_morya_ne_mif_a_realnost (дата обращения: 10.08.2018).

7. Аральское море и причины его гибели [Электронный ресурс]. URL: <https://fishki.net/1382992-aralskoe-more-i-prichiny-ego-gibeli.html> (дата обращения: 10.08.2018).

УДК 336.71

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ БАНКОВСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Strategic development of banking institutions

Зайнетдинова А.Ф. магистрант
Залилова З.А., к.э.н., доцент
Zainetdinova A.F., Zalilova Z.A.

ФГБОУ ВО Башкирский ГАУ, Российская Федерация
Bashkir State Agrarian University

Аннотация. В статье приведено значение и необходимость стратегического планирования для любого действующего объекта экономики. Рассмотрена стратегия развития на примере АО «Россельхозбанк». Приведены предложения для удержания лидирующих позиций среди рейтинга банков страны.

Abstract. *The article presents the importance and necessity of strategic planning for any operating object of the economy. The development strategy is*

considered on the example of JSC "Russian Agricultural Bank". There are suggestions for keeping the leading position among the rating of banks in the country.

Ключевые слова: стратегия, развитие, планирование, банк, цель, миссия, экономика.

Keywords: *strategy, development, planning, bank, goal, mission, economy.*

Стратегия банка как для любого коммерческого предприятия это концептуальная основа его деятельности, в которой определены приоритетные цели и задачи, и пути их достижения. Именно она служит ориентиром для принятия всех видов решений, тем самым являясь основой всей системы банковского управления [1, с. 153]. Стратегия представляет собой детальный всесторонний комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии банка и достижение его целей. Говоря простыми словами – это план развития на долгосрочную перспективу [3, с. 322].

Любая стратегия представляет собой использование имеющихся ресурсов для достижения поставленных целей.

Стратегическое планирование в настоящее время, когда экономика находится в непонятном состоянии особенно актуально. Причем нельзя стратегию принять и двигаться в одном направлении. Время течет, все меняется и соответственно стратегия тоже должна постоянно корректироваться, с целью достижения поставленной в ней цели.

Рассмотрим стратегию развития на примере акционерного общества «Российский Сельскохозяйственный банк», который является одним из крупнейших банков в России. Он был создан еще в 2000 г. с целью развития национальной кредитно-финансовой системы АПК Российской Федерации. За годы развития он стал универсальным коммерческим банком, где можно получить все виды банковских услуг. Он по достоинству занимает лидирующие позиции в финансировании АПК России [2, с. 164; 4, с. 262].

Говоря о дальнейшем развитии с позиций укрепления своего влияния в финансовой системе страны, а также передовых мест в рейтингах банков необходимо помнить, о тех факторах, которые оказывают влияние на непосредственное развитие банка. Одним из основных моментов в развитии следует отметить развитие российской экономики в целом. Тут следует особенно подчеркнуть то, что в связи со всеми неурядицами в международных отношениях возникли ограничения в возможности привлечения российском бизнесом зарубежного фондирования. Ответные санкции со стороны нашей страны привели также к своим последствиям, среди которых ускоренный рост цен и

повышение уровня рентабельности в 2015 г, который превысил запланированные пороги в 5% в 2 с лишним раза. Все эти изменения сказались на финансовом состоянии заемщиков банков, что соответственно сказалось на невыполнении ожиданий и планов развития банка.

Для дальнейшего развития и выполнения своей миссии необходимо достижение следующих стратегических целей:

1) обеспечение лидирующей позиции в кредитовании и обслуживании АПК и смежных отраслей, включая увеличение рыночной доли в кредитовании сезонных работ и проектном финансировании;

2) диверсификация источников дохода путем укрепления позиций в кредитовании и обслуживании приоритетных отраслей и сегментов экономики Российской Федерации и населения.

3) укрепление позиций как эффективного, надежного и высокотехнологичного финансового института.

Подводя итог по всему выше сказанному конечно нельзя не отметить, что для достижения стратегических целей банка нужно и содействие государства как в части своевременной докапитализации Банка на планомерной основе и предоставления долгосрочного фондирования в целевых объемах, так и в части мер государственной поддержки заемщиков – субъектов приоритетных отраслей и сегментов экономики, а также стимулирования потребительского спроса населения [5, с. 73-74; 6, с. 110].

Библиографический список

1. Лобастова Д.Д., Сагадеева Э.Ф., Залилова З.А. Анализ рынка банковских услуг региона // Состояние и перспективы увеличения производства высококачественной продукции сельского хозяйства: сборник научных трудов VI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Уфа, 2016. С. 152-154.

2. Лукьянова М.Т., Асылбаева Л.Б. Финансовый результат предприятия как объект оценки и анализа // Социально-экономические проблемы развития аграрной сферы экономики и пути их решения: сборник статей Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 85-летию Башкирского государственного аграрного университета. Уфа, 2015. С. 164-168.

3. Лукьянова, М. Т. Совершенствование управления финансовыми результатами деятельности предприятий малого агробизнеса // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2016. Т. 15. С. 321-325.

4. Муллакаева Н.У., Залилова З.А. Проблема занятости на селе // Экономика и социум. 2012. № 2 (2). С. 262-263.

5. Фазрахманов И.И., Лукьянова М.Т. Теоретический анализ стратегии развития перерабатывающих предприятий АПК // Социально-экономические проблемы развития аграрной сферы экономики и пути их решения: сборник статей Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 85-летию Башкирского государственного аграрного университета. Уфа, 2015. С. 72-79.

6. Фазрахманов И.И., Лукьянова М.Т. Совершенствование системы ипотечного кредитования в условиях экономической неопределенности // Наука молодых – инновационному развитию АПК: материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых. Уфа, 2015. С. 107-112.

УДК 631.15:658 (470.333)

**РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ
НА МАТЕРИАЛАХ ООО «ТРИО» ВЫГОНИЧСКОГО РАЙОНА**

*Developing strategy of the enterprise development on the materials
of LLC "Trio" Vygonichy district*

Козлов С.В., студент
Бабьяк М.А., к.э.н., доцент
Kozlov S.V., Babyak M.A.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. В статье исследовано влияния внутренней и внешней среды на развитие конкретного предприятия. Обобщив полученные в ходе анализа данные, была сформулирована стратегия развития организации на основе вертикальной диверсификации отрасли картофелеводства.

Abstract. *The influence of internal and external environments on development of a concrete enterprise has been studied in the article. Having summarized the data obtained during the analysis, the Organization's development strategy was formulated on the basis of vertical diversification of the potato growing.*

Ключевые слова: стратегия, конкуренция, стратегическое планирование, диверсификация, прибыль, срок окупаемости проекта.

Keywords: *strategy, competition, strategic planning, diversification, profit, project payback period.*

По мере роста числа внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на деятельность предприятия, расширения использования на практике научных достижений, изменения характера потребительского спроса, усиления конкурентной борьбы, стратегия развития предприятия стала необходимым условием успешного развития организации в долгосрочной перспективе. Современные предприятия вынуждены приспосабливаться к условиям быстроизменяющегося внешнего окружения. В условиях турбулентно изменяющейся внешней среды именно стратегия развития предприятия позволяет определиться с направлениями формирования долгосрочных конкурентных преимуществ, обеспечивает эффективное использование имеющихся организационных преимуществ, нейтрализацию отраслевых угроз, дает возможность руководству определить позицию бизнеса в условиях жесткой конкурентной борьбы [1, с. 249].

Поэтому для предприятий, работающих в сфере агропромышленного комплекса, важное значение приобретает стратегическое планирование обеспечивающее должный уровень конкурентоспособности и рентабельности производимой сельскохозяйственными предприятиями продукции позволяющее сельскохозяйственным товаропроизводителям гибко и своевременно реагировать на вызовы со стороны внешнего окружения, оперативно использовать благоприятные возможности внешней среды, адекватно отвечать на внешние угрозы, рационально используя ресурсный потенциал организаций [2, с. 39-42].

Основные подходы к процессу стратегического планирования аграрной сферы могут быть представлены следующими положениями.

Во-первых, цель работы сельхозпредприятий заключается в удовлетворении потребностей населения в продуктах питания. Большинство продуктов питания не может быть произведено без участия агропромышленного комплекса, поэтому стратегия развития сельхозпредприятия является составной частью стратегии развития агропродовольственного комплекса в целом [3, с. 63].

Во-вторых, внешними факторами для аграрного сектора экономики являются динамика и уровень платежеспособного спроса. Структура производства должна быть ориентирована на запросы потребителей и на возможность потребителей к совершению покупок [4, с. 176].

В условиях нарастающих изменений, происходящих во внешнем окружении, долгосрочная эффективная работа сельхозпредприятия определяется, прежде всего, правильным и обоснованным выбором ориентиров развития стратегического характера [5, с. 15-18].

Открытое общество с ограниченной ответственностью «Трио», было создано 3 апреля 2017 года путем реорганизации – произошло укрупнение организации – к ООО «Трио» присоединено ООО «Деснянские Зори».

Исследование состояния внутренней среды предприятия было проведено по шести блокам.

Анализ состояния производственного блока показал, что процесс реорганизации ООО «Трио» путем слияния с ООО «Деснянские Зори» отразился на показателях, характеризующих размер предприятия. Значительными темпами увеличились стоимость валовой продукции в действующих ценах, денежная выручка, среднегодовая численность работников, среднегодовая стоимость основных средств, площадь сельскохозяйственных угодий, условное поголовье скота. До реорганизации в хозяйстве занимались исключительно производством и реализацией животноводческой продукции. После реорганизационных преобразований ООО «Трио» стало специализироваться на растениеводческой продукции. Так, в 2017 г. основную часть выручки хозяйству принесла реализация картофеля.

По результатам исследования блока материально-технического обеспечения ООО «Трио» установлено, что основные средства и оборотный капитал используется в хозяйстве эффективно и рентабельно.

Исследование состояния административного блока позволило сделать вывод о том, что общая эффективность управления за период исследования в ООО «Трио» повысилась на 30%.

В кадровом блоке внутренней среды также наметились положительные тенденции – рост численности персонала, повышение производительности труда и стабильный рост заработной платы.

Оценка финансового блока показала, что предприятие ООО «Трио» является платежеспособным, финансово независимым, рентабельным.

Значительным недостатком деятельности хозяйства является низкий уровень предприятия в области маркетинга.

По результатам обобщенной оценки состояния внутренней среды, проведенной с помощью SNW-анализа, установлено, что для ООО «Трио» наиболее характерны сильные позиции.

Факторы макросреды предприятия оценивались на основе результатов PESTE-анализа. Согласно профилю внешней среды косвенного воздействия группа политических факторов предоставляет ООО «Трио» больше возможностей, нежели угроз. Такая же тенденция отмечается в группе экономических факторов. В группах социальных, технологических и экологических факторов преобладают угрозы. В

целом можно отметить, что макросреда оказывает сдерживающее влияние на деятельность ООО «Трио», хотя возможностей для развития производства вполне достаточно.

Факторы микросреды хозяйства оценивались с помощью конкурентного анализа. Согласно профилю внешней среды прямого воздействия группа факторов внутриотраслевой конкуренции несет для ООО «Трио» больше угроз, нежели возможностей. Такая же тенденция отмечается в группе факторов «продукты-заменители». В группах таких факторов как «потенциальные конкуренты» и «покупатели» преобладают возможности. По группе факторов «поставщики» и угрозы и возможности могут быть реализованы с одинаковой степенью вероятности. В целом можно отметить, что микросреда оказывает положительное влияние на деятельность ООО «Трио».

В качестве метода стратегического планирования деятельности ООО «Трио» был выбран SPACE-анализ, результаты которого позволили определить положение хозяйства на рынке, сформулировать стратегию развития предприятия и методы ее реализации.

Исходя из того, что ООО «Трио» в настоящее время находится в оборонительном стратегическом состоянии, то элементами ключевой стратегии развития предприятия будут следующие: акцент на своевременное реагирование на угрозы со стороны внешнего окружения или же уход с рынка.

Вектор стратегической позиции ООО «Трио» попал в квадрат SPACE-матрицы «Защитная (оборонительная) позиция». Такое месторасположение вектора говорит о том, что руководству хозяйства следует акцентировать свое внимание на преодолении внутренних слабостей и нейтрализации угроз внешней среды. Возможными защитными стратегиями могут быть стратегия диверсификации, ликвидации, концентрической диверсификации, реорганизации или сокращения.

Результаты 3 этапа SPACE-анализа показали, что в настоящее время предприятие функционирует в малопривлекательной отрасли и характеризуется низкими конкурентными преимуществами. Воздействии, оказываемое со стороны внешнего окружения, значительны и не компенсируются имеющимся стратегическим потенциалом хозяйства.

Обобщив полученные в ходе SPACE-анализа данные, была сформулирована стратегия развития ООО «Трио»: «Наращивание стратегического потенциала хозяйства за счет развития производственных технологий на основе традиционной вертикальной диверсификации с учетом своевременного реагирования и на угрозы внешней среды с целью повышения конкурентоспособности предприятия в целом».

С целью обоснования решения о выборе отрасли, в которой

планируется реализовать стратегию диверсификации, с экономической точки зрения было проанализировано использование зерна, картофеля и молока в ООО «Трио». По результатам анализа установлено, что именно картофелеводство в ООО «Трио» является той отраслью, где необходимы стратегические изменения, именно в этой отрасли представляется целесообразным реализовать стратегию вертикальной диверсификации вперед.

Изучив перспективы развития рынка картофелепродуктов, а также конкурентную ситуацию на рынке региона, для ООО «Трио» в качестве оптимального варианта диверсификации деятельности было предложено мероприятие по установке и запуску линии по производству сушеного картофеля в упаковке. Такое направление развития позволит хозяйству решить проблемы порчи продукции, снизить зависимость предприятия от условий покупателей, диктующих цены на картофель в послеуборочный период [6, 7].

ООО «Трио» имеет возможность самостоятельно профинансировать предложенные преобразования, о чем свидетельствует размер нераспределенной прибыли и превышение размера собственного капитала над заемными средствами.

В результате успешной реализации стратегии развития предприятия ООО «Трио» получит дополнительно прибыль в размере 4820 тыс. руб., а рентабельность продаж по проекту составит 41,0%, что выше фактического уровня рентабельности на 0,5 п.п. Срок окупаемости предложенных преобразований около 1,5 лет.

Реализация разработанной стратегии развития предприятия позволит ООО «Трио» повысить эффективность производственно-хозяйственной деятельности и уровень конкурентоспособности организации в целом.

Библиографический список

1. Соколов Н.А., Кубышкин А.В., Бабьяк М.А. Монополии сдерживают рост производства молочных продуктов // Аграрная наука – сельскому хозяйству: сборник статей XII Международной научно-практической конференции. В 3 кн. Кн. 1. Барнаул: РИО Алтайского ГАУ, 2017. С. 248-251.

2. Кузьмицкая А.А., Кулакова Т.М. Основные направления совершенствования работы по внутрипроизводственному планированию на сельскохозяйственных предприятиях // Вестник Брянской государственной сельскохозяйственной академии. 2012. № 3. С. 39-42.

3. Коростелёв А.И., Коростелёва О.Н., Рыбикова А.А. Анализ

численности поголовья скота в хозяйствах Брянской области и производство основных продуктов животноводства // Международный журнал экспериментального образования. 2015. № 3. С. 62-64.

4. Кузьмицкая А.А., Бабьяк М.А. Реализация стратегии импортозамещения посредством инновационного развития картофелеводства // Социально-экономические и гуманитарные исследования: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2016. С. 172-177.

5. Подольникова Е.М. Управление инновационным развитием сельскохозяйственных предприятий // Инновационные подходы к формированию концепции экономического роста региона: материалы научно-практической конференции. Брянск, 2013. С. 15-18.

6. Кислова И.В. Современное состояние и проблемы развития картофелеводства в Брянской области // Социально-экономические и гуманитарные исследования: проблемы, тенденции и перспективы развития: сборник материалов Международной научно-практической конференции. Брянск, 2016. С. 88-95.

7. Раевская А.В., Каширина Н.А. Эконометрическая модель эффективности производства молока // Разработка концепции экономического развития, организационных моделей и систем управления АПК: сборник научных трудов. Брянск, 2015. С. 163-171.

УДК 631.15

СПЕЦИФИКА СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

The specificity of strategic management of agricultural enterprise

Купрюшина А.С., студент

Подольникова Е.М., к.э.н., доцент

Kuprushyna A.S., Podolnikova E.M.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация

Bryansk State Agrarian University

Аннотация. Хозяйственная независимость аграрных товаропроизводителей требует от них создания собственных стратегий развития, установления рыночных возможностей и конкурентоспособных преимуществ, учета стратегических угроз и опасностей. Правильное обдуманное стратегическое виденье, способность отвечать на изменение ситуационных условий и стремительно вводить в жизнь разработанную

стратегию гарантируют товаропроизводителю получение установленных результатов и удачную жизнедеятельность в перспективе.

***Abstract.** Economic independence of agrarian producers requires them to create their own development strategies, establishing the market opportunities and competitive advantages, integrating strategic threats and dangers. Properly informed strategic vision, the ability to respond to changing situational conditions and rapidly enter into the life of the strategy ensures commodity getting results and established a successful livelihoods in the long term.*

Ключевые слова: стратегия, стратегическое управление, сельскохозяйственное предприятие.

***Keywords:** strategy, strategic management, agricultural enterprise.*

Значение стратегического управления, позволяющего организациям выживать в конкурентной борьбе в долгосрочной перспективе, резко возросло в последние десятилетия [1].

Сейчас ни у кого уже не вызывает сомнения, что грамотный и продуманный стратегический менеджмент в условиях современной экономики является важнейшим и основополагающим условием успеха любого предприятия. В общем смысле стратегия менеджмента – это план управления предприятием, направленный на укрепление ее позиций, удовлетворение потребителей и достижение поставленных целей.

Стратегическое управление аграрным производством имеет характерные черты. Они вытекают из условий к формулированию и содержанию процесса стратегического управления, однако, в первую очередь, из главных закономерностей характера сельскохозяйственного производства. Наиболее значимыми факторами, влияющими на выбор стратегии сельскохозяйственным предприятием, являются:

1. Природно-климатические условия. Зависимость от природно-климатических условий объясняет потребность в рассмотрении окружающей среды как фактора, непосредственно влияющего на деятельность производителей, а не косвенно как для промышленных предприятий. Это обстоятельство считается весьма значимым элементом при разработке стратегии сельскохозяйственного предприятия, функционирующего одновременно на нескольких сырьевых (зерновом, молочном, мясном и т. д.) и продовольственном рынках [2].

2. Территориальная рассредоточенность производства, отдаленность структурных подразделений от административных центров, что усложняет поиск и переработку данных, ведет к несвоевременной корректировке выбранных стратегий на всех уровнях управления, запаздыванию принятия оперативных решений.

В то же время возможность построения органов управления

сельскохозяйственного предприятия по территориально-производственному принципу увеличивает важность децентрализации управления, расширения пределов самостоятельности внутрихозяйственных подразделений, наличия у них больших прав в принятии решений, в особенности в сфере оперативно-хозяйственной деятельности, формирования эффективных средств коммуникации [3].

3. Изменения в демографической и социально-культурной среде. В первую очередь, большая часть продукции сельского хозяйства удовлетворяет физиологические потребности населения в продуктах питания, а изменения в социально-культурной среде оказывают влияние на структуру потребления продуктов питания, зависящая также и от денежных доходов населения. Несмотря на то, что спрос на сельскохозяйственную продукцию устойчивый и меньше подвержен изменениям, чем на продукцию других отраслей, структура потребления сельскохозяйственных товаров способна меняться как в сторону увеличения потребления наиболее дорогостоящей продукции (мясо и мясосопродукты, молочные продукты, рыба), так и в сторону менее дорогих продуктов питания (хлеб, картофель, овощи, макаронные изделия).

4. Сезонность производства. Дополнительные сложности в организации производства, реализации продукции и достижении поставленных целей создаются из-за неравномерного получения продукции по сезонам года, высокий уровень зависимости от поступления оборотных средств в весенний период, преобладание предложения над спросом летом и осенью. В связи с этим необходимо исследовать конъюнктуры отраслевых рынков и направлений их развития, уметь спрогнозировать ситуацию на рынке и вовремя и правильно отреагировать на происходящие изменения.

5. Многообразие организационно-правовых форм хозяйствования. В связи с этим взаимоотношения товаропроизводителей с региональными органами управления и с другими субъектами сельскохозяйственного рынка складываются по-разному.

Все перечисленные факторы устанавливают особые требования к анализу внешней и внутренней среды аграрного товаропроизводителя, а также выбору стратегии его развития [4].

Деятельность современного аграрного комплекса невозможна без стратегического управления. В рамках стратегии агропромышленного комплекса каждое сельскохозяйственное предприятие способно устанавливать стратегию своего развития на конкретный период.

Определение стратегии управления сельскохозяйственной организацией дает возможность влиять на динамику, факторы и уровень эффективности производства организации в долгосрочной перспективе.

Важная стратегическая задача менеджмента агропромышленного комплекса – направленность всей системы управления на:

- многосторонний учет отечественных и мировых стандартов и достижений в технологии менеджмента;
- совершенствование взаимоотношений в сельхозпредприятиях и организациях агропромышленного комплекса;
- предоставление высококачественного уровня подготовки и переподготовки управленческих кадров [5].

В связи с этим растет роль культуры и компетентности управления, применения экономических рычагов, таких как прогнозирование развития производства и его технологий; долгосрочное планирование (прогноз стратегического характера) на уровне отраслей, сельхозпредприятий и организаций, а также на уровне их подразделений. Для менеджмента важно то, что исходные принципы плановой работы изменятся от будущего к настоящему, а не от прошлого к будущему [6].

Отметим, что от состояния стратегического подхода основные резервы стабилизации и развития производства агропромышленного комплекса находят в зависимости от «внешних» условий хозяйствования, от их воздействия с учетом реальных возможностей предприятий агропромышленного комплекса и их первичных структурных звеньев. С учетом всего этого управляющим кадрам и специалистам важно обеспечивать перестройку собственного мышления с проблем внутрипроизводственных на «внешние», уметь дать оценку своей организации как единой социально ориентированной системе, учиться быстро адаптироваться к изменениям рыночных условий и реагировать на новшества в сельском хозяйстве.

Таким образом, при выборе стратегии развития руководителям и специалистам агропромышленного комплекса, с учетом специфических условий на местах, необходимо:

- во всей хозяйственной и коммерческой деятельности регулярно принимать во внимание фактор неопределенности;
- учиться вовремя делать переоценку в зависимости от изменений «внешних» обстоятельств хозяйствования;
- обладать способностью обнаруживать слабые стороны, выявлять реальные возможности быстрого и адекватного реагирования на возникающие трудности;
- обеспечивать четкую ориентацию сельскохозяйственной организации на повышение результативности хозяйственной и коммерческой деятельности при одновременном решении социальных проблем;
- учитывать слабые и сильные стороны конкурентов;
- добиваться рационального сочетания стратегии развития пред-

приятия и стратегического обеспечения маркетинговой деятельности аграрных товаропроизводителей, их кооперативов и других систем по реализации продукции, развития прямых связей производителей и потребителей [7];

– четко устанавливать полномочия и прямые обязанности, кроме того улучшать в процессе планирования систему взаимодействия руководителей, специалистов и всех работников агропромышленного комплекса.

Таким образом, единую концепцию стратегического планирования в сельскохозяйственных предприятиях можно представить как систему современного управления, которая направлена на улучшение социально-экономического положения сельскохозяйственных товаропроизводителей через гибкое и оперативное решение запросов потребителей продукции и сырья. Стратегические планы должны корректироваться в зависимости от изменений внутренних возможностей и внешних условий. Успех разработки и реализации стратегии возможен только благодаря творческому сотрудничеству руководителей и специалистов всех подразделений сельскохозяйственного предприятия.

Библиографический список

1. Ахрамеева Н.Ю. Управление конкурентоспособностью сельскохозяйственного предприятия // Вклад молодых ученых в аграрную науку: материалы Международной научно-практической конференции. Кинель, 2017. С. 491-494.

2. Хлопяников А.М., Хлопяникова Г.В., Подольникова Е.М. Экономическая безопасность региона при возделывании сельскохозяйственных культур на загрязненных почвах // Экономика. Социология. Право. 2016. № 1. С. 34-40.

3. Подольникова Е.М., Соколов Н.А. Инновационный менеджмент в агробизнесе // Разработка концепции экономического развития, организационных моделей и систем управления АПК: сборник научных трудов. Брянск, 2015. С. 172-178.

4. Подольникова Е.М. Методы реализации инновационной политики в АПК // Трансформация экономики региона в условиях инновационного развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2011. С. 169-172.

5. Подольникова Е.М., Любочко Т.С. Развитие агробизнеса в муниципальном образовании // Социально-экономические и гуманитарные исследования: проблемы, тенденции и перспективы развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2016. С. 415-419.

6. Подольникова Е.М. Управление инновационным развитием сельскохозяйственных предприятий // Инновационные подходы к формированию концепции экономического роста региона: материалы научно-практической конференции. Брянск, 2013. С. 15-18.

7. Подольникова Е.М., Хлопяников А.М. Выбор стратегии маркетинга для предприятий АПК // Актуальные вопросы экономики и агробизнеса: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. В 4 ч. Ч. 3. Брянск, 2017. С. 38-43.

УДК 631.15

**УПРАВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИМИ ИЗМЕНЕНИЯМИ В
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Managing strategic change in production activity agricultural enterprise

Лобанов А.Ю., студент
Поседыко Н.А., к.э.н., доцент
Lobanov A.Yu., Posedko N.A.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. Рассмотрено управление стратегическими изменениями в производственной деятельности сельскохозяйственного предприятия, обосновано использование экструдера для приготовления комбикормов, предложены мероприятия по совершенствованию социально-психологического механизма в хозяйстве.

Abstract. *Management of strategic change in the production activities of agricultural enterprises is considered, the use of the extruder for the preparation of animal feed is justified, measures to improve the socio-psychological mechanism in the economy is proposed.*

Ключевые слова: стратегические изменения, управление производством, хозяйственный механизм управления, организационный механизм, экономический механизм, социально-психологический механизм.

Keywords: *strategic change, production management, economic management mechanism, organizational mechanism, economic mechanism, socio-psychological mechanism.*

Центральным звеном предприятия является производство. Оно организуется на основе рационального сочетания средств, предметов труда и самого труда для реализации производственного процесса.

Сущность управления производством заключается в том, что оно обеспечивает реализацию поставленных целей, выделение ресурсов, осуществление контроля за ходом производства.

Искусство управлять производством – это значит уметь предвидеть прогрессивные изменения в производстве и управлении, организовывать работу исполнителей, распорядиться, координировать и контролировать действия работающих.

В ООО «Нива» СП «Комаричи» Брянского района основным видом деятельности хозяйства является выращивание зерновых и зернобобовых культур.

Общая земельная площадь ООО «Нива» СП «Комаричи» составляет 1629 га, пашня занимает более 88% от общей площади. Посевная площадь зерновых и зернобобовых колеблется по годам от 760 до 870 га. Следует отметить, что зерновые культуры традиционно возделываются в Брянской области и их средняя урожайность растет в динамике (в 2017 г. 44,7 ц/га) [1, 2].

Рост объема производства зерна способствует увеличению уровня самообеспечения региона продовольствием [3, 4, 5].

Стоимость валовой продукции в хозяйстве в 2017 г. по отношению к 2015 г. возросла на 56,0% или на 17014 тыс. руб., к 2016 г. – на 18,8% или на 7509 тыс. руб. Выручка хозяйства сократилась на 7%. Отмечается существенное сокращение поголовья животных – на 21%

Размер товарной сельскохозяйственной продукции вырос за период на 4638 тыс. руб. или на 17,4%. В структуре товарной продукции основную роль играет отрасль животноводства. При этом наибольший удельный вес занимает молоко (от 42,1 до 45,9%). Специализация у хозяйства молочно-зерновая.

Большую часть произведенной продукции хозяйство реализует на рынок сельскохозяйственной продукции региона по различным каналам. Выбор способа реализации проводится на основе анализа совокупных издержек [6].

Анализ показал, что в 2017 г. по отношению к 2015 г. стоимость валовой продукции в действующих ценах в расчете на 100 га сельскохозяйственных угодий увеличилась на 56%, а денежная выручка и прибыль от продаж в расчете на 100 га сельскохозяйственных угодий снизилась на 7% и 51,7% соответственно.

В 2017 г. по отношению к 2015 г. стоимость основных средств увеличилась на 21547 тыс. руб. (в 2,4 раза). Рентабельность использования основных средств за этот период снизилась на 1,2%.

Выросла производительность труда по прибыли от продаж и чистой прибыли в 2,4 раза и 31,6% соответственно. Снижение производительности труда произошло только по денежной выручке - на 7%.

Изучение управления производством показало, что производственная деятельность осуществляется через хозяйственный механизм управления, в который, в свою очередь, входят три вида механизмов:

- организационный механизм;
- экономический механизм;
- социально-психологический механизм.

Рассматривая организационный механизм, следует отметить, что деятельность ООО «Нива» СП «Комаричи» регламентируется Уставом, в котором прописаны основные положения деятельности общества с ограниченной ответственностью.

Кроме того, в организации имеются правила внутреннего трудового распорядка, которые регламентируют режим рабочего времени и отдыха работников ООО «Нива» СП «Комаричи».

К документам, регламентирующим деятельность ООО «Нива» СП «Комаричи» в целом, относится штатное расписание. Для регулирования работы отдельных работников на предприятии существуют должностные инструкции, в которых прописаны основные функции, обязанности, права и ответственность работника организации.

В рамках экономического планирования в хозяйстве рассматриваются такие мероприятия, как: подготовка и переквалификация кадров, распределение должностных полномочий между служащими и разработка технологий управления.

Основным методом экономического воздействия, используемым в ООО «Нива» СП «Комаричи» является материальное стимулирование, которое представляет собой оплату труда, различные доплаты и премирование. Средний размер начисленной заработной платы по предприятию в 2015 г. составил 14,0 тыс. руб., в 2016 г. – 16,5 тыс. руб., в 2018 г. – 16,3 тыс. руб.

Результаты проведенного анализа свидетельствуют, что в 2016 году по сравнению с 2015 годом общая эффективность системы управления снизилась на 51%.

Социально-психологический механизм управления представляет собой совокупность социально-психологических методов управления. Данный механизм направлен на сознание и социальные условия работников.

Одним из видов социально-психологического воздействия в ООО «Нива» СП «Комаричи» является моральное стимулирование. За различные заслуги, выполнение плана и поручений начальства работникам присваиваются почетные звания и вручаются почетные награды. Основными социально-психологическими методами управления трудовыми коллективами являются:

- методы морального стимулирования (например, поощряется весь коллектив за результаты работы);
- конструктивная критика;
- методы социальной приемственности (например, ежегодно проводимые праздники);
- похвала;
- убеждение;
- соревнование.

Расчеты показали, что в 2016 году по сравнению с 2015 годом общая эффективность системы управления снизилась на 51%, а в 2017 году по отношению к 2016 году повысилась на 26%.

Для совершенствования организационного механизма мы предлагаем мероприятие по эффективному использованию ресурсов.

ООО «Нива» СП «Комаричи» обладает большим преимуществом – выгодным месторасположением, т.к. находится близко от п. Комаричи.

Для предприятия целесообразно было бы больше внимания уделять производству зерновых культур и организовать их переработку [7]. Такой переработкой могло бы стать экструдирование.

Установка используется для производства высококачественных кормов, которые применяются во всех отраслях животноводства. Для экструдирования используют разнообразные смеси зерновых и зернобобовых культур. В наши дни, при использовании интенсивных технологий производства продукции животноводства, использование экструдата не просто более эффективно, а попросту незаменимо.

Предприятие получит дополнительную выручку от оказания услуг. Производство и реализация комбикорма и кормосмесей, изготовленных из собственного сырья, а также сырья заказчика, принесет предприятию прибыль (табл.)

Таблица – Эффективность предлагаемых мероприятий

Показатели	Факт	Проект	Отклонения, (+;-)
Выручка – всего, тыс. руб.	26512	28271	1759
-за счет оказания услуг по производству комбикормов	-	1759	1759
Себестоимость – всего, тыс. руб.	26308	27235	927
-за счет оказания услуг по производству комбикормов	-	927	927
Чистая прибыль, тыс. руб.	204,0	1036	832
Уровень рентабельности продаж, %	0,77	3,6	2,83 п. п.

Расчеты показывают, что увеличение выручки за счет оказания услуг и продажи переработанного зерна составит 1759 тыс. руб, прибыль вырастет на 832 тыс. руб., а уровень рентабельности – на 2,83 п.п.

Другим мероприятием для совершенствования управления производством в хозяйстве является совершенствование социально-экономического механизма. Предложено провести ряд мероприятий, например, ввести звание лучший работник месяца или года, установить стенд для размещения информации с благодарностями, организация юбилея сотрудника и т.д.

Предложенные элементы системы мотивации помогут руководству ООО «Нива» СП «Комаричи» лучше стимулировать своих сотрудников к труду и повышать эффективность работы персонала, а, следовательно, и эффективность функционирования всего хозяйства. По данным ряда авторов улучшение социально-психологического климата в коллективе способствует повышению производительности труда минимум на 3-5%.

Прогнозные расчеты, свидетельствуют о росте всех показателей, характеризующих эффективность деятельности ООО «Нива» СП «Комаричи». Планируемая выручка увеличится на 1326 тыс. руб., а прибыль от продаж вырастет на 668 тыс. руб., что позволяет оценить предложенные мероприятия как эффективные.

Библиографический список

1. Сельское хозяйство Брянской области: стат. сб./ Брянскстат. Брянск, 2017. 224с.
2. Дьяченко В.В., Дьяченко О.В. Организационно-технологическое обоснование возделывания травянистого сорго в Брянской области // Агро XXI. 2012. № 10-12. С. 5-8.
3. Поседько Н.А., Каширина Н.А. Повышение уровня самообеспечения региона основными видами продовольствия // Актуальные вопросы экономики и агробизнеса: материалы VIII Международной научно-практической конференции. В 4 ч. Ч. 4. Брянск, 2017. С. 271-277.
4. Поседько Н.А., Каширина Н.А. Бабьяк М.А. Формирование и развитие рынка сельскохозяйственной продукции в регионе // Разработка концепции экономического развития, организационных моделей и систем управления АПК: сборник научных трудов. Брянск, 2015. С. 58-63.
5. Раевская А.В., Каширина Н.А. Российский экспорт зерна в

современных условиях // Вестник Брянской ГСХА. 2017. № 3 (61). С. 14-19.

6. Гизатулин И.А., Хохрина О.М. Стратегическое управление предприятием // Актуальные проблемы состояния экономики региона: взгляд молодых: материалы студенческой научно-практической конференции. Брянск, 2013. С. 253-255.

7. Подольникова Е.М. Внедрение перерабатывающих производств как фактор повышения эффективности сельскохозяйственных предприятий // Вестник Брянской ГСХА, 2012. № 3. С. 42-44.

УДК 330:658

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ООО «АГЕНТ»

Strategig planning in AGENT LLC

Лысова А.А., студент
Залилова З.А., к.э.н., доцент
Lysova A.A., Zalilova Z.A.

ФГБОУ ВО Башкирский ГАУ, Российская Федерация
Bashkir State Agrarian University

Аннотация. В статье рассматривается стратегическое планирование аутсорсинговой компании ООО «Агент». Рассмотрены особенности этого процесса и этапы планирования в данной конкретной организации.

Abstract. *The article discusses the strategic planning of the outsourcing company LLC "Agent". The features of this process and the planning stages in this particular organization are considered.*

Ключевые слова: аутсорсинг, планирование, стратегия, компания, услуги, развитие.

Keywords: *outsourcing, planning, strategy, company, services, development.*

Стратегическое планирование играет немаловажную роль в развитии аутсорсинговой компании ООО «Агент», и без него довольно непросто предположить успешную работу компании. В современном мире, учитывая быстро развивающую экономику невозможно добиться положительных результатов, не планируя своих действий и не прогнозируя последствий [1, с.101; 2, с. 153].

Благодаря системе стратегического планирования аутсорсинговая компания может определиться с направлением и темпом развития бизнеса, проанализировать все дальнейшие изменения, выявить сильные и слабые стороны, чтобы оно было более конкурентоспособным и успешным [3, с. 164-165; 4, с. 58].

Основной целью стратегического планирования в ООО «Агент» является успешное и долгосрочное развитие компании и высокий рост экономических показателей.

Задачи стратегического планирования компании ООО «Агент» состоят в следующем:

- ориентация на долгосрочную перспективу;
- определение факторов, влияющих на финансовое состояние.
- разработка комплексов маркетинга, ориентированных прежде всего на удовлетворение потребностей клиентов.

Процесс стратегического планирования компании состоит из следующих этапов:

1) На первом этапе самым существенным решением будет выбор целей компании.

2) На втором этапе необходимо проанализировать анализ среды, т.е. определить существующие угрозы и возможности для компании. Компания должна четко определить сильные и слабые стороны, для того, чтобы воспользоваться внешними возможностями и исключить проблемы, связанные с внешними опасностями.

3) Изучить альтернативные пути деятельности фирмы и выбрать наиболее выгодные варианты для достижения поставленных целей.

4) Немаловажную роль следует отвести выбору партнера-аусорсера или поставщика услуг.

5) Следующим этапом является разработка аутсорсинг-проекта и договора (контракта), включающая в себя определение конкретных критерий сотрудничества и его правовых основ.

Стоит заметить, что самым важным этапом стратегического планирования ООО «Агент», как компании предоставляющей услуги прежде всего является направленность на удовлетворение запросов потребителей. Компания должна определить категорию потребителей и выявить их запросы. При осуществлении стратегического планирования, компании необходимо определить значимость услуг для клиентов. Важно, чтобы, компания ООО «Агент» была конкурентоспособна. Основными факторами конкурентоспособности является ценообразование и качество оказываемых предложений.

С помощью грамотно построенного стратегического плана можно увеличить конкурентоспособность, качество оказываемых услуг и доходность организации ООО «Агент».

В развитии стратегического планирования компания ООО «Агент» оценивает долгосрочный эффект от сотрудничества со своими клиентами и приобретает широкие возможности совершенствования именно тех сторон своей деятельности, которые играют ключевую роль в достижении конкурентных преимуществ. Стратегическое значение аутсорсинга для развития компании в условиях постоянной борьбы с наименее изобретательными и сильными конкурентами бесспорно.

Для дальнейшего развития организации важна проработка законодательной базы, разработка комплексов маркетинга, ориентированных прежде всего на удовлетворение потребностей клиентов и поддержание с ними партнерских отношений, а также на создание благоприятного имиджа фирмы [5, с. 65; 6, с. 72].

Из всего выше сказанного можно сказать, что стратегическое планирование является инструментом повышения конкурентоспособности компании ООО «Агент», то есть позволяет выстраивать деятельность компании с учетом требований клиентов, учитывать факторы внешней среды, влияющие на организацию. На основе стратегического плана разрабатывается план мероприятий по совершенствованию организации.

Библиографический список

1. Зобнина Д.В., Фадеева Е.А. Формирование и разработка финансовой стратегии предприятия // Вестник магистратуры. 2014. № 4. Т. 2. С. 100-103.
2. Лобастова Д.Д., Сагадеева Э. Ф., Залилова З.А. Анализ рынка банковских услуг региона // Состояние и перспективы увеличения производства высококачественной продукции сельского хозяйства: сборник научных трудов. VI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Уфа, 2016. С. 152-154.
3. Лукьянова М.Т., Асылбаева Л.Б. Финансовый результат предприятия как объект оценки и анализа // Социально-экономические проблемы развития аграрной сферы экономики и пути их решения: сборник статей Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 85-летию Башкирского государственного аграрного университета. Уфа, 2015. С. 164-168.
4. Фадеева Е.А., Маргарян А.А. Особенности стратегического управления малыми предприятиями в современных условиях // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2015. № 1. С. 56-59.
5. Фадеева Е.А., Громышова О.С. Стратегическое планирование как инструмент повышения конкурентоспособности продукции предприятия // Молодой ученый. 2017. № 41. С. 64-67.

6. Фазрахманов И.И., Лукьянова М.Т. Теоретический анализ стратегии развития перерабатывающих предприятий АПК // Социально-экономические проблемы развития аграрной сферы экономики и пути их решения: сборник статей Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 85-летию Башкирского государственного аграрного университета. Уфа, 2015. С. 72-79.

УДК 631.15

СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Development strategy agricultural enterprises

Пимахов Р., студент
Хохрина О.М., к.э.н., доцент
Pimakhov R., Hohrina O.M.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. Наличие элементов стратегического управления в сельскохозяйственных предприятиях является основой их эффективного развития. При этом в современных, неблагоприятных условиях хозяйствования, сельскохозяйственным организациям целесообразно сосредоточиться на стратегиях диверсифицированного роста и снижения издержек.

Abstract. *The presence of elements of strategic management in agricultural enterprises is the basis of their effective development. At the same time, in today's unfavorable economic conditions, it is advisable for agricultural organizations to focus on strategies for diversified growth and cost reduction.*

Ключевые слова: сельскохозяйственное производство, стратегическое развитие, стратегия диверсифицированного роста, стратегия снижения издержек.

Keywords: *agricultural production, strategic development, diversified growth strategy, cost reduction strategy.*

В настоящее время неоспоримым фактом является то, что наличие элементов стратегического управления в сельскохозяйственных предприятиях становится прочным фундаментом их эффективного развития.

Современные ученые, такие как профессор Золотарева Е.Л., предлагают разграничивать три области применения стратегии сельскохозяйственной организации на рынке:

1. Лидерство в издержках при производстве продукции сельского хозяйства;
2. Уровень специализации сельскохозяйственных товаропроизводителей;
3. Сосредоточение усилий предприятия на конкретном рыночном сегменте [1, с. 3].

Применение тех или иных стратегий развития сельскохозяйственных предприятий во многом зависит от наличия стратегического потенциала, который определяется совокупностью следующих факторов:

- наличием стратегических ресурсов;
- количеством и качеством каждого вида используемых ресурсов;
- степенью использования ресурсов.

Успешность выработки и реализации стратегии развития предприятий зависит от грамотного сочетания количественных и качественных подходов и методов.

Особенность сельского хозяйства состоит в том, что результаты производственно-хозяйственной деятельности во многом определяются природно-климатическими факторами, процесс производства характеризуется ярко выраженной сезонностью. Условия внешней среды изменяются гораздо более высокими темпами, чем быстрота ответной реакции товаропроизводителей аграрной сферы, что и предопределяет актуальность стратегического подхода к управлению.

Стратегическое управление в отрасли сельского хозяйства позволяет ослабить силу влияния не только нестабильной рыночной среды, но и природной, одновременно обеспечивая его устойчивое развитие и конкурентоспособность в долгосрочной перспективе [2, с. 182].

Количество стратегий, имеющих место в системе стратегического управления, достаточно велико. Так, профессор Боровских Н.В. предлагает на уровне предприятия рассматривать корпоративные, конкурентные и операционные (функциональные) стратегии.

В основе представленной системы – значимость и перспективность стоящих перед организацией задач.

По мнению Н.В. Боровских, для сельскохозяйственных организаций применимы следующие конкурентные стратегии:

1. Стратегия достижения лидерства на рынке за счет низких издержек;
2. Стратегия диверсификации производства;
3. Стратегия дифференциации на локальном рынке;
4. Стратегия обслуживания малых сегментов рынка;
5. Стратегия интеграции и кооперации.

Возможности применения вышеперечисленных стратегий определяются внутренними ресурсными, производственными и маркетинговыми возможностями самой сельскохозяйственной организации, а также спецификой конкуренции в отрасли и на товарном рынке [3, с. 9].

Масштабную работу проделали ученые Банникова Н.В. и Тенищев А.В. Ими был проведен анализ многочисленных трудов специалистов в области стратегического менеджмента, на основании которых дана оценка возможности применения в сельском хозяйстве базовых стратегий. Основные выводы ученых состоят в том, что предпочтение должно быть отдано стратегиям диверсификации производства и снижения издержек [4].

Представленные данные подтверждают, что в современных, неблагоприятных условиях хозяйствования, сельскохозяйственным организациям целесообразно сосредоточиться на стратегиях диверсифицированного роста и снижения издержек.

Диверсификация деятельности предприятий состоит в распределении сил и средств между различными видами деятельности. Следование стратегии диверсификации позволяет отрицательный результат от одного вида деятельности компенсировать положительным результатам другого.

Для предприятий агропромышленного комплекса значение диверсификации исключительно важно, что объясняется сезонностью аграрного производства и неравномерностью использования ресурсов в зависимости от времени года. Диверсификацию деятельности разумно осуществлять за счет продукции, затраты труда и материальных ресурсов на производство которой приходятся в периоды наименьшей трудовой активности.

Диверсификация дает возможность использовать имеющиеся у предприятия ресурсы более эффективно. Так, выращивание различных видов сельскохозяйственных растений позволяет:

- повышать урожайность за счет использования научно обоснованных севооборотов;

- более равномерно загружать сельскохозяйственную технику;

- эффективно использовать рабочую силу за счет выравнивания производственной нагрузки;

- оставаться экономически эффективным и способным вести расширенное воспроизводство при нестабильных факторах внешнего окружения;

- нивелировать риски, возникающие от изменения конъюнктуры рынка путем предложения более широкого ассортимента товаров [5, с. 75].

Стратегия диверсификации позволяет снижать риски в случае

наличия у сельскохозяйственного товаропроизводителя отраслей, в разной степени зависимых от природно-климатических факторов. Оптимальным вариантом для аграриев является сочетание отраслей с противоположной ценовой динамикой. Так, в случае снижения цены на один вид сельскохозяйственной продукции, потери можно компенсировать устойчивой ценой или ее незначительным ростом на другие виды продукции [6, с. 333].

Практикой доказано, что диверсифицированные предприятия благодаря своей маневренности, оказываются более эффективными чем узкоспециализированные, поскольку наличие нескольких направлений деятельности способствует увеличению ассортимента и росту объемов производства.

Что касается стратегии снижения издержек, то ее следует выбирать, когда отрасли присущи следующие характеристики: острая ценовая конкуренция; стандартный товар с отсутствием возможности к дифференциации; стандартное применение товара; взаимодействие с крупными покупателями, заинтересованными в снижении цены. Очевидно, что данные условия применимы к сельскому хозяйству.

Также особенностью аграрного производства состоит в том, что влияния природно-климатических условий ослабляет зависимость между количеством использованных ресурсов и объемом полученной продукции. Поэтому в сельскохозяйственном производстве актуально именно снижение удельных издержек, которое возможно и при росте валовых затрат, если продуктивность при этом растет более высокими темпами.

Таким образом, необходимость в следовании принципам стратегического управления сельскохозяйственными предприятиями возрастает в условиях нестабильности внешней среды, роста конкуренции, дефицита материальных и финансовых ресурсов. Поэтому те менеджеры, которые умело прогнозируют и учитывают постоянные изменения внешней среды, не только снижают хозяйственные и другие риски, но и достигают успеха за счет достижения стратегических и тактических целей своего развития.

Библиографический список

1. Золотарёва Е.Л., Конорев К.М. Стратегическое управление сельскохозяйственными предприятиями // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2010. Т. 4, № 4. С. 2-4.
2. Швецова О.А., Хохрина О.М., Соколов Н.А. Стратегический анализ внешней среды в аграрном секторе экономики // Разработка концепции экономического развития, организационных моделей и систем управления АПК: сборник научных трудов. Брянск, 2015. С. 179-186.

3. Боровских Н. В. Формирование и развитие конкурентных стратегий субъектов хозяйствования агропромышленного комплекса (на примере АПК Западной Сибири): автореф. дис. ... д-ра экон. наук. Екатеринбург, 2008. 48 с.

4. Банникова Н.В., Тенищев А.В. Классификация базовых стратегий в сельском хозяйстве [Электронный ресурс]. URL: <http://www.uecs.ru/uecs-34-342011/item/714-2011-10-24-05-47-13> (дата обращения: 17.06.2018).

5. Хохрина О.М. Состояние и организация использования машинно-тракторного парка в условиях Брянской области // Вестник ФГОУ ВПО Московский государственный агроинженерный университет им. В.П. Горячкина. 2011. № 6 (51). С. 74-77.

6. Хохрина О.М. Тенденции аграрной политики Брянской области // Никоновские чтения. 2011. № 16. С. 332-333.

7. Подольникова Е.М., Любочко Т.С. Развитие агробизнеса в муниципальном образовании // Социально-экономические и гуманитарные исследования: проблемы, тенденции и перспективы развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2016. С. 415-419.

УДК 338:637.1

ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ МОЛОКА

Main elements of management at milk production

Мосиенков Р.Ю., студент

Репникова В.И., ассистент

Кузьмицкая А.А., к.э.н., доцент

Mosienkov R.U., Repnikova V.I., Kuzmitskaya A.A.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация

Bryansk State Agricultural University

Аннотация. В статье описаны основные элементы управления молочным производством в современных рыночных условиях.

Abstract. *This article describes basic controls milk production in modern market conditions.*

Ключевые слова: элементы управления, процесс управления производством молока, рационализация, инновационные методы ведения производства.

Keywords: *controls milk production management process, streamlining, innovative methods of production.*

В условиях рыночной экономики эффективность сельскохозяйственного производства во многом зависит от внедрения рациональной системы управления и, в частности, от научной обоснованности организационно-правовой формы хозяйствования, структуры управления, внедрения рациональных форм организации труда управленческих работников, повышения уровня регламентации их труда, применения наиболее прогрессивной системы методов управления [3, с.1 58].

Важнейшая задача сельского хозяйства состоит в обеспечении населения продовольствием. Отрасль молочное скотоводство является ведущей животноводческой отраслью в плане обеспечения населения важнейшими продуктами питания – молоком и мясом крупного рогатого скота [5, с. 110].

Рационализация процесса управления производством молока непосредственно связана с вопросом управления продуктивностью коров, которая на большинстве сельскохозяйственных предприятий решается путём применения инновационных методов производства молока [2, с. 70].

Одним из сельскохозяйственных предприятий, специализирующихся на производстве молока, является СПК “Родина” Красногорского района.

Молочное скотоводство является традиционной отраслью СПК “Родина”, обладает довольно высоким потенциалом развития с учётом низкого уровня насыщенности отечественного рынка молока, наличия неиспользуемых естественных кормовых угодий.

Поголовье коров за анализируемый период времени не изменялось и составляет 174 голов. Поголовье животных на выращивании и откорме увеличилось на 8,3%. В 2017 году наблюдается увеличение продуктивности животных до уровня 3020 кг на одну корову в год.

Среднегодовые удои коров на предприятии на протяжении всего анализируемого периода увеличиваются постепенно. При этом увеличивается и себестоимость единицы продукции. В целом, молочное скотоводство на предприятии рентабельно. В 2017 году уровень рентабельности составил 62,8%.

Скотоводство обладает довольно высоким потенциалом развития. Однако в плане организации производства молока имеется ряд вопросов, которые необходимо решить за счёт интенсивного развития, используя модель инновационного роста [1, с. 217].

Рост продуктивности коров является тем важнейшим условием,

которое обеспечивает в перспективе эффективное ведение молочной отрасли и высокую конкурентоспособность молочной продукции на внутреннем и внешнем рынках. Поэтому все технологические процессы должны быть нацелены на снижение затрат, увеличение объемов производства, улучшения качества производимой продукции различных звеньев сельскохозяйственной технологической цепи. В связи с этим целесообразным является использование алгоритма повышения эффективности производства молока на предприятии, сущность которого заключается в системном подходе упорядочения резервов производства молока и определения роли каждого из них в достижении экономического эффекта [4, с. 226].

При любых технологических решениях эффективность ведения отрасли молочного скотоводства зависит от уровня управления организацией воспроизводства стада [6, с. 51].

Увеличение продуктивности коров может быть достигнуто за счет недопущения или сокращения яловости маточного поголовья, выполнения плана по породному составу и структуре стада, улучшения его содержания и обеспечения полноценным кормлением.

Увеличение продуктивности коров при неизменном поголовьи в СПК «Родина» может быть достигнуто путём скармливания животным полноценных кормов. Однако, актуальной остается проблема совершенствования системы ветеринарного обслуживания, направленная на внедрение современной компьютерной системы ветеринарного учета КРС, переход на высокопроизводительные кормо- и энергосберегающие технологии содержания животных при соответствующих санитарно-гигиенических условиях [7, с. 251].

Таблица – Экономическая эффективность предлагаемых мероприятий по повышению продуктивности коров в СПК «Родина»

Показатели	Факт (2017 г.)	Проект	Отклонение (+,-)
Поголовье коров, гол.	174	180	6
Валовое производство молока, ц.	5254	7121	1867
Продуктивность коров, кг.	3020	3956	935,9
Резервы увеличения производства молока, всего ц			
в том числе за счёт:	-	935,9	935,9
- снижения перерасхода кормов	-	338,2	338,2
- снижения яловости	-	332,2	332,2
- удлинения сухостойного периода	-	211,5	211,5
- сокращения сервис - периода	-	54,0	54,0

Продолжение таблицы

Производственные затраты на 1 голову, тыс. руб.	43,2	45,8	2,6
Дополнительные затраты на 1 голову, тыс. руб.	-	0,38	0,38
Расход кормов на 1 голову, ц. к. ед.	35,6	32,5	-3,1
Денежная выручка на 1 голову, тыс. руб.	54,1	61,9	7,8
Производственная себестоимость 1 ц молока, тыс. руб.	1265	1204	-61
Чистый доход на 1 голову, тыс. руб.	20,9	21,2	0,3
Уровень рентабельности производства, %	62,8	69,8	7,0 п.п.

Основным направлением снижения затратности производства молока и получение конкурентоспособной продукции является применение современных прогрессивных технологий.

В настоящее время прогрессивной считается поточно-цеховая технология, которая базируется на раздельно-групповом содержании коров с учетом их физиологического состояния и продуктивности.

После проведения предлагаемых мероприятий валовое производство молока предположительно увеличится до 7121ц. Среднегодовой удой на 1 корову составит 3956 кг. Уровень рентабельности производства молока увеличится на 7 процентных пунктов и составит 69,8%.

Таким образом, важнейшим элементом управления производством молока является грамотная рационализация производственного процесса в молочном скотоводстве.

Библиографический список

1. Кузьмицкая А.А. Современные подходы к планированию производства молока // Аграрная наука – сельскому хозяйству: сборник статей XII Международной научно-практической конференции. В 3 кн. Кн. 1. Барнаул, 2017. С. 216-218.
2. Бабьяк М.А., Раевская А.В., Кузьмицкая А.А. Направления совершенствования организации производства молока в сельскохозяйственных предприятиях Брянской области // Таврический научный обозреватель. 2016. № 5-2 (10). С. 69-73.
3. Грищенкова В.П. Современное состояние производства молока в Красногорском районе Брянской области // Инновационные подходы к формированию концепции экономического роста региона: материалы научно-практической конференции. Брянск, 2013. С. 157-161.

4. Васькин В.Ф., Васькина Т.И. Современные тенденции развития рынка молочной продукции // Стратегия устойчивого развития экономики регионов: теория и практика: материалы Международной научно-практической конференции. Ч. 2. Брянск, 2015. С. 101-104.

5. Коростелёв А.И., Коростелева О.Н., Рыбикова А.А. Анализ численности поголовья скота в хозяйствах Брянской области и производство основных продуктов животноводства // Успехи современного естествознания. 2012. № 2. С. 110-111.

6. Соколов Н.А., Кузьмицкая А.А., Инновационно-технологическое развитие мясного птицеводства в условиях импортозамещения // Вестник Брянской ГСХА. 2016. №1 (53). С. 50-58.

7. Кузьмицкая А.А., Кислова Е.Н., Кислов Н.А. Экономика и организация птицеводства: монография. Брянск: Брянская ГСХА, 2012. 348 с.

**СЕКЦИЯ 4.
УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ**

УДК 659.111.31:664:637.1 (470.333)

**РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПРОВЕДЕНИЮ
РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ В ООО «БРЯНСКИЙ
МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИЙ КОМБИНАТ»**
*Development of measures on carrying out of advertising campaigns
in LLC «Bryansk meat processing plant»*

Алексеев В.А., студент
Раевская А.В., к.э.н., доцент
Alekseenko V.A., Raevskaya A.V.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. Эффективная рекламная кампания – это залог успеха продукции компании-производителя на рынке. В свою очередь, успех на рынке дает компании возможности и средства для деятельности и перспективного развития.

Abstract. *An effective advertising campaign is the key to the success of the manufacturer's products on the market. In turn, success in the market gives the company opportunities and means for activity and long-term development.*

Ключевые слова: коммуникативная политика, рекламная компания, рекламный бюджет, реклама на транспорте

Keywords: *communication policy, advertising company, advertising budget, transport advertising*

При планировании рекламной кампании одним из важнейших этапов является разработка медиаплана. Планирование рекламных кампаний, основа которого заключается в выборе медианосителей (ТВ, пресса, радио, наружная реклама, интернет) для доставки рекламного сообщения, а также оптимизации размещения по охватным, стоимостным и прочим характеристикам.

В составе рекламного бюджета должны быть выделены расходы на исследования рынка (в среднем около 15% общих расходов), на стимулирование сбыта (в среднем около 50%), на рекламу (около 30%) и связи с общественностью (около 5%) [1].

Рекламное время организацией закупается по 2 минуты на один выпуск, 3 выпуска в день.

Реклама на радио «Европа Плюс» 974 руб. за 1 минуту или 2794

руб. за размещение трехразовой рекламы в течение дня. Реклама на радио «Вести FM» соответственно обходится 841 руб. или 2490 руб. Реклама на радио «Чистые ключи» 344 руб. или 1257 руб.

Таблица 1 – Планируемые затраты на проведение рекламы

Канал телевидения и радиовещания	Сумма, тыс. руб.
ВГТРК «Россия-Брянск» в течение года	15950
ТВ «Брянская губерния» в течение года	14600
Радио «Европа Плюс» в течение года	1020
Радио «Вести FM» первое полугодие 2018 г.	448
Радио «Чистые ключи» второе полугодие 2018 г.	227
Итого расходы на рекламу	32245

Как видно из таблицы, общие годовые расходы на рекламу составляют 32245 тыс. руб. Это меньше затрат 2017 г., которые составляли 37176 тыс. руб. Затраты снижаются на 4931 тыс. руб. или на 13,3%. В течение месяца ООО «БМПК» будет тратить в среднем на рекламу 2687 тыс. руб., соответственно дневная реклама обойдется комбинату в 597 тыс. руб.

Размещение рекламных материалов на общественном транспорте позволяет добиться потрясающего эффекта. Реклама на автобусах, троллейбусах, маршрутных такси и других транспортных средствах обладает такими достоинствами, как:

- широкий охват аудитории. За день маркетинговое послание ООО «БМПК» увидят тысячи людей во всех районах города;
- положительное отношение респондентов. Размещение рекламы на общественном транспорте придает им яркий и эстетичный внешний вид, поэтому такая реклама обращает на себя внимание и воспринимается людьми без раздражения.

Таблица 2 – Реклама на бортах автобусов и троллейбусов в Брянске

Срок размещения	Стоимость аренды, руб. в месяц	Аренда за период, руб.	Стоимость изготовления и монтажа рекламных материалов, руб.
6 месяцев	5500	33000	63360
12 месяцев	5000	60000	63360

В стоимость изготовления и монтажа рекламных материалов входит: разработка дизайнера; печать пленки; ламинирование пленки;

подготовка поверхности транспортного средства к нанесению пленки; монтаж клеящейся пленки; предоставление фото отчета заказчику; контроль за состоянием рекламы; демонтаж клеящейся пленки; покраска транспортного средства после демонтажа.

Таким образом, расходы по размещению рекламы на одном транспортном средстве в течение года обойдется ООО «БМПК» в 63360 руб. Поскольку целесообразно разместить рекламу на четырех (по числу районов г. Брянска) основных маршрутах троллейбусов, то общие затраты на рекламу составят 253,4 тыс. руб.

Выгодность размещения рекламы на транспорте подтверждают и финансовые данные. Расчеты Мастерской транзитной рекламы «Вездеход» показывают, что трехмесячное размещение 5 сторон щитов стоит для организации столько же, сколько 8 единиц троллейбусов на тот же срок. При полугодовом размещении, стоимость 5 сторон щитов будет равна стоимости уже 10 единиц транспорта, при годовом – 20 единиц транспорта. Более того, транзитная реклама позволяет выделиться среди конкурентов, размещающих рекламу на щитах, поскольку сейчас в Брянске порядка 6000 сторон щитов и разместив 5 сторон можно затеряться и остаться незамеченным.

В целях совершенствования рекламной деятельности целесообразно разработать рекламу в сети интернет. Для этого ООО «БМПК» необходимо усовершенствовать свой сайт в интернете. Целями переработки сайта являются: увеличение выручки, распространение и усиление имиджа организации, ознакомление с продукцией, информация для покупателей, усиление доверия к организации, привлечение посетителей на web-сайт и многие другие.

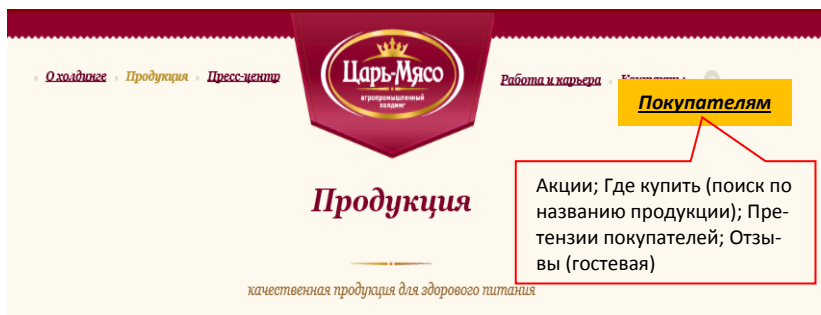


Рисунок – Предлагаемые изменения для сайта ООО «БМПК»

Если же комбинат решит обратиться к специалистам, то затраты на доработку сайта составят.

Затраты на оплату труда разработчиков сайта 27514 тыс. руб.

Сумма отчислений во внебюджетные фонды. Коэффициент отчислений во внебюджетные фонды рассчитывается как сумма отчислений в пенсионный фонд (22%), в фонд медицинского страхования (5,1%), в фонд социального страхования (2,9%), от несчастных случаев на производстве (0,2%). В целом отчисления составят 30,2% или 8309,22 руб.

Затраты на использование вычислительной техники при разработке сайта 52800 руб.

Накладные расходы при разработке сайта составляют 10% от заработной платы разработчика, что в абсолютном выражении составляет 2751,40 руб.

Следовательно, для комбината затраты на доработку сайта составят 108,8 тыс. руб.

По экспертным оценкам наличие сайта, предоставляющего всю необходимую потребителю информацию, позволяет увеличить годовую выручку в 1,5 раза.

Расходы на организацию и проведение дегустаций состоят из двух основных статей: инвестиционные одноразовые вложения и переменные расходы непосредственно на проведение акций [2, 3]. Первые связаны с обеспечением бригад демонстраторов всем необходимым, включая теоретическую подготовку и тренинг. Вторые возникают при доставке продукта в точки проведения акций и его расходования во время дегустаций.

В целом на проведение мероприятия в одном магазине комбинат понесет затраты в сумме 3521 руб.

Целесообразно провести одновременно дегустацию в двух-трех магазинах. В таком случае затраты на дегустацию составят 10563 руб. Исходя из приведенных цифр, можно утверждать, что дегустация является относительно недорогим способом продвижения товаров, особенно по сравнению с рекламой в центральных средствах массовой информации. По данным экспертов такая промо-акция способна увеличить объем продаж конкретного вида продукции в 2-3 раза.

Для определения экономической эффективности рекламных мероприятий следует сопоставить результаты рекламы, рассчитанные как сумма дополнительного дохода (прибыли), полученного от рекламы, с расходами на рекламу [4, 5, 6].

Таблица 3 – Расчет экономической эффективности рекламной кампании по дегустации колбасных изделий

Период учета	Число дней	Выручка, руб.	Среднедневной оборот, руб.
До проведения рекламы	10	24054,8	2405,48
После проведения рекламы	10	38128,0	3812,80

Таким образом, выручка возрастает в 1,6 раза.

Для определения экономической эффективности рекламного мероприятия воспользуемся следующей формулой:

$$\mathcal{E} = T_{\text{доп}} - \mathcal{Z} = 14073,2 - 10563 = 3510,2 \text{ руб.},$$

где \mathcal{E} – экономический эффект от рекламы, руб.;

\mathcal{Z} – затраты на рекламу, руб.

Рентабельность колбасы после проведения рекламной кампании. В данном случае мы сопоставляем полученный эффект от проведения рекламного мероприятия с затратами на его осуществление.

$$P = \frac{\mathcal{E}}{\mathcal{Z}} \cdot 100\% = \frac{3510,2}{10563} \cdot 100\% = 33,2\%$$

Таким образом, использование дегустации как рекламного инструмента повысит рентабельность продаж колбасы до 33,2%.

Библиографический список

1. Голодухина Я.Г. Совершенствование коммуникативной политики кампании // Молодой ученый 2016. № 2. С. 466-468. [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/archive/106/25392/> (дата обращения: 15.06.2018).
2. Горбов Н.М., Кувшинов Н.М., Кувшинов М.Н. Об инновационной деятельности предприятий и организаций Брянской области // Вестник Брянского государственного университета. 2012. № 3. С. 95-103.
3. Дьяченко О.В. Маркетинговый подход к совершенствованию

управления сбытовой деятельности предприятия // Актуальные вопросы экономики и агробизнеса сборник статей IX Международной научно-практической конференции. В 4 ч. Ч. 3. 2018. С. 118-123.

4. Саттарова И.В., Оганесян И.В. Оценка эффективности рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-reklamy> (дата обращения: 15.06.2018).

5. Подольникова Е.М. Управление маркетингом в сельском хозяйстве // Стратегия устойчивого развития экономики регионов: теория и практика: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2015. С. 18-23.

6. Степченко А.В., Хохрина О.М. Управление маркетинговой деятельностью предприятия // Актуальные проблемы состояния экономики региона: взгляд молодых: материалы студенческой научно-практической конференции. Брянск, 2014. С. 222-224.

УДК 338.138 (470.333)

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ В АО «КЛИНЦОВСКИЙ АВТОКРАНОВЫЙ ЗАВОД»

Marketing management in SC «Klintsovsky truck crane plant»

Балухто В.П., магистрант
Ульянова Н.Д., к.э.н., доцент
Balukhto V.P., Ulyanova N.D.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. Статья посвящена управлению маркетингом в организации. Приведены рекомендации по совершенствованию управления маркетингом на автокрановом заводе с использованием современных интернет-технологий.

Abstract. *The article is devoted to marketing management in the organization. Provides recommendations for improving marketing management at the truck crane factory using modern Internet technologies.*

Ключевые слова: маркетинг, завод, сайт, интернет, продвижение.
Keywords: *marketing, factory, website, Internet, promotion.*

На сегодняшний день невозможно представить ни один бизнес, который можно было бы начать или вести без использования инструментов маркетинга [1, с. 44-47].

Маркетинг можно рассматривать как одну из функций предприятия реализующего рыночную концепцию управления производственной, сбытовой и научно-технической деятельностью предприятия. Филип Котлер определял маркетинг как вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена. Исходя из этого следует, что в современной системе управления маркетинг является одной из основных функций управления. Маркетинг на производственном предприятии решает в комплексе сложные проблемы экономического, технического и технологического характера, а также в его функцию входит формирование организационной культуры организации и воспитание персонала [2, с. 252-254].

Управление маркетингом на предприятии нацелено обеспечить максимально эффективное использование материальных, финансовых и прочих ресурсов.

Управление маркетингом на предприятии состоит из четырех этапов:

1) анализ рыночных возможностей, который нужно начинать с определения доли предприятия на товарном рынке;

2) выбор целевого рынка. Прежде чем выбирать целевой рынок, необходимо изучить потребителей и провести сегментацию рынка;

3) разработка комплекса маркетинга, представляющего собой совокупность параметров, которые управляются предприятием и используются, чтобы наиболее полно удовлетворить потребности целевого рынка. Комплекс маркетинга состоит из таких параметров, как товар, его цена, сбыт, продвижение на рынок;

4) планирование и контроль. Планированием называется процесс, во время которого ставятся цели, устанавливаются стратегии и четкие пути их реализации. Контроль же нужен для того, чтобы оценивать уровень выполнения планов.

Процесс управления маркетингом на предприятии является непрерывным и представляет собой наблюдение за всеми изменениями внешней среды, функционирования системы маркетинга и выявления отклонений между фактическими и запланированными результатами маркетинговой деятельности [3, с. 154-155].

Акционерное общество «Клинцовский автокрановый завод» является одним из самых крупных и авторитетных производителей грузоподъемной техники на территории России и СНГ. Завод производит современные автомобильные и гусеничные краны и удовлетворяет потребностям потребителей самых различных сфер деятельности. Целевой аудиторией предприятия являются юридические и физические лица, крупные организации и предприятия, которым необходимы монтажные, строительные и погрузо-разгрузочные работы.

Данное предприятие расположено по следующему юридическому адресу: 243140, Брянская область, г. Клинцы, ул. Дзержинского, дом 10. Сокращенное наименование организации – АО «КАЗ».

Общество является юридическим лицом, действует на основании устава и законодательства Российской Федерации. Организация обладает общей правоспособностью, имеет гражданские права и несет гражданские обязанности, необходимые для осуществления любых видов деятельности, не запрещенных федеральными законами.

Основными видами деятельности завода являются:

- производство подъемно-транспортных машин и оборудования и иной грузоподъемной техники;

- ремонт подъемно-транспортных машин и иной грузоподъемной техники;

- производство гидроцилиндров;

- производство различного рода подъемно-транспортного оборудования и частей для дорожно-строительной техники;

- производство нестандартного оборудования и непродовольственных ТНП;

- реализация продукции, выпускаемой путем разовых заказов и по прямым договорам;

- другие виды деятельности.

Отдельными видами деятельности, перечень которых определяется федеральными законами, общество может заниматься только на основании специального разрешения (лицензии).

Одной из основных задач маркетинга предприятия является завоевание рынка и привлечение потребителей. АО «Клинцовский автокрановый завод» производит и реализует продукцию в соответствии с заключенными договорами, поэтому предприятию необходимо совершенствовать коммуникативную политику, привлекая потенциальных покупателей всевозможными способами.

На рынке поставок спецтехники монополистов нет, и каждой фирме, которая хочет существовать, иметь прибыль и активно удовлетворять потребности своих заказчиков, нужно уделять большое внимание Интернет-продвижению.

Проведенные исследования в системах поиска показывают, что в сети Интернет по запросу «купить автокран» в системе <https://www.yandex.ru> поисковая строка предлагает запрос о покупке автокрана марки «Ивановец». По результатам запроса в поисковой выдаче сервиса предложения о покупке или же сайты, имеющие упоминание об автомобильных кранах анализируемого предприятия отсутствуют, при этом наиболее часто встречаются предложения о по-

купке автокранов «Галичанин» и «Ивановец» – конкурентов АО «Клинцовский автокрановый завод». Аналогично при введении того же запроса «купить автокран» в системе <https://www.google.com> поисковая строка предлагает также купить автокран «Ивановец» и автокран «Галичанин».

Вышеприведенная информация свидетельствует о неудовлетворительном Интернет-продвижении своей продукции АО «Клинцовский автокрановый завод» и необходимости продвижения официального сайта предприятия.

Для реализации продвижения необходимы следующие рекламные инструменты:

1. Постоянно пополняемый и обновляемый сайт с большим объемом информации, свежими новостями, фото и видео – официальный сайт АО «Клинцовский автокрановый завод» (рис. 1).



Рисунок 1 – Фрагмент сайта АО «Клинцовский автокрановый завод» [4]

2. Грамотно составленный каталог продукции.
3. Применение методов продвижения сайта в Интернете, например, SEO-продвижение
4. Объявления на популярных порталах и досках деловых объявлений.
5. Целевая рассылка материалов по электронной почте старым и новым потенциальным клиентам.

В качестве мероприятия по продвижению официального сайта, АО «Клинцовский автокрановый завод» рекомендуется обратиться к услугам агентства «Бюро Погадаева», предлагающего продвижение сай-

та для предприятий автокранового производства. Продвижение сайта происходит по схеме «Топ+Траффик», которая включает в себя: доработки по сайту, внутреннюю оптимизацию сайта, наполнение сайта уникальным контентом, веб-аналитику, настройку контекстной рекламы. Агентство «Бюро Погодаева» разрабатывает индивидуальные стратегии поискового продвижения, подбирает релевантное семантическое ядро, размещает на сайте оптимизированный контент, увеличивает ссылочную массу, обеспечивает техническую оптимизацию страниц сайта.

В современных условиях использование услуг агентства «Бюро Погодаева» обойдется АО «Клинцовский автокрановый завод» в 48 тыс. руб. в месяц, что намного выгоднее и экономичнее создания рабочего места специалиста по продвижению, которому необходимо выплачивать заработную плату, а также выделять средства на осуществление мероприятий по продвижению сайта. Годовые затраты на услуги по продвижению сайта в сети Интернет составят 576 тыс. руб.

Продвижение в сети интернет – достаточно сложный, но при этом чрезвычайно эффективный процесс. В сетевом пространстве также присутствуют конкуренты, и в этой острой борьбе побеждает тот сайт, который лучше всего индексируется и ранжируется поисковыми системами. А это в свою очередь может привести к увеличению потребителей и соответственно прибыли для предприятия.

Таким образом, внедрение рекомендованного мероприятия повысит эффективность хозяйственной деятельности в АО «Клинцовский автокрановый завод» и укрепит его позиции на машиностроительном рынке.

Библиографический список

1. Решетько Н.И., Каптюхин Р.В., Алдатова Д.Ч. Место и роль маркетинга в деятельности предприятия // Молодой ученый. 2014. № 6. С. 44-47.
2. Осипов В.А. Маркетинг как функция управления организацией // Транспортное дело России. 2012. № 5. С. 252-254.
3. Холкина, Я.С., Корепанова Е.Г. Управление маркетингом на предприятии // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2012. № 8. С. 154-155.
4. Официальный сайт АО «Клинцовский автокрановый завод» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.oaokaz.ru> (дата обращения: 20.08.2018).
5. Ахрамеева Н., Лысенкова С.Н. Развитие коммуникативной политики предприятия // Актуальные вопросы экономики и агробизнес-

са: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. В 4 ч. Ч. 3. Брянск, 2017. С. 313-317.

6. Ульянова Н.Д., Салопонов А.А. Автоматизация службы менеджмента качества // Трансформация экономики региона в условиях инновационного развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2011. С. 266-268.

7. Ульянова Н.Д., Чекулаева Л. Совершенствование коммерческой деятельности как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия // Экономика в условиях социально-техногенного развития мира: материалы II Международной междисциплинарной научной конференции по фундаментальным и прикладным проблемам современного социально-экономического и экономико-экологического развития. Брянск, 2017. С. 120-125.

УДК 339.137:631.15

**УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ
ПРОДУКЦИИ В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО
ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Management of competitiveness products to enhance
the economic potential of the enterprise*

Дроздова А.Н., студент

Дьяченко О.В., к.э.н., доцент

Drozdova A.N., Dyachenko O.V.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. В статье рассмотрены причины ухудшения экономического потенциала предприятия, предложен комплекс мер по управлению конкурентоспособностью и качеством продукции.

Abstract. *In the article the causes of the deterioration of the economic potential of the enterprise are considered, a set of measures to manage the competitiveness and quality of products is proposed.*

Ключевые слова: управление конкурентоспособностью продукции, качество продукции, экономический потенциал предприятия.

Keywords: *management of product competitiveness, product quality, economic potential of the enterprise.*

Главная задача всех органов управления предприятием любой организационно-правовой формы – обеспечение его выживаемости в условиях жесткой конкуренции, стабильности работы и эффективности производства. Достижение этих целей обеспечивается не только согласованной работой всех производственных звеньев, структурных подразделений, но и систематической работой по совершенствованию системы управления предприятием [1, 2].

Актуальность данной темы определяется тем, что успешность функционирования любого предприятия зависит, в конечном счете, от уровня ее конкурентоспособности и от уровня конкурентоспособности продукции, предлагаемой ею потребителям.

Объектом исследования послужило общество с ограниченной ответственностью «Почеп-Молоко».

Проведенный анализ показал, что данное предприятие имеет относительно низкую финансовую устойчивость, уровень деловой активности относительно стабилен, но при этом имеет негативную тенденцию к снижению рентабельности. Коэффициенты платежеспособности имели отрицательную динамику, и были ниже нормативных значений. Неблагоприятной тенденцией является снижение рентабельности продаж. Рентабельность продаж характеризует удельный вес прибыли в составе выручки от реализации продукции. Этот показатель называют также нормой прибыльности.

Понижение рентабельности продаж свидетельствует о снижении конкурентоспособности продукции на рынке, так как говорит о сокращении спроса на продукцию.

Рентабельность продаж можно увеличить, если повысить цены на предлагаемый ассортимент или снизить себестоимость.

Для принятия правильного решения предприятию необходимо ориентироваться на такие факторы как: динамика конъюнктуры рынка, колебания покупательского спроса, возможность экономии внутренних ресурсов, оценка деятельности конкурентов и прочие [3, 4, 5].

Качественная продукция всегда пользуется спросом, а поскольку на ООО «Почеп-Молоко» за последние три года рентабельность продаж снизилась, предприятию следует предпринять меры, чтобы повысить качество предлагаемой продукции.

Для устранения перечисленных проблем были разработаны направления повышения конкурентоспособности продукции.

Важным направлением, способствующим повышению конкурентоспособности ООО «Почеп-Молоко», должно явиться внедрение на предприятии системы обеспечения качества, которая будет охватывать все виды деятельности предприятия.

Обеспечение качества – это запланированные систематические процедуры, реализуемые в системе качества с целью обеспечения адекватной уверенности, что объект будет выполнять требования к качеству.

Система обеспечения качества ООО «Почеп-Молоко» будет базироваться на следующих принципах:

- производство продукции при постоянном снижении затрат материальных, энергетических и трудовых ресурсов;
- постоянную связь с поставщиками с целью повышения качества продукции поставщиков;
- постоянную связь с потребителями с целью повышения потребительских свойств;
- реализацию принципа персональной ответственности за качество труда и признание заслуг исполнителя;
- целенаправленное, постоянное повышение квалификации специалистов и рабочих.

Данные принципы определяют наличие двух механизмов обратной связи: между поставщиками сырья и материалов и потребителями его продукции. Наличие данных механизмов чрезвычайно важно для оценки эффективности функционирования системы обеспечения качества. Руководство предприятия обязано обеспечить понимание политики в области качества каждым работником предприятия. На это направлено ознакомление каждого, вновь поступающего на работу, с политикой предприятия в области качества.

Система обеспечения качества представляет собой системный подход, который позволит осуществить этапы реализации политики в области качества:

- обеспечение качества;
- управление качеством;
- улучшение качества.

Система обеспечения качества ООО «Почеп-Молоко» должна быть разработана в соответствии с рекомендациями международных стандартов ИСО серии 9000.

Ответственность за разработку и контроль за функционированием системы обеспечения качества на предприятии должен нести инженер по качеству.

Целью деятельности процесса контроля и управления качеством будет являться:

- 1) осуществление входного контроля сырья и материалов. Предотвращение использования производственными участками сырья и материалов несоответствующего качества;

2) осуществление контроля качества на всем протяжении выпуска продукции (оказания услуг).

Критериями результативности процесса контроля и управления качеством являются:

- процент сырья и материалов не прошедших входной контроль;
- процент сырья и материалов прошедших входной контроль, но при их переработке образовался брак продукции;
- процент продукции, которая прошла контроль качества, но на последующих этапах производственного процесса или после поставки продукции потребителям было выявлено ее несоответствие установленным требованиям по качеству;
- количество рекламаций и жалоб на качество продукции от клиентов за отчетный период [5, 6, 7].

Таблица – Критерии результативности системы качества продукции ООО «Почеп-Молоко»

Критерии результативности	Значение критериев результативности
Процент сырья и материалов не прошедших входной контроль	10 %
Процент сырья и материалов прошедших входной контроль, но при их переработке образовался брак продукции	0 %
Процент продукции, которая прошла контроль качества, но на последующих этапах производственного процесса или после поставки продукции потребителям было выявлено ее несоответствие установленным требованиям по качеству	0 %
Количество рекламаций и жалоб на качество продукции от клиентов за отчетный период.	0 шт.

Каждый критерий результативности процесса доставки продукции клиентам будет иметь количественный или качественный показатель, на основе которых осуществляется оценка степени достижения процессом, установленных целей и заданных результатов (табл.).

Мониторинг процесса по качеству будет осуществляться в ходе:

- повседневного оперативного контроля своевременности, полноты, результатов и качества производства продукции, процесса доставки продукции клиентам;

- ежедневных селекторных совещаний с руководителями цехов и других основных подразделений предприятия;
- ежеквартальных совещаний по качеству.

Для внедрения вышеназванной системы была разработана Программа обеспечения и повышения качества продукции (услуг) ООО «Почеп-Молоко».

Одним из основных условий повышения качества работ и услуг является совершенствование системы подготовки кадров. Повышение квалификации работников, при прочих равных организационных и технических условиях, способствует росту производительности труда. В рамках функционирования системы менеджмента качества (СМК) необходимо повышать квалификацию сотрудников.

Углубление и развитие всех вышеперечисленных направлений позволит ООО «Почеп-Молоко» системно повышать конкурентоспособность организации и занимать стабильную долю рынка, а, следовательно, при внедрении предложенных мероприятий деятельность предприятия в целом, его экономический потенциал, будет иметь тенденцию к увеличению продаж, что повлечет за собой увеличение прибыли.

Библиографический список

1. Соколов Н.А., Подольникова Е.М., Швецова О.А. Управление агропромышленной интеграцией зернопродуктового подкомплекса региона // Вестник Брянской ГСХА. 2016. № 3 (55). С. 9-14.
2. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. М.: Инфра-М, 2010. 312 с.
3. Рыбикова А.А., Коростелёва О.Н., Коростелёв А.И. Потребление на душу населения Брянской области основных продуктов питания // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2012. № 4. С. 110-111.
4. Грудкина Т.И. Методические подходы к формированию цены на молоко-сырье и его стоимости // Экономика и предпринимательство. 2014. № 5-1. С. 385.
5. Суровцева Е.С. Нормы ВТО как вектор устойчивого развития малых форм хозяйствования в АПК // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. 2018. № 7. С. 101-106.
6. Яшева Г.А. Как оценить конкурентоспособность товара // Маркетинговое образование. 2014. №1 [Электронный ресурс]. URL: <http://grebennikon.ru/article-AhDU.html> (дата обращения: 03.06.2018).
7. К инновационной модели регионального рынка молока и мо-

лочных продуктов / Н.А. Соколов, Е.М. Подольникова, А.О. Храмченкова, Е.А. Сухоцкая, Е.В. Жемердей // Разработка концепции экономического развития, организационных моделей и систем управления АПК: сборник научных трудов. Брянск, 2015. С. 19-27.

УДК 338.1 (470.333)

**УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКОЙ
В ООО «ПОГАРХЛЕБПРОМ»**

Management of product policy LLC "Pogarglobal"

Загуменная А.В., студент
Поседько Н.А., к.э.н., доцент
Zagumennaya A.V., Posedko N.A.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. Рассмотрены цель и задачи товарной политики, проведен анализ выручки от продаж, проведен расчет основных характеристик ассортимента, изучен жизненный цикл отдельных видов товаров, предложено введение нового вида продукции и проведен расчет его эффективности.

Abstract. *The purpose and tasks of commodity policy are considered, the analysis of proceeds from sales is carried out, calculation of the main characteristics of the range is carried out, the life cycle of separate types of goods is studied, introduction of a new type of production is offered and calculation of its efficiency is carried out.*

Ключевые слова: товарная политика, ассортимент, выручка, жизненный цикл товара, себестоимость, рентабельность продаж.

Keywords: *product policy, range, revenue, product life cycle, cost, return on sales.*

В условиях рыночной экономики товарная политика занимает основное место. Товар, его качество, ассортимент, особенности жизненного цикла, новизна, торговая марка, упаковка во многом определяют конкурентные позиции фирмы и успех её деятельности.

Товарная политика – это совокупность мероприятий, ориентированных на постановку и достижение предпринимательских целей в процессе работы с товаром.

Товарная политика ставит целью разработку и предложение товаров в соответствии со спросом потребителей.

К задачам товарной политики относят:

- формирование товарного ассортимента и управление им;
- обеспечение конкурентоспособности и прибыльности товара;
- учет жизненного цикла товара, в том числе и при выборе стратегий.

На начальном этапе предприятие должно определиться с ассортиментом выпускаемой продукции. Целесообразно выпускать на рынок товары с разными стадиями жизненного цикла одновременно, что позволяет обеспечить решение как стратегических, так и тактических задач.

ООО «Погархлебпром» располагается по адресу: 243550, Брянская область, пгт. Погар, ул. Октябрьская, д.87. Предприятие введено в эксплуатацию 15 мая 1963 года. Среднегодовая численность работников равна 97, из которых в цехе хлебопечения работает 54 человека. Уставный капитал предприятия - 871 677 руб. Руководство осуществляется директором.

Целью деятельности предприятия является удовлетворение потребностей населения в товарах народного потребления, продукции и различных услуг.

Основным видом деятельности является производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения. ООО «Погархлебпром» в настоящее время по совокупному объёму деятельности занимает первое место среди предприятий пгт Погар. Его месячный оборот составляет в среднем 7400 тыс. руб.

ООО «Погархлебпром» удовлетворяет потребности жителей района выпускаемыми хлебобулочными, макаронными, кондитерскими изделиями, продукцией швейного цеха. Ассортимент выпускаемой продукции насчитывает более 250 видов.

В процессе анализа проведем оценку динамики выручки от продаж по основным видам продукции (табл. 1).

Данные таблицы показывают, что за 2015-2017 годы выручка от продаж предприятия повысилась на 23%, по хлебобулочным изделиям – на 11501 тыс. руб. (19,4%), по кондитерским изделиям – на 1885 тыс. руб. (51,3%).

Таблица 1 – Динамика выручки от продаж
ООО «Погархлебпром» (тыс. руб.)

Виды продукции	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2017 г. в % к:	
				2015 г.	2016 г.
Хлебобулочные изделия	59343	63772	70844	119,4	111,1
Кондитерские изделия	3675	5026	5560	151,3	110,6
Прочие	6613	6838	9222	139,5	134,9
Итого	69631	75636	85626	123,0	113,2

Средний объем выпускаемой продукции ООО «Погархлебпром» составил за анализируемый период 4305,3 т. Отмечается ежегодный рост в среднем на 432,5 т. Рост объемов реализации продукции связан, прежде всего, с увеличением спроса на нее, а также состоянием коммерческой работы по сбыту продукции предприятия [1].

Хлебопекарное производство относится к такой отрасли, продукция которой постоянно востребована. Следует отметить, что по таким товарам, как хлеб и хлебобулочные изделия в сфере торговли доля товаров местного производства достаточно велика [2, 3, 4].

Рентабельность продаж в 2017 году составила 5,7 %. На предприятии применяется упрощенная система налогообложения.

Основными характеристиками ассортимента выпускаемой продукции являются ширина, глубина, насыщенность. Наибольший интерес с точки зрения анализа, поскольку предприятие специализируется в основном, на производстве хлебобулочных и мучных кондитерских изделий, представляют именно эти группы.

Производственный ассортимент ООО «Погархлебпром» включает: хлеб, булочные изделия, сухари, сухари панировочные, кондитерские и сдобные изделия. Сложившийся ассортимент хлебобулочных изделий стабилен и почти не поддается изменениям.

Ширина товарных линий равна 6, насыщенность - 83. Глубина ассортимента хлеба равна 23 единицам, булочных изделий - 45 единицам, сухарей - 3, сухарей панировочных - единице, кондитерских изделий – 3 единицам, сдобных изделий - 8 единицам.

Таким образом, наибольшая глубина наблюдается по булочным изделиям, на втором месте – по хлебу, на третьем – по сдобным изделиям.

На предприятии сформирован ассортимент по традиционной рецептуре, во многом зависящий от предпочтений покупателей. Как выявил анализ товарной политики, на предприятии имеет место узкий

ассортимент кондитерских изделий (3 наименования), недостаточно внимания уделяется обновлению продукции.

Хлебобулочные изделия, производимые предприятием, находятся на разных этапах жизненного цикла. Например, «Хлеб ржанопшеничный» с отрубями сейчас находит все большее число потребителей. Это говорит о том, что товар признан и находится на этапе роста. Также к этапу роста можно отнести такие наименования продукции, как булочка «Погарская» с корицей, булка «Ярославльская» и другие. На данном этапе цена остается неизменной из-за постоянно увеличивающегося объема продаж.

По таким видам продукции, как сдоба «К чаю», сдоба «Выборгская» наблюдается снижение объема продаж, т.к. на рынке много аналогичных товаров. Это говорит о том, что эти виды продукции находятся на стадии спада.

В перспективе следует эффективно сочетая ресурсы предприятия с внешними и внутренними факторами и возможностями, разрабатывать и осуществлять в ООО «Погархлебпром» такую товарную политику, которая обеспечивала бы стабильное положение предприятия за счет роста сбыта конкурентоспособных товаров.

Основные пути совершенствования товарной политики хлебопекарного предприятия зависят от специфики развития отрасли и факторов спроса на хлеб и хлебобулочные изделия:

- 1) расширение товарной номенклатуры за счет включения новых ассортиментных групп товаров;
- 2) достижение гармоничности товаров различных ассортиментных групп;
- 3) углубление товарной номенклатуры, т.е. увеличения насыщенности существующих ассортиментных групп;
- 4) оптимизация имеющегося ассортимента.

Практика показала, что без применения инноваций невозможно рассчитывать на рост доли рынка и получение дополнительной прибыли [5, 6, 7]. Такими инновациями являются изменения в ассортименте и получение продукта с оригинальными свойствами.

В ООО «Погархлебпром» следует расширить ассортимент хлеба, что даст возможность завоевать больший объем рынка. Новым видом продукции может стать хлеб «Диетический». Данный хлеб состоит из 80 % сырой клейковины и 20 % пшеничных отрубей с добавлением соли, жира и сахара.

В состав хлеба входят отруби, а, значит, полезная клетчатка, которая «чистит» кишечник, избавляя организм от шлаков. Кроме того, такой хлеб богат витаминами и минералами. Он показан для профи-

лактики и лечения атеросклероза и снижения уровня сахара в крови. Анкетный опрос потребителей показал, что спрос на такой хлеб имеется. Вместе с тем рынок плохо информирован о свойствах такого хлеба, поэтому необходимо проводить рекламные кампании. Особенно это актуально при введении новых продуктов, полезных для здоровья населения. Производство таких продуктов считается очень перспективным направлением.

Расчеты показали, что при производстве нового вида хлеба себестоимость 1 тонны составит 45,9 тыс. руб., а цена реализации - 92,3 тыс. руб. за тонну (табл. 2).

Таблица 2 – Экономическая эффективность выпуска нового хлеба «Диетический»

Показатели	Значение показателя
Полная себестоимость 1т, тыс.руб.	45,9
Цена за 1 т, тыс.руб.	92,3
Прибыль, тыс. руб.	46,4
Уровень рентабельности, %	101,1

Таким образом, при производстве и реализации нового вида хлеба «Диетический» ООО «Погархлебпром» получит дополнительную прибыль в размере 46,4 тыс. руб., что подтверждает положительный экономический эффект.

Библиографический список

1. Демидова Д.А., Поседько Н.А. Совершенствование коммерческой работы по сбыту продукции в ПО «Суземский хлебокомбинат» // Актуальные проблемы состояния экономики региона: взгляд молодых: материалы студенческой научно-практической конференции. Брянск, 2013. С. 129-133.
2. Поседько Н.А. Развитие торговли в регионе в современных условиях // Инновации в экономике, науке и образовании: концепции, проблемы, решения: материалы Международной научно-методической конференции. Брянск, 2014. С. 230-233.
3. Дьяченко О.В. Состояние и перспективы развития хлебопекарной отрасли // Сборник научных трудов Всероссийского научно-исследовательского института овцеводства и козоводства. 2016. Т. 1. № 9. С. 519-522.
4. Кислова И.В., Подольникова Е.М., Кислова Е.Н. Современ-

ное состояние и проблемы функционирования пищевой промышленности в Брянской области // Стратегические направления развития АПК стран СНГ: материалы XVI Международной научно-практической конференции. Барнаул, 2017. С. 564-566.

5. Подольникова Е.М., Хлопяников А.М. Выбор стратегии маркетинга для предприятий АПК // Актуальные вопросы экономики и агробизнеса: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. В 4 ч. Ч. 3. Брянск, 2017. С. 38-43.

6. Хохрина О.М. Агроткетинг – основное звено процесса формирования эффективного аграрного рынка // Стратегия устойчивого развития экономики регионов: теория и практика: материалы Международной научно-практической конференции. Ч. 2. Брянск, 2015. С. 71-74.

7. Бородавко А.М., Кузьмицкая А.А. Основные направления повышения экономической эффективности продаж товаров в розничном торговом предприятии // Актуальные проблемы состояния экономики региона: взгляд молодых: материалы студенческой научно-практической конференции. Брянск, 2013. С. 133-136.

УДК 339.137:631.15

**ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Improving competitiveness as a tool for effective development
of agricultural enterprise*

Каракальчева О.С., студент
Подольникова Е.М., к.э.н., доцент
Karakasheva O.S., Podolnikova E.M.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. В статье проведена оценка конкурентоспособности продукции сельскохозяйственного предприятия и предложены мероприятия по ее повышению.

Abstract. *In the article estimation of competitiveness of production of agricultural enterprises and measures for its improvement.*

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, сельскохозяйственное предприятие.

Keywords: competitiveness, competitive advantage, agricultural enterprise.

Рыночная деятельность предприятия немыслима без участия в конкурентной борьбе. Конкуренция является механизмом соперничества, состязательности участников рынка за право поиска своего покупателя, за возможность продажи товара на наиболее выгодных условиях, захвата определенной доли рынка и получении соответствующей прибыли. Она побуждает товаропроизводителя совершенствоваться и обновлять свою продукцию, повышать ее качество, то есть делать ее конкурентоспособной.

Конкурентоспособность продукции может проявиться лишь при условии формирования конкурентной среды, т.е. рынка, на котором независимые фирмы-продавцы свободно соперничают за право продать свой товар независимому покупателю [1].

Среди обилия коммерческих структур в каждом сегменте рынка, потребитель сегодня ищет, как правило, не столько предприятие с минимальными ценами, сколько надежную, зарекомендовавшую себя с хорошей стороны организацию, способную предложить качественный товар на выгодных условиях. В связи с этим исключительно важным становится поддержание доброго имени предприятия, что достигается, в первую очередь, созданием и развитием конкурентных преимуществ над соперниками на рынке по различным областям деятельности.

Для того чтобы обеспечить производство более конкурентоспособного товара необходимо проводить исследование конкурентоспособности еще на стадии разработки, создания товара; и в дальнейшем, следует периодически проводить анализ конкурентоспособности уже на стадии производства и реализации продукции, сравнивая ее с аналогами, чтобы иметь возможность формирования ассортимента более конкурентоспособной продукции [2, 3].

Объектом исследования выступило сельскохозяйственное предприятие Клинцовского района колхоз «Прогресс». Предприятие создано для совместной деятельности по производству и сбыту сельскохозяйственной продукции, а также для выполнения иной не запрещенной законом деятельности, основанной на личном трудовом участии членов колхоза. Расчет коэффициента специализации показал, что колхоз «Прогресс» имеет высокий уровень специализации - молочное направление.

За исследуемый период времени (2015-2017 гг.) размеры производства колхоза «Прогресс» выросли. Так, стоимость валовой продукции в действующих ценах увеличилась на 27,6%, выручка – на 3,7%. Кроме того, среднегодовая стоимость основных средств увеличилась

на 36,6%, поголовье скота в условных головах – на 3,0%. При этом среднегодовая численность работников имела незначительную тенденцию к сокращению, в частности на 0,6%.

Колхоз «Прогресс» в анализируемый период времени имел удовлетворительное финансовое состояние. Предприятие финансово устойчиво, платежеспособно, прибыльно.

Важный аспект конкурентоспособности – наличие конкурентных преимуществ, то есть уникальных осязаемых и неосязаемых активов, которыми владеет предприятие, которые стратегически важны для предприятия и позволяют побеждать в конкурентной борьбе. Чтобы предприятие стало лидером на рынке, ему необходимо опережать конкурентов в нововведениях в системе производства и сбыта, в установлении новых цен, снижении издержек [5, 7].

Для оценки конкурентоспособности продукции существуют различные методики. Конкурентоспособность зерна, молока и КРС на мясо колхоза «Прогресс» оценили, используя натуральные и стоимостные показатели. В качестве базовых применили показатели в среднем по Брянской области. Конкурентами выступили: СПК «Родина» и СПК «Ленинский путь» Клинцовского района.

В соответствии с проведенными расчетами при производстве зерна колхоз «Прогресс» является наиболее конкурентоспособным (рис. 1).

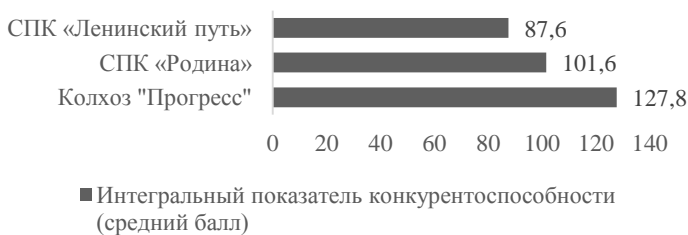


Рисунок 1 – Оценка конкурентоспособности зерна

В частности, значение интегрального показателя в колхозе «Прогресс» превышало аналогичное значение в СПК «Родина» на 9,7 п.п., а по отношению к СПК «Ленинский путь» – на 31,1 п.п.

Следует отметить, что конкурентные преимущества колхозу «Прогресс» обеспечили такие показатели как урожайность и производственная себестоимость 1 ц продукции. По цене реализации преимущество имеет СПК «Родина».

В соответствии с проведенными расчетами при производстве молока лидером также является колхоз «Прогресс» с интегральным показателем конкурентоспособности в размере 127,8 п.п. (рис. 2).

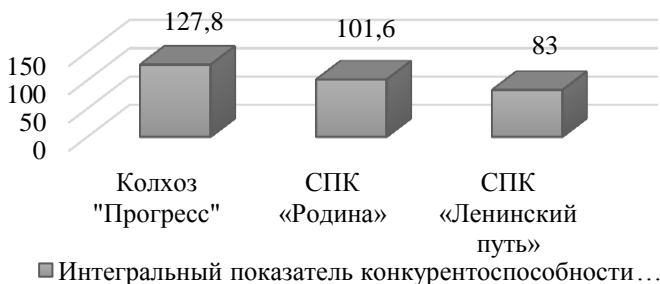


Рисунок 2 – Оценка конкурентоспособности молока

Так, лидирующую позицию анализируемому предприятию обеспечили такие показатели как среднегодовой удой от одной коровы и цена реализации 1 ц молока.

Первое место по конкурентоспособности КРС на мясо принадлежит колхозу «Прогресс» с интегральным показателем 100,9 п.п., что на 4,7 п.п. выше аналогичного значения по СПК «Ленинский путь» (рис. 3).

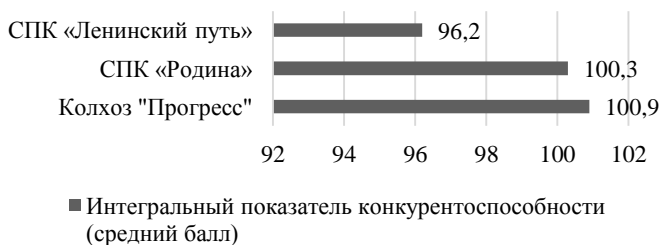


Рисунок 3 – Оценка конкурентоспособности КРС на мясо

Таким образом, анализируемое предприятие имеет лидирующие позиции по всем показателям: зерну, молоку и КРС на мясо.

В целях повышения конкурентоспособности и качества продукции предлагается улучшить санитарное состояние территории молочной фермы. При соблюдении предлагаемых санитарных норм, улучшится качество молока, а в частности его чистота (табл. 1).

Таблица 1 – Бальная оценка конкурентоспособности

Показатели	Колхоз «Прогресс»	СПК «Родина»	СПК «Ленинский путь»
Жирность	2	2	2
Чистота	3	1	1
Кислотность	3	3	2
Вкус	3	3	2
Цвет	3	3	3
Плотность	2	2	1
Бактериальная обсемененность	3	1	2
Сумма баллов	19	15	13

После проведенного анализа хозяйственной деятельности предприятия выяснилось, что колхоз «Прогресс» не занимается пастеризацией молока. В районе нет собственного производства пастеризованных молочных продуктов. Конкурентным преимуществом колхоза «Прогресс» может быть уровень цен относительно других переработчиков молока при одинаковом уровне качества [4, 6].

Изучив предложения научно-производственных предприятий и разработчиков оборудования для переработки сельскохозяйственной продукции, для колхоза «Прогресс» целесообразно приобретение мини-завода по переработке молока «МЛ 3000/1/1/1» компании «СельхозЛидер» г. Москва. Наиболее приемлемо приобретение оборудования с использованием лизинга сроком на 5 лет.

Предложенные мероприятия повлекут за собой значительное увеличение прибыли. После реализации предлагаемых мероприятий в колхозе «Прогресс» выручка увеличится на 32850 тыс. руб. (21,9%), рентабельность продаж на 2,2 п.п. (табл. 2).

Таблица 2 – Экономическая эффективность рекомендуемых мероприятий

Показатели	До внедрения проекта	После внедрения проекта	Отклонение (+/-)
Выручка, тыс. руб.	149735	182585	32850
Полная себестоимость, тыс. руб.	129687	154164	2477
Прибыль от продаж, тыс. руб.	20048	28421	8373
Рентабельность продаж, %	13,4	15,6	+2,2 п.п.

Таким образом, предлагаемые мероприятия позволят повысить конкурентоспособность предприятия и в целом эффективность деятельности хозяйствующего субъекта.

Библиографический список

1. Гизатулин Р.А., Подольникова Е.М. Управление конкурентоспособностью продукции сельскохозяйственной организации // Актуальные проблемы состояния экономики региона: материалы студенческой научно-практической конференции. Брянск, 2013. С. 305-308.

2. Соколов Н.А., Подольникова Е.М., Храменкова А.О. Региональный механизм управления производством молочных продуктов в хозяйствах населения // Никоновские чтения. 2016. № 21. С. 190-192.

3. К инновационной модели регионального рынка молока и молочных продуктов / Н.А. Соколов, Е.М. Подольникова, А.О. Храменкова, Е.А. Сухоцкая, Е.В. Жемердей // Разработка концепции экономического развития, организационных моделей и систем управления АПК: сборник научных трудов. Брянск, 2015. С. 19-27.

4. Подольникова Е.М. Управление инновационным развитием сельскохозяйственных предприятий // Инновационные подходы к формированию концепции экономического роста региона: материалы научно-практической конференции. Брянск: Изд-во Брянская ГСХА, 2013. С. 15-18.

5. Кислова И.В., Подольникова Е.М., Кислова Е.Н. Современное состояние и проблемы функционирования пищевой промышленности в Брянской области // Стратегические направления развития АПК стран СНГ: материалы XVI Международной научно-практической конференции. В 3 т. Т. 2. Барнаул, 2017. С. 325-327.

6. Подольникова Е.М. Внедрение перерабатывающих производств как фактор повышения эффективности сельскохозяйственных предприятий // Вестник Брянской ГСХА. 2012. № 3. С. 42-45.

7. Кислова Е.Н., Подольникова Е.М., Кислова И.В. Основные направления повышения уровня продовольственной безопасности региона как составляющей его экономической безопасности // Разработка стратегии социальной и экономической безопасности государства: материалы IV Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. Курган, 2018. С. 59-61.

УДК 338.242 (470.333)

**УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ ПРОДУКЦИИ
В АО «БРЯНСКПИВО»**
Product Sales Management in JSC «Bryanskpivo»

Кривцова А.В., студент
Иванюга Т.В., к.э.н., доцент
Krivtsova A. V., Ivanyuga T. V.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, *Российская Федерация*
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. Предприятия используют различные способы продвижения своей продукции на рынок и последующей эффективной продажи. В статье дана оценка управления продажами продукции в АО «Брянскпиво» в 2015-2017 гг.

Abstract. *Enterprises use different ways to promote their products to the market and then sell them effectively. The estimation of product sales management of JSC «Bryanskpivo» in 2015-2017 has been given in the article.*

Ключевые слова: управление продажами, эффективность продаж, реклама, торговая марка.

Keywords: *sales management, sales efficiency, advertising, brand .*

В условиях постоянно меняющихся запросов покупателей, технологий и конкурентного окружения благополучие производственного предприятия зависит, наряду с прочими факторами, от того, насколько успешно организовано продвижение товара на рынок, то есть насколько успешны мероприятия, направленные на повышение эффективности продаж через коммуникативное воздействие на персонал, партнеров и потребителей. Основными видами продвижения товара являются: реклама; паблисити, стимулирование сбыта; персональные продажи.

Управление продажами продукции представляет собой деятельность, направленную на анализ, планирование, организацию и контроль процесса продаж с целью успешной ее реализации и увеличения прибыли [1, 2, 3]. В свою очередь, анализ управления продажами продукции необходим для выявления внутренних резервов по увеличению объема производства и реализации продукции, а также улучшения ее качества [4, 5, 6].

Основными направлениями деятельности АО «Брянскпиво» в настоящее время являются производство пива, кваса, минеральной воды

и ржаного солода. Сотрудничество с известными европейскими фирмами «ZIEMANN» и «PALL» (Германия), «BERCHI» (Италия) позволило располагать современными технологиями производства продукции и новейшим оборудованием ведущих мировых производителей.

АО «Брянскпиво» выпускает 22 сорта пива, в том числе «Пражский град», «Porter», «Бельгийское» и др.; 3 сорта кваса: «Хлебный», «Домашний», «Ржаной», минеральную воду «Заповедный ключ» и ферментированный и неферментированный ржаной солод «RUMALT». Все виды продукции соответствуют требованиям ГОСТа и поставляются на внутриобластной и межрегиональный рынки (г. Смоленск, г. Орел и др.). Солод поставляется почти в 50 регионов Российской Федерации и страны ближнего зарубежья: Молдова, Казахстан, Литва и др.

АО «Брянскпиво» сотрудничает с клиентами, представленными в виде торговых сетей, оптовых организаций и промышленных предприятий пищевой переработки. К числу торговых сетей относятся: магазины прилавочного типа, местные сети (Журавли, Калига), федеральные сети (Магнит, Пятёрочка, Линия, Европа, Лента), алкомаркеты (Винник, Красное и белое) и др. По этому направлению поставляется почти 51% объема продукции. Среди каналов реализации важное значение имеет фирменная сеть «Заводской бар», включающая 33 заведения.

В настоящее время основными методами продвижения товаров в АО «Брянскпиво» являются реклама и стимулирование сбыта. Наиболее важной для предприятия является стимулирующая реклама, основными средствами которой являются: реклама в газетах, на радио и телевидении, реклама в местах продаж продукции. Кроме рекламы продукции активно ведется рекламная кампания предприятия в целом, как торговой марки. Позиционируется торговая марка в основном по атрибуту - качество и натуральность сырья.

Рекламу продукции можно услышать на радиостанциях «Чистые ключи», «Европа+», «Десна FM»; увидеть в газетах и журналах «Суббота», «Мир товаров и услуг», «Из рук в руки». Телекомпании «РенТВ-Брянск», «60 канал» также транслируют рекламные ролики продукции предприятия. Реклама продукции осуществляется с использованием общественного транспорта, используется наружная реклама: плакаты, баннеры, щиты. Также торговая марка предприятия используется на буклетах и брошюрах и как корпоративный знак присутствует на любом внутреннем документе предприятия: письма, факсы, уведомления, приказы и пр.

АО «Брянскпиво» занимается продвижением товаров и через Интернет: <http://www.dbpack.ru> «Доска объявлений пищевой про-

мышленности», <http://www.regprom.ru> «Региональная промышленность» и другие, что способствует повышению уровня осведомленности потребителей и других заинтересованных организаций о товаре и его производителе.

Вторым по эффективности методом продвижения продукции предприятия является стимулирование сбыта. Предприятие проводит акции, конкурсы, игры, лотереи, розыгрыши призов, дегустации в городе и области, а также в соседних областях, что положительно влияет на имидж предприятия в целом и на увеличение объемов продаж. Среди основных средств стимулирования сбыта применяются: предложение товара магазинам на пробу; сделки с небольшой скидкой цены; экспозиции и демонстрации товара в магазинах; профессиональные встречи и специализированные выставки.

При всем при этом, данные таблицы свидетельствуют о снижении объема реализации продукции в 2015-2017 гг. по всем видам продукции, кроме солода, на 319,2 тыс. дал., или на 13,9%.

Таблица – Динамика объёмов продаж продукции АО «Брянскпиво»

Виды продукции	Объем продаж, тыс. дал.			2017 г. в сравнении с 2015 г.	
	2015 г.	2016 г.	2017 г.	в тыс. дал.	
				в тыс. дал.	в %
Пиво	739,6	665,0	629,5	-110,1	85,1
Квас	356,8	353,2	237,6	-119,2	66,6
Минеральная вода	307,2	195,9	165,4	-141,8	53,8
Солод	888,1	931,8	940,0	51,9	105,8
Итого	2291,8	2145,8	1972,6	-319,2	86,1

Снижение объема продаж повлекло за собой снижение выручки от реализации всех видов продукции на 3%, за исключением выручки от продажи солода, прирост которой составил 13,8%.

Снижение объемов продаж продукции обусловлено значительно возросшей за последнее время конкуренцией среди продуктов пивоваренного производства. Среди основных конкурентов АО «Брянскпиво» на рынке пива представлены: Балтика, СанИнБев, Хайнекен, Москва-Эфес, Очаково, Трёхсосенское, МПК, Липецкпиво, Лидское, Крыница; на рынке кваса: Очаково, Балтика, Дэка, Соса-Сола, PepsiCo, «Курский квас»; на рынке минеральной воды: «Лебедянский», «Козельские минеральные воды», ОАО «Пищекombинат Бежицкий», Компания «Меркурий».

Анализ продаж показал, что торговая сеть снизила объем продаж на 7,9%, оптовые организации – на 20,8%, предприятия пищевой промышленности – на 17,8%. Уровень рентабельности продаж за анализируемый период сократился на 10,6%.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что управление продажами в АО «Брянскпиво» осуществляется не достаточно эффективно, на что указывает снижение объемов продаж продуктов пивоварения и снижение рентабельности продаж. Предприятию стоит совершенствовать управление сбытовой политикой.

Считаем, что опираясь на имеющиеся конкурентные преимущества, такие как выдержанная рецептура, строгое соответствие ГОСТу, узнаваемость и востребованность у покупателей, следует усилить продвижение продукции и узнаваемость торговой марки за счет расширения рекламной кампании и совершенствования методов стимулирования. Это может быть освоение сегмента «недорогого пива» в соседних регионах, ранее ещё не задействованных - Белгородской, Курской и Калужской областях; новая форма рекламы; материальное стимулирование торговых агентов, предоставление торговых скидок, подарки покупателям, призовые конкурсы среди покупателей.

Реализацию продукции предлагаем осуществлять преимущественно через крупные торговые сети, с большими возможностями проведения акционных и дегустационных стимулирующих процедур. Расчеты показали, что относительно 2017 г. объём продаж увеличится примерно на 11%, рентабельность продаж – на 4,4%.

Библиографический список

1. Сунь Ю. Управление продажами товаров на предприятии // Молодой ученый. 2014. № 20. С. 417-418. [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/archive/79/14170/> (дата обращения: 10.09.2018).
2. Коваленко А.В. Управление продажами: учеб. пособие. Томск: Изд-во ТПУ, 2009. 93 с.
3. Демчук О.В. Прибыль и рентабельность предприятия: сущность, показатели и пути повышения // Проблемы экономики и менеджмента. 2015. № 8 (48). С. 6-9.
4. Иванюга Т.В. Малые предприятия: исторический аспект, итоги деятельности в Брянской области в 2014 г. // Социально-экономические и гуманитарные исследования: проблемы, тенденции и перспективы развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2016. С. 300-311.
5. Дьяченко О.В. Маркетинговый подход к совершенствованию управления сбытовой деятельности предприятия // Актуальные вопро-

сы экономики и агробизнеса сборник статей IX Международной научно-практической конференции. В 4 ч. Ч. 3. 2018. С. 118-123.

6. Поседыко Н.А. Развитие малого предпринимательства в аграрной сфере региона // Трансформация экономики региона в условиях инновационного развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2011. С. 4-7.

УДК 338.43:633 1

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНА И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КАЧЕСТВА

Efficiency of grain production and ways to improve its quality

Никульников И.В., студент
Грудкина Т.И., к.э.н., доцент
Nikulnikov I.V., Grudkina T.I.

ФГБОУ ВО Орловский ГАУ, Российская Федерация
Orel State Agrarian University

Аннотация. В статье проанализирована эффективность производства зерна в субъекте агробизнеса, рассмотрены основные пути повышения его качества.

Abstract. *The article analyzes the efficiency of grain production in the agribusiness entity, discusses the main ways to improve its quality.*

Ключевые слова: зерно, эффективность производства зерна, качество, качество зерна, менеджмент качества, повышение качества зерна.

Keywords: *grain, grain production efficiency, quality, grain quality, quality management, grain quality improvement.*

Проблема эффективности производства зерна и повышения его качества весьма актуальна. При этом под качеством понимают степень соответствия совокупности присущих характеристик объекта требованиям. Эффективный агробизнес предполагает повышение конкурентоспособности хозяйствующих субъектов [1, с. 27], что в свою очередь определяется качеством продукции и способностью приносить определенную массу прибыли для обновления производственного процесса [2, с. 168; 3, с. 263].

Объектом исследования является ЗАО «Куракинское» Свердловского района Орловской области, имеющее зерно-молочное

направление. В структуре товарной продукции в среднем за 2015-2017 гг. доля зерновых и зернобобовых составляет 57%, а непосредственно в 2017 году – почти 50%. Посевные площади несколько увеличились, при этом ЗАО «Куракинское» не допускает гибели посевов.

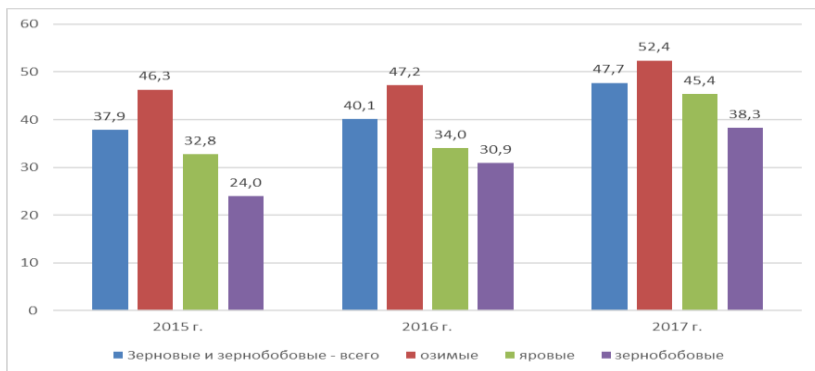


Рисунок – Динамика урожайности зерновых и зернобобовых культур в ЗАО «Куракинское»

Источник: составлено автором по данным годовой бухгалтерской отчетности ЗАО «Куракинское»

Эффективность производства продукции растениеводства оценивается рядом показателей, которые позволяют, в том числе и выявить сильные и слабые стороны функционирования конкретного субъекта агробизнеса. К таким основным показателям можно отнести урожайность [4]. Урожайность всех видов зерновых и зернобобовых культур имеет устойчивую тенденцию роста (рис.).

Судя по данным рисунка, в 2017 год ЗАО «Куракинское» была достигнута урожайность озимой пшеницы на уровне 52,4 ц/га, что на 13,2% больше, чем в 2015 г., и на 11,5% выше средней урожайности по Орловской области, составившей 47 ц/га. Наибольший рост урожайности произошел в 2017 г. по зернобобовым - почти на 60% к уровню 2015 г., а к среднеобластному уровню – на 73,3%, который составил 22,1 ц/га. Урожайность яровых зерновых культур возросла на 38,4%.

Когда выделение бюджетных средств на восстановление материально-технической базы сельского хозяйства постепенно снижается, необходимо изыскивать иные способы ее обновления [5, с. 44]. В частности, топ-менеджмент ЗАО «Куракинское» осуществляет затраты на качество. За 2015-2017 годы всего было приобретено взамен списан-

ных новых современных 7 тракторов, 1 посевной комплекс, 3 зерноуборочных комбайна, 3 грузоперевозящих автомобиля. Поэтому неслучайно затраты на содержание основных средств составляют наибольшую долю в производственной себестоимости зерновых и зернобобовых культур. Доля затрат на семена из-за сортообновления имеет тенденцию к росту, при этом сами затраты на семена возросли почти в 2 раза. Однако доля затрат на минеральные удобрения сократилась почти на 8 процентных пунктов, и с первой переместилась на вторую позицию. Доля затрат на химические средства защиты растений возросли почти на 2,7 процентных пунктов, а сами затраты – почти в 1,4 раза, их тоже можно считать затратами на качество. Особенно следует отметить, что доля затрат на оплату труда резко увеличилась, сами же затраты на эту статью возросли более чем в 4 при росте суммы всех затрат на 13%, что следует считать положительной тенденцией и сказывается в лучшую сторону на качестве работ персонала, и росте эффективности процесса производства зерна и его качества.

Постоянное финансирование отраслей сельского хозяйства способствует ежегодному приросту объемов производства продукции [6, с. 67]. Анализ эффективности производства сельскохозяйственных культур на зерно позволяет отметить увеличение объема производства зерновых культур [7, с. 119]. Данная тенденция характерна и для ЗАО «Куракинское», объем производства зерна возрос на 30% (табл.). Возможность применения высокой техники и технологий, в свою очередь, существенно изменяют объем и структуру трудовых функций работников, акцентируя внимание на значительном снижении доли ручного труда в пользу его интеллектуализации [8, с. 83]. Тем не менее, затраты труда в расчете на 1 га уменьшились всего на 3,2%, а на 1 ц зерна – на 23%, но в основном за счет роста урожайности на 26%. Себестоимость производства 1 ц зерна сократилась в 2017 г. на 13%.

Таблица – Показатели экономической эффективности производства зерновых и зернобобовых культур в ЗАО «Куракинское»

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2017 г. в % к 2015 г.
Площадь, га	4115	4150	4250	103,3
Объем производства зерна, ц	155834	166277	202735	130,1
Урожайность, ц/га	37,9	40,1	47,7	126,0
Затраты труда, тыс. чел.-час.:	61	61	61	100,0
- на 1 га, чел.-час.	14,82	14,70	14,35	96,8
- на 1 ц зерна, чел.-час.	0,39	0,37	0,30	76,9
Производственные затраты, тыс. руб.:	94365	104148	106921	113,3

Продолжение таблицы

- на 1 га, тыс. руб.	22932,0	25095,9	25157,9	109,7
- на 1 ц зерна, руб.	605,55	626,35	527,39	87,1
Объем реализации, ц	130513	145832	153924	117,9
Уровень товарности, %	83,8	87,7	75,9	-7,8 п.п.
Выручка от реализации, тыс. руб.	113858	137563	105015	92,2
Цена реализации 1 ц зерна, руб.	872,39	943,30	682,25	78,2
Полная себестоимость, тыс. руб.	60039	89182	85151	141,8
- на 1 ц зерна, руб.	460,02	611,54	553,20	120,3
Прибыль от реализации, тыс. руб.:	53819	48381	19864	36,9
Уровень рентабельности зерна, %	89,6	54,2	23,3	-66,3 п.п.

Источник: рассчитано автором по данным годовой бухгалтерской отчетности ЗАО «Куракинское»

Объем реализации зерна возрос почти на 18% за счет увеличения объема его производства, тогда как уровень товарности уменьшился на 7,8 процентных пунктов, о чем свидетельствуют данные таблицы 1. Однако, следует акцентировать внимание на том, что в 2017 г. сильно снизилась роль такого экономического рычага менеджмента качества как цена реализации зерна. Достаточно резкое снижение цены реализации 1 ц зерна, а именно почти на 22%, на фоне роста полной себестоимости 1 ц зерна 20,3% спровоцировало сокращение полученной прибыли в 2017 г. в 2,7 раза. Одним из показателей оценки экономической эффективности сельскохозяйственного производства является уровень рентабельности, который показывает уровень окупаемости фактических затрат [9, с. 95]. Уровень рентабельности реализации зерна в ЗАО «Куракинское» снизился на 66,3 процентных пунктов, следовательно, и в целом эффективность реализации зерна. Таким образом, в ЗАО «Куракинское» сложилась парадоксальная ситуация, когда при повышении показателей эффективности производства зерна снижается эффективность его реализации из-за ухудшения конъюнктуры рынка зерна за счет сокращения цены его.

За менеджмент качества отвечает, в первую очередь, генеральный директор ЗАО «Куракинское». В зернопроизводстве контроль за качеством выполняемых работ осуществляют заместитель генерального директора по производству, начальники отделений и бригады полевых бригад, но в большей степени - главный агроном, координирующий их работу и всего технологического процесса возделывания зерновых и зернобобовых культур, анализирует причины снижения и разрабатывает мероприятия по повышению качества зерна, несет ответственность перед генеральным директором ЗАО «Куракинское»

за качественные и количественные показатели. Качество производимого зерна отражает культуру земледелия в организации, соответствие применяемых технологий научно обоснованным, состояние сушильно-сортировального хозяйства. Влияние этих факторов на качество зерна можно охарактеризовать тем, что хозяйство не допускает потерь зерна сверх нормативных, что свидетельствует о выполнении работ в агротехнические сроки, недопущении несоответствий при очистке и сушке зерна и в целом о достаточно эффективном менеджменте качества.

В целом менеджмент качества труда и продукции направлен на недопущение несоответствий и потерь. В ЗАО «Куракинское» применяются административные, социально-психологические методы управления качеством работ и продукции, но с явным преобладанием экономических рычагов воздействия. Акцент делается и на оплату труда при производстве зерна, тем более среднемесячный заработок трактористов-машинистов имеет нестабильный характер, хотя продолжает оставаться самым высоким. В ЗАО «Куракинское» разработаны условия начисления доплат за качественное выполнение работ.

Резервом увеличения прибыльности и эффективного менеджмента качества является оптимизация структуры посевных площадей, позволяющая получить большую прибыль с единицы площади. Причем целесообразно их засеивать элитными семенами зерна, например, озимой пшеницей засеивается 14-тью перспективными сортами, что будет способствовать росту урожайности, объемов производства зерна, а также объемов его реализации. Однако потребуются дополнительные затраты на качество зерна, а именно на минеральные удобрения. В результате можно рассчитывать на снижение затраты на производство 1 ц зерна, получение годового экономического эффект.

Библиографический список

1. Грудкина Т.И. Конкурентоспособность коммерческих организаций в сфере агробизнеса // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2006. № 3. С. 27-30.
2. Сухочева Н.А. Теоретические подходы к исследованию экономической эффективности функционирования масложирового подкомплекса // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. № 3-1 (32). С. 168-172.
3. Suhocheva N.A., Grudkina T.I. Modernization of management in dairy farming industry to ensure food quality // Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences. 2017. Т. 62, № 2. С. 263-274.
4. Грудкина Т.И., Хомайко Т.С., Лелякин А.О. Повышение эф-

фektivности производства продукции растениеводства и формирование конкурентных преимуществ субъектами агробизнеса // Научно-методический журнал Концепт. 2014. № 6. С. 16-20.

5. Дьяченко О.В. Основные средства сельского хозяйства Брянской области: состояние и обеспеченность // Вестник Брянской государственной сельскохозяйственной академии. 2014. № 4. С. 44-48.

6. Суровцева Е.С., Кравченко Т.С. Выявление критериальных показателей эффективной деятельности: кластерный подход // Инновации в АПК: проблемы и перспективы. 2017. № 1 (13). С. 62-74.

7. Сухочева Н.А. Экономическая эффективность производства рапса на инновационной основе: дис. ... канд. экон. наук. Орел, 2007. 200 с.

8. Храменкова А.О., Соколов Н.А., Дьяченко О.В. Особенности методики нормирования трудовых процессов в молочном скотоводстве, вызванные технико-технологическими инновациями // Таврический научный обозреватель. 2016. № 5-2 (10). С. 82-85.

9. Кравченко Т.И. Показатели экономической эффективности освоения отраслевых инноваций в растениеводстве // Вестник Орловского государственного аграрного университета. 2012. № 5 (38). С.93-99.

УДК 339.138

ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГА НА ОСНОВЕ SWOT-АНАЛИЗА

*Prospects for the formation of a marketing system based
on SWOT – analysis*

Полежаева А.А., студент
Сухочева Н.А., к.э.н., доцент
Polezhaeva A.A., Suhocheva N.A.

ФГБОУ ВО Орловский ГАУ, Российская Федерация
Orel State Agrarian University

Аннотация. В статье рассмотрены особенности проведения SWOT-анализа, направленные на формирование эффективной системы маркетинга. Цель статьи – определить роль маркетингового исследования для перспективного развития организации. Сделан акцент на необходимости и своевременности выявления угроз на организацию.

Abstract. *The article describes the features of the SWOT-analysis,*

aimed at the formation of an effective marketing system. The purpose of the article is to determine the role of marketing research for the future development of the organization. Emphasis is placed on the need and timeliness of identifying threats to the organization.

Ключевые слова: аграрная экономика, эффективность, SWOT-анализ, сельское хозяйство, система маркетинга.

Keywords: *agrarian economy, efficiency, SWOT-analysis, agriculture, marketing system.*

Эффективность любого производства определяется не только качеством произведённой продукции, но и её периодичным оборотом на рынках сбыта. Изучение запросов потребителей, стимулирование продаж, ведение отлаженной конкурентной тактики позволяет товаро-производителям не только улучшать свою деятельность, внедрять новшества в свой продукт, расширять ассортиментный ряд, находить новые каналы сбыта, проводить успешную рекламную деятельность, но и совершенствовать системы обеспечения организаций аграрного сектора региона кадровым потенциалом [1, с. 4]. С этой целью проводятся маркетинговые исследования в рамках осуществляемой организацией маркетинговой деятельности. Маркетинг – это вид управленческой деятельности, направленный на изучение и использование всех факторов, оказывающих влияние на процесс производства и продвижение товаров [2]. Маркетинговая деятельность обеспечивает достоверную информацию о рынке, динамике спроса, создание такого товара, который более полно удовлетворяет требованиям рынка, чем товары конкурентов.

Так как осуществление маркетинговой деятельности предполагает использование широкого спектра методов, начнем анализ внутренней и внешней среды ООО «Коровяковка – Агро плюс».

Анализ внутренней среды является особо важным в успехе развития организации. Одним из широко распространенных методов анализа внутренней среды является SWOT-анализ, который предполагает сначала выявление сильных и слабых сторон, а также угроз и возможностей (табл. 1).

Таблица 1 – SWOT-анализ ООО «Коровяковка – Агро плюс»

Сильные стороны	Слабые стороны
Квалифицированный персонал	Зависимость от погодных условий
Высокое качество продукции	Ограниченный ассортимент производимой продукции

Продолжение таблицы

Увеличение объемов производства	Сокращение посевных площадей
Высокая урожайность	Затруднительный выход на новые рынки
Сокращение потерь продукции	Неустойчивое финансовое положение
Увеличение машинно-тракторного парка	Высокая себестоимость
Возможности	Угрозы
Расширение рынков сбыта	Снижение урожайности
Повышение спроса на продукцию	Рост конкуренции со стороны других производителей
Улучшение качества продукции	Риск текучести кадров
Повышение производительности труда	Снижение цен на продукцию
Наращивание объема продаж	Замедление роста рынка
Внедрение современных технологий по обработке, хранению и транспортировке продукции.	Повышение закупочных цен на семена и удобрения
Расширение ассортимента продукции	Неблагоприятная политика правительства

Следовательно, на основе SWOT-анализа можно выявить методы и направления, при помощи которых, например, повышается эффективность использования основных средств [3, с. 44]. В этой связи определим возможности и угрозы по степени важности в табл. 2.

Таблица 2 – Влияние возможностей на организацию

	Сильное влияние	Умеренное влияние	Малое влияние
Высокая вероятность	1. Расширение ассортимента продукции; расширение рынков сбыта	2	3
Средняя вероятность	4. Увеличение объема производства	5. Улучшение качества продукции	6
Низкая вероятность	7	8	9

Таким образом, высокую вероятность на возможности организации оказывает расширение ассортимента продукции, и увеличение рынков сбыта, что позволит, в свою очередь, поднять продажи и увеличить прибыльность. Теперь рассмотрим влияние угроз на организацию (табл. 3).

Таблица 3 – Влияние угроз на организацию

	Сильное влияние	Умеренное влияние	Низкое влияние
Высокая вероятность	1	2. Повышение закупочных цен на семена и удобрения	3
Средняя вероятность	4. Рост конкуренции со стороны других производителей	5. Замедление роста рынка	6
Низкая вероятность	7	8. Неблагоприятная политика правительства	9

Анализ внутренней среды предприятия может выступать в роли совокупной оценки организации, что в полной мере отображает её сильные, слабые и нейтральные стороны. Далее проведем SNW-анализ (табл. 4).

Таблица 4 – SNW-анализ ООО «Коровяковка – Агро плюс»

Наименование стратегической позиции	Качественная оценка позиции		
	сильная (S)	нейтральная (N)	слабая (W)
Устойчивое финансовое положение			+
Качество выпускаемой продукции	+		
Широкий ассортимент продукции			+
Квалификации персонала	+		
Заработная плата		+	
Объем производства	+		
Организация маркетинга в организации			+
Условия труда	+		
Связи с покупателями	+		
Репутация на рынке	+		
Уровень технической оснащенности	+		
Психологический климат в коллективе	+		

Таким образом, ООО «Коровяковка – Агро плюс» имеет достаточное количество сильных сторон, так как функционирует на протяжении длительного времени, зарекомендовав себя как надежная организация. В организации высокий уровень деятельности обеспечивается такими факторами как высокое качество товаров и уровень технической оснащенности, постоянное наращивание объема производства, наличие устойчивых связей с покупателями, высококвалифицированный персонал. Следует отметить, что персонал ООО «Коровяковка – Агро плюс» состоит из специалистов, каждый из которых имеет значительный опыт работы в растениеводстве. Стаж работы обслуживающего персонала составляет не менее 5 лет, что свидетельствует о трудоспособном возрасте, а также повышении занятости молодежи [4, с. 82]. Наряду с сильными сторонами организация имеет и слабые стороны. Увеличение себестоимости, а также снижение цены на реализуемую продукцию привело организацию в нестабильное финансовое положение, что является главным минусом в ее деятельности и сказывается на благосостоянии работников [5, с. 100; 6, с. 252; 7, с. 16].

Таким образом, организация на протяжении всего своего существования занимается производством только лишь зерновых культур, поэтому имеет ограниченный ассортимент продукции, что говорит о необходимости расширения своего производства.

Библиографический список

1. Бураева Е.В. Перспективы развития кадрового потенциала в аграрном секторе экономики // Аграрная наука. 2014. № 3. С. 4-5.
2. Предпринимательство в АПК. Введение в агробизнес / А.А. Ходырев, В.Е. Розов, Е.Г. Войлошникова, Е.А. Фирсова, Л.А. Рыбалко, Н.В. Гогидзе, А.А. Грудкин, Т.И. Грудкина и др. Тверь, 2000. 240 с.
3. Дьяченко О.В. Основные средства сельского хозяйства Брянской области: состояние и обеспеченность // Вестник Брянской государственной сельскохозяйственной академии. 2014. № 4. С. 44-48.
4. Раевская А.В., Каширина Н.А., Дьяченко О.В. Демографические проблемы формирования рынка труда Брянской области // Вестник Брянской ГСХА. 2016. № 2 (54). С. 82-89.
5. Клименченко Ж.В., Сухочева Н.А. Особенности и необходимость государственного регулирования агробизнеса в России // Организационно-экономические аспекты модернизации аграрного сектора экономики: сборник трудов Межвузовской студенческой научно-практической конференции. Орел, 2011. С. 100-102.
6. Сухочева Н.А. Роль инновационных процессов в повышении

экономической эффективности сельскохозяйственного производства // Предпринимательство как стратегический ресурс и внутренний источник инновационного развития национальной экономики: сборник трудов Международной научно-практической конференции. Орел, 2009. С. 252-262.

7. Ефремова Н.А. Роль заработной платы в формировании доходов работников интегрированных структур // Стратегия развития гуманитарного образования в контексте современных преобразований: сборник трудов Межвузовской научно-практической конференции. Орел, 2003. С. 16-18.

УДК 339.138:635.21

АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА В КАРТОФЕЛЕВОДСТВЕ

Aspects of marketing development in potato

Плуталова Ю.Н., студент

Репникова В.И., ассистент

Кузьмицкая А.А., к.э.н., доцент

Plutalova Y.N., Repnikova V.I., Kuzmitskaya A.A.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация

Bryansk State Agricultural University

Аннотация. В статье описаны особенности развития маркетинга в картофелеводстве, рассмотрен маркетинговый подход на основе концепции трёх уровней товара, предложена оптимизированная система сбыта продукции картофелеводства.

Abstract. *This article describes the features of the development of potato industry in marketing, the marketing approach based on the concept of the three levels of the goods offered optimized system potato sales.*

Ключевые слова: маркетинг в картофелеводстве, концепция трёх уровней товара, система «HoReCa», программы маркетинга.

Keywords: *marketing in the potato industry, the concept of three levels of product, System «HoReCa», marketing programs.*

Современный научный подход определяет маркетинг в аграрной сфере как средство регулирования, влияния, поддержки тех или иных процессов. В качестве объектов маркетингового воздействия рассматриваются: система сбыта продукции; рынок как место, где происходит

процесс купли-продажи продукции; инструмент комплексного подхода и государственного регулирования процессов в области.

В аграрной сфере маркетинг практически не применяется как система взглядов на хозяйственные процессы с точки зрения конечного потребителя продукции, его потребностей и общих тенденций на рынке. Так, например, в картофелеводстве по маркетингу актуализируются только вопросы производства, системы сбыта, необходимости внешней (в том числе государственной) поддержки [4].

Такой подход можно рассматривать как тактически правильный, однако в рыночной среде, интенсивно развивается, важное значение имеет стратегический взгляд на отрасль, мотивацию субъектов, закономерности и тенденции. Например, продукция картофелеводства имеет различные области применения: питание, источник дохода (продажа выращенной продукции), сырье для промышленности (производство спирта, крахмала, полуфабрикатов), корм скоту и другое [6].

Поэтому перед производителем картофеля уже на этапе планирования возникает необходимость решения не только производственных проблем (сорта, технологии), а и смежных (сбыт, хранение и т.д.). В данном случае приоритетными маркетинговыми вопросами в картофелеводстве должна стать дифференциация картофеля как продукта, определение потенциальных рынков для сбыта продукции картофелеводства, причем такое определение должно носить прикладной характер с чётко оговоренными требованиями относительно качественных характеристик, объема партий, регулярности поставок, желаемой формы партнерства [5].

Как один из маркетинговых подходов к решению данной проблемы предлагается рассмотрение картофелеводства через призму концепции трёх уровней товара, которая будет заключаться в следующем:

1 уровень – товар по замыслу: продукт питания, сырьё для промышленности, корм скоту, источник доходов;

2 уровень – товар в реальном воплощении: цена, вкусовые качества, содержание крахмала, сохранность клубней, урожайность, уровень созревания (сверхранний, ранний, среднеспелый, поздний), пригодность к зоне выращивания, устойчивость к болезням, технология выращивания, направление использования;

3 уровень – товар с подкреплением: репутация производителя, условия поставки, условия расчётов [7].

Следующим логичным маркетинговым шагом должна стать разработка рекомендаций, ориентированных на производителя продукции картофелеводства относительно направления приложения предпринимательских усилий с выделением степени важности конкретной характеристики картофеля для целевого потребителя [2].

Важным элементом инновационной деятельности в картофеле-

водстве является оптимизированная система сбыта. Заслуживает внимания продажа продукции по системе «HoReCa». Данная система означает канал сбыта товаров с непосредственным потреблением продукции в месте продажи [3, 8].

Система HoReCa позволяет выполнять следующие программы:

- программы лояльности среди клиентов (комплекс маркетинговых мероприятий для развития повторных продаж существующим клиентам в будущем, продажи им дополнительных товаров и услуг, продвижения корпоративных идей и ценностей, других видов потенциально прибыльного поведения);

- программы перекрестного маркетинга (в случае размещения в торговых центрах и прочих точках с собственной клиентурой);

- программы массового обслуживания внутри и за пределами точек HoReCa, среди которых:

- а. банкетные программы;

- б. кейтеринг (отрасль общественного питания, связанная с оказанием услуг на удалённых точках, включающая все предприятия и службы, оказывающие подрядные услуги по организации питания сотрудников компаний и частных лиц в помещении и на выездном обслуживании, а также осуществляющие обслуживание мероприятий различного назначения и розничную продажу готовой кулинарной продукции на практике под кейтерингом подразумевается не только приготовление пищи и доставка, но и обслуживание, сервировка, оформление стола, разлив и подача напитков гостям и тому подобные услуги.);

- в. программы летнего (сезонного) обслуживания;

- г. программы выездной торговли (выездная торговля является одной из форм розничной торговли и осуществляется в установленных местах или на определенной территории вне постоянного места расположения торгового объекта и направлена на повышение товарооборота).

Для картофелеводческих предприятий Брянской области особо актуальным является развитие потенциала маркетинга. Значительные объёмы производимого картофеля подразумевают грамотную и эффективную систему его сбыта [5].

Реализация продукции по различным каналам для конкретного сельскохозяйственного предприятия является сложной проблемой, как в организационном, так и в экономическом аспектах [6, 8].

На примере ООО «Брянск-Агро» Клетнянского района можно проследить, что применяемые инновационные мероприятия в плане совершенствования организации производства и реализации картофеля дают определённый экономический эффект. Однако для устойчивого развития маркетинга на предприятии необходимо постоянное развитие

маркетинговых мероприятий, которые, прежде всего, заключаются в детальном изучении рынков сбыта картофеля, потенциальных потребителей, их предпочтений.

Следует отметить, что, несмотря на предполагаемый рост затрат, вызванный всем комплексом предлагаемых мероприятий интенсификации, увеличение урожайности компенсирует все дополнительные вложения и позволит получить прибыль от реализации в расчете на 1 га посевов картофеля 0,5 тыс. руб. и на 1 ц. товарной продукции – 0,5 тыс. руб. Рентабельность выращивания картофеля составит 1,2 %.

Таблица – Экономическая эффективность инновационных мероприятий

Показатели	Факт (2017 г.)	Проект	Отклонение (+; -)
Посевная площадь, га	560	810	250
Валовой сбор, ц	133003	156744	23741
Урожайность, ц/га	237,5	279,9	42,4
Производственная себестоимость, тыс.руб./ц	1347,9	1340	-7,9
Затраты труда на 1 га, чел-час	10,1	10,1	-
Затраты труда на 1 ц, чел-час	1,1	1,1	-
Уровень товарности, %	97,9	98,9	1,0 п.п.
Цена реализации, руб/ц	897,9	897,9	-
Получено прибыли (убытка) тыс. руб. в расчете на:			
1 га посевов	-104,6	0,5	105,1
1 ц товарной продукции	-0,45	0,5	0,95
Уровень рентабельности (убыточности), %	-33,4	1,2	34,6 п.п.

Таким образом, развивая маркетинговые мероприятия в картофелеводстве, производителям легче будет определять целевые сегменты, обосновывать рыночную перспективу и, исходя из этого, планировать комплекс управленческих мероприятий.

Библиографический список

1. Озерова Л.В., Кузьмицкая А.А. Методология анализа управления воспроизводством квалифицированных кадров в сельском хозяйстве // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2013. № 4 (52).С.45.
2. Соколов Н.А., Кузьмицкая А.А. Инновационно-

технологическое развитие мясного птицеводства в условиях импорто-замещения // Вестник Брянской ГСХА. 2016. № 1 (53). С. 50-58.

3. Кузьмицкая А.А., Кислова Е.Н., Кислов Н.А. Экономика и организация птицеводства: монография. Брянск: Брянская ГСХА, 2012. 348 с.

4. Становление фермерского картофелеводства в Брянской области: позитивные и негативные тенденции / Н.А. Соколов, А.В. Кубышкин, А.В. Кубышкина, М.А. Бабьяк, А.А. Кузьмицкая // Вестник Брянской ГСХА. 2018. № 2 (66). С. 34-40.

5. Грищенко В.П. Организация производства и реализации продукции растениеводства в рыночных условиях (на примере Брянской области) // Стратегия устойчивого развития экономики регионов: теория и практика: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2015. С. 6-8.

6. Васькин В.Ф., Нестеренко Л.Н., Васькина Т.И. Современное состояние АПК России: тенденции и перспективы // Актуальные вопросы экономики и агробизнеса: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. В 4 ч. Ч. 1. Брянск, 2017. С. 116-122.

7. Коростелева О.Н. Формирование доходов работников сельскохозяйственных производственных кооперативов: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. М., 2002. 209 с.

8. Подольникова Е.М. Управление маркетингом в сельском хозяйстве // Стратегия устойчивого развития экономики регионов: теория и практика: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2015. С. 18-23.

УДК 339.138: 664.7 (470.333)

**УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ
В СПК «РОДИНА» КЛИНЦОВСКОГО РАЙОНА**

*Management of marketing activities in Agricultural Cooperative
«Rodina» of Klintsovsky district*

Сосновская А.К., студент
Грищенко В.П., к.э.н., доцент
Sosnovskaya A.K., Grishchenkova V.P.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. Рассмотрены вопросы производства и реализации зерновых культур с учетом формирования маркетинговой деятельности на примере конкретного предприятия.

***Abstract.** The issues of production and sale of grain crops were considered taking into account the formation of marketing activities on the example of a particular enterprise.*

Ключевые слова: зернопроизводство, реализация зерновых культур, маркетинговая деятельность, агромаркетинг.

Keywords: grain production, sale of grain crops, marketing activity, agromarketing.

Обеспечение населения высококачественными и разнообразными продуктами питания является главной проблемой эффективного производства зерновых культур. Важное значение для повышения эффективности имеет увеличение валового сбора зерновых при снижении себестоимости [1, с. 64].

СПК «Родина» относится к средним сельскохозяйственным предприятиям Клинцовского района. Ведущими отраслями специализации являются в растениеводстве – производство зерна, в животноводстве – производство молока и выращивание крупного рогатого скота на мясо.

Зернопроизводство – важнейшая сельскохозяйственная отрасль на анализируемом предприятии. В 2017 году наблюдается увеличение посевных площадей для выращивания зерновых и в частности под яровые зерновые. Урожайность зерна на предприятии на протяжении всего анализируемого периода имеет нестабильную динамику. В 2017 году средняя урожайность зерновых составляла 34,6 ц/га.

Низкие показатели производственной деятельности в зернопроизводстве обусловлены, прежде всего отсутствием финансовых средств на предприятии, а также некоторыми недоработками в плане организации производства зерна.

Обеспечить поступательное развитие растениеводства и в частности зернопроизводства можно только лишь используя систему мероприятий, направленных на повышение урожайности и увеличение валового сбора зерновых культур. В этом случае необходимо разработать план развития отрасли, определить мероприятия по повышению эффективности производства и реализации зерна. Система маркетинговых мероприятий также необходима [2, с. 98].

Изыскивая внутренние резервы, анализируя затраты в зернопроизводстве можно добиться хороших результатов за счёт: размещения по лучшим предшественникам – прибавка урожайности составит в среднем 0,5 ц/га; за счёт посева перспективных сортов – прибавка урожайности составит – 5,5 ц/га. В целом прибавка урожайности составит 6,0 ц/га [3, с. 6].

Важной проблемой на предприятии является отсутствие службы

сбыта. Что приводит к низкой товарности продукции. Система сбыта в современных конкурентных рыночных условиях важнейший элемент в повышении продаж.

Повышение эффективности реализации зерна находится в непосредственной связи с формированием каналов продажи и экономически обоснованных цен на зерновую продукцию. За 2017 год товарность зерна составила 56,2%, что подтверждает необходимость активизации маркетинговой деятельности на предприятии.

Агропромышленный маркетинг в рыночной экономике играет важную роль в планировании производственной деятельности. Применение методов маркетинга оказывает большое влияние на результаты производства. сущность агромаркетинга заключается в том, чтобы в нужном объёме и ассортименте удовлетворять нужды потребителей с учётом возрастной категории покупателей, пола, национальных традиций и других интересов.

Для эффективной деятельности товаропроизводителя на рынке необходимо знать основные функции, принципы и задачи агромаркетинга. На сельскохозяйственном предприятии маркетинговая деятельность может быть эффективной только в случае, если ею занимаются все работники аппарата управления, а содействуют все работники сферы производства.

В зернопроизводстве маркетинг имеет особенности, которые связаны с природно-экономическими особенностями региона, технико-технологическими особенностями, с конъюнктурой рынка и платежеспособностью покупателей [4, с. 115].

В современных условиях в СПК «Родина» необходимым является формирование маркетинговой деятельности, основанной на принципах агромаркетинга. Особо актуально это потому, что реализация зерна на предприятии не достаточно высокая, в 2017 году – 56,2%.

Деятельность служб по реализации продукции на предприятии должна быть активизирована и направлена на повышение товарности зерна. Для этого необходимо проанализировать структуру затрат при производстве зерновых, выявить негативные моменты и устранить их в кратчайшие сроки.

Важный момент – анализ актуальных и потенциальных потребителей зерна, который заключается в исследовании экономических, географических и других характеристик, позволяющих принимать решение о покупке, росте или снижении количестве зернопотребителей, масштабе конкуренции.

Общие функции маркетинга в зернопроизводстве – это управление, организация, планирование, прогнозирование, анализ, оценка,

учёт и контроль, а конкретные – исследование рынка, изучение потребителей и его спроса, анализ окружающей среды, осуществление товарной политики, ценообразование и ценовая политика, сбыт продукции, стимулирование сбыта. В процессе маркетинговой деятельности общие и конкретные функции взаимосвязаны и дополняют друг друга.

Одним из эффективных источников привлечения средств, новой техники и технологий, несомненно, является лизинг. Прогрессивная маркетинговая стратегия, нацеленная на долгосрочное развитие обязательно должно включать эту возможность увеличения производственных мощностей в свои маркетинговые планы [5, с. 372].

Система маркетинга по нашему мнению для СПК «Родина» должна предусматривает ряд основных элементов деятельности.

1. Выявление существующего и потенциального спроса покупателей на зерно путем комплексного изучения состояния зернового рынка и перспектив его развития.

2. Формирование спроса и передача информации, убеждающей покупателей в целесообразности приобретения различных видов зерна, выбор специальных методов.

3. Организация и совершенствование методов и форм реализации зерна.

4. Управление ассортиментом при производстве зерна, координация и планирование производства.

5. Разработка системы цен, проверка ее эффективности и совершенствование по мере необходимости.

6. Анализирование экономической эффективности использования сырья, материалов, организация взаимоотношений с поставщиками и оценке их надежности, т.е. проведение анализа материально-технического обеспечения предприятия, который в значительной степени влияет на эффективность и ритмичность [6, 7].

Проведение рекламной и информационной деятельности очень актуально, поскольку сбор и обработка информации позволят выявить как внутренние так и внешние резервы увеличения продаж и повышения эффективности реализации продукции. А соответствующее качество реализуемого зерна позволит его реализовывать по более высокой цене.

Расходы на маркетинг являются необходимостью. Однако они могут быть компенсированы за счёт выгодных продаж или за счёт сокращения коммерческих расходов. В перспективе в процессе совершенствования продаж зерна будет ясно, стоит ли вкладывать денежные средства в развитие агромаркетинга или следует повременить. Однако, по нашему мнению, маркетинг – необходимое условие современной конкурентной рыночной экономики [8, с. 19].

Перспективное планирование производственной деятельности в зернопроизводстве с максимальным учётом всех рыночных факторов позволит достичь эффективного производства. Планируемый уровень рентабельности производства зерна может составлять 69,3%.

Библиографический список

1. Грищенко В.П. Организация производства и реализации зерна – важный фактор создания высокоразвитого рынка зерновых культур // Разработка концепции экономического развития, организационных моделей и систем управления АПК: сборник научных трудов. Брянск, 2015. С. 64-68.

2. Кузьмицкая А.А. Особенности и основные направления развития стратегического планирования на предприятиях АПК // Инновации в экономике, науке и образовании: концепции, проблемы, решения: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2014. С. 95-98.

3. Дьяченко В.В., Дьяченко О.В. Организационно-технологическое обоснование возделывания травянистого сорго в Брянской области // Агро XXI. 2012. № 10-12. С. 5-8.

4. Поседько Н.А., Каширина Н.А., Бабьяк М.А. Формирование и развитие рынка сельскохозяйственной продукции в регионе // Разработка концепции экономического развития, организационных моделей и систем управления АПК: сборник научных трудов. Брянск, 2015. С. 111-117.

5. Васькин В.Ф., Карагузина Н.Г. Продовольственная безопасность в Российской Федерации // Социально-экономические и гуманитарные исследования: проблемы, тенденции и перспективы развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2016. С. 369-374.

6. Дьяченко О.В. Основные средства сельского хозяйства Брянской области: состояние и обеспеченность // Вестник Брянской ГСХА. 2014. № 4. С. 44-48.

7. Хохрина О.М. Агрмаркетинг – основное звено процесса формирования эффективного аграрного рынка // Стратегия устойчивого развития экономики регионов: теория и практика: материалы Международной научно-практической конференции. Ч. 2. Брянск, 2015. С. 71-74.

8. Подольникова Е.М. Управление маркетингом в сельском хозяйстве // Стратегия устойчивого развития экономики регионов: теория и практика: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2015. С. 18-23.

ОЦЕНКА УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Evaluation of sales management activity of an enterprise

Шапова О.И., студент
Иванюга Т.В., к.э.н., доцент
Shapova O.I., Ivanyuga T.V.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. Сбытовая деятельность представляет собой конечный результат работы предприятия, процесс продвижения товарной продукции на рынок, ее реализации потребителям. Она направлена на формирование потока товаров от производителя к конечному потребителю для превращения потребности потенциального покупателя в реальный спрос на конкретный товар. От организации и развития сбытовой деятельности на предприятии зависит его рыночный успех.

Abstract. *The sales activity is a final result of the enterprise, the process of promotion of commercial products on the market, its implementation to consumers. It is aimed at the formation of the flow of goods from the manufacturer to the final consumer to turn the needs of a potential buyer into a real demand for a particular product. Its market success depends on the organization and development of sales activity at the enterprise.*

Ключевые слова: сбытовая деятельность, эффективность сбыта продукции, ООО «Комбинат «Строма».

Keywords: *sales activity, efficiency of production sales, LLC «Plant «Stroma».*

Управление сбытовой деятельностью предприятия является важным условием непосредственной реализации продукции конечному потребителю, ориентированным на увеличение потребительской ценности, обеспечение удовлетворения запросов и потребностей потенциальных потребителей. Оценка данного аспекта деятельности предприятия актуальна в условиях, когда сбыт продукции рассматривается через призму рыночного спроса и предложения, а товаропроизводители должны производить востребованную на рынке продукцию [1].

ООО «Комбинат «Строма» является специализированным предприятием на производстве кирпича керамического лицевого пустоте-

лого 250x120x65 /1НФ/ Одинарный/, удельный вес выручки которого в структуре товарной продукции превышает 55%.

Ассортиментные группы товара представлены пятью наименованиями:

- кирпич керамический пустотелый ГОСТ 530-2012 ЛИЦЕВОЙ 250x120x65;

- кирпич керамический пустотелый ГОСТ 530-2012 ЛИЦЕВОЙ 250x120x88;

- кирпич керамический рядовой пустотелый ГОСТ 530-2012 /1НФ 250x120x65;

- кирпич керамический рядовой пустотелый ГОСТ 530-2012 /1,4НФ 250x120x88;

- фигурные элементы мощения.

Оптовые поставки продукции покупателям составляют почти 70%.

Управление сбытовой деятельностью ООО «Комбинат «Строма» включает в себя организацию оптимальной сбытовой сети для эффективных продаж, создание складов промежуточного хранения, определение маршрутов товародвижения, организацию транспортировки, работ по отгрузке и погрузке керамического облицовочного кирпича и другой продукции, вопросы логистики, систему снабжения, обеспечение эффективности товародвижения.

Непосредственное управление сбытовой деятельностью осуществляет отдел сбыта, важнейшей функцией которого является организация процесса продажи продукции собственного производства. Данный процесс начинается с проведения переговоров между предприятием и покупателем: оговариваются размеры партии, сроки поставки и стоимость продукции. В результате успешных переговоров заключается договор на поставку продукции покупателю. После оплаты продукции покупателем начинается процесс комплектации партии товара и отправки ее потребителю. Предприятие является участником как прямого канала сбыта (нулевого уровня), так и косвенного (одноуровневого) канала.

Официальными региональными дилерами продукции ООО «Комбинат «Строма», с которыми заключены долгосрочные договора на поставку продукции, являются:

- ТД Кирпичная Компания, г. Брянск, г. Орел;

- ООО «Энергостройкомплект», Астраханская обл.;

- ООО «Кирпич.ру», ЗАО «Фирма Кирилл», ТД «Кирпич Сервис», ООО «КИРПИЧНЫЙ КЛУБ», интернет-магазин «Стройкомплект», г. Москва и Московская обл.;

- ООО «Смолоблторг», СПП «Бетонгарант», г. Смоленск;

– ТД «КИРПИЧНИК» (ООО «БСК»), ЗАО «Москерам», СТРОЙ СТРАНА (ООО «ГД ВТМ»), г. Санкт-Петербург и т.п.

Продукция, выпускаемая комбинатом, успешно конкурирует с другими производителями и имеет широкую географию поставок по всей территории России. Широта географии поставок ориентирована на доставку продукции приблизительно для 87 регионов России. Продукцию завода можно увидеть на строительных площадках Брянска и Брянской области, Москвы и Московской области, Ленинградской области, Смоленска, Липецка, Архангельска, Калининграда, Иркутска, Владивостока, Краснодарского края, Урала, Карелии, Ингушетии.

Основными рынками сбыта керамического кирпича являются г. Москва и Московская область с долей в структуре количества кирпича 30,7%, г. Брянск и Брянская область – 26,8%, Ленинградская область – 8,9%, г. Смоленск – 7,4%, г. Липецк – 6,4%, Республика Карелия – 5,6%. Небольшой удельный вес продаж по остальным регионам (3% и менее) обусловлен тем, что у предприятия не хватает сотрудников для охвата данной территории, а также наличием фирм-конкурентов, занимающих более прочные позиции на местных региональных рынках сбыта.

Основными потребителями кирпича являются строительные предприятия, специализирующиеся на высоко- и малоэтажном строительстве жилья и промышленных объектов, оптовые фирмы, а так же население, использующее керамический кирпич для индивидуального строительства.

На сбытовую политику оказывают влияние достаточно большое количество факторов внешней среды, в связи с чем существует объективная необходимость организации непрерывного контроля за работой всех элементов сбытовой политики. Целью контроля над сбытом является повышение экономической эффективности сбытовой деятельности предприятия. Достижение этой цели обеспечивается своевременным предупреждением недостатков в сбыте, их обнаружением и устранением посредством формирования эффективных мероприятий [2].

Управление сбытовой деятельностью в ООО «Комбинат «Строма»» эффективно, что отражает наличие валовой прибыли, но следует снижать коммерческие расходы во избежание убыточности процесса продаж (табл.).

Таким образом, управление сбытовой деятельностью можно представить как исследование, планирование, реализацию и контроль исполнения конкретных программ, обращенных на создание, поддержание и расширение выгодных отношений предприятия с целевым покупателем для достижения своих целей.

Таблица – Эффективность сбытовой деятельности
ООО «Комбинат «Строма»»

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2017 г. в % к 2015 г.
Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	110044	91965	135888	123,5
Себестоимость продаж, тыс. руб.	91521	75771	119449	130,5
Валовая прибыль, тыс. руб.	18523	16194	16439	88,7
Коммерческие расходы, тыс. руб.	20846	21697	20773	99,6
Убыток от продаж, тыс. руб.	2323	5503	4334	186,6
Уровень убыточности продаж, %	2,1	6,0	3,2	1,1 п. п.

Основная цель управления сбытом предприятия в общей системе управления состоит в подборе результативных каналов и методов сбыта применительно к определенным обстоятельствам рынка [3, 4].

Новым направлением управления сбытовой деятельностью для анализируемого предприятия является, на наш взгляд, обеспечение наличия новой продукции завода на строительных базах для ее реализации частным застройщикам и мелким строительным подрядчикам, завоевание новых рынков сбыта.

Библиографический список

1. Чанышева Н.А., Цветных А.В. Система управления сбытом продукции на предприятии: сущность и функции // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2013. № 9. С. 350-351.
2. Долгова Т.О. Управление сбытовой деятельностью компании // Экономика и социум. 2016. № 5 (24). С. 570-572.
3. Шилько И.С. Совершенствование управления системой сбыта продукции предприятия на основе взаимодействия маркетинга и логистики // Перспективы науки и образования. 2013. № 2. С. 164-171.
4. Подольникова Е.М. Маркетинговый подход в управлении // Актуальные вопросы экономики и агробизнеса: материалы IX Международной научно-практической конференции. В 4 ч. Ч. 3. Брянск, 2018. С. 263-268.

**УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ
В СПК «РОДИНА» КРАСНОГОРСКОГО РАЙОНА**

*Management of marketing activities in Agricultural Cooperative
«Rodina» of Krasnogorsk district*

Шевцов В.О., студент
Грищенко В.П., к.э.н., доцент
Shevtsov V.O., Grishchenkova V.P.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University, Russian Federation

Аннотация. Рассмотрены вопросы эффективности производства и реализации молока с учетом активизации маркетинговой деятельности на конкретном предприятии.

Abstract. *The issues of efficiency of production and sale of milk were considered, taking into account the intensification of marketing activities at a particular enterprise.*

Ключевые слова: сельскохозяйственное производство, производство молока, качество, маркетинговая деятельность, эффективность производства и реализации.

Keywords: *agricultural production, milk production, quality, marketing activity, production and sales efficiency.*

СПК «Родина» расположен в Красногорском районе Брянской области. Организация специализируется на молочно-мясном скотоводстве. Сельскохозяйственное производство в хозяйстве ведется эффективно на протяжении 2015-2017 гг. Уровень рентабельности составил соответственно 9,5%, 15,3%, 21,8%.

Молочное скотоводство в настоящее время является отраслью специализации СПК «Родина». Анализ эффективности отрасли позволил нам выявить резервы ее дальнейшего повышения. Прежде всего, это касается совершенствованию структуры кормового рациона с тем, чтобы обеспечить уровень среднегодовых удоев не ниже 3500 кг., а также активизации маркетинговой деятельности.

Предлагаемая потребность в кормах повысит среднегодовой надой на 481 кг, что при неизменной численности стада приведет к увеличению валового надоя до 6090 ц. Все дополнительно полученное молоко предполагается реализовать при уровне товарности до 87%.

Увеличение качества производимого молока приведет к росту цены реализации, а значит, и к росту денежной выручки. С ростом объемов реализации уменьшается себестоимость 1 ц реализованного молока.

После того как продукция произведена, перед производителем встает вопрос ее высокоэффективной реализации. Конечно, нужно учитывать и то, что низкая эффективность производства и высокая производственная себестоимость продукции, низкое ее качество могут сделать сбыт заведомо неэффективным. И все же, даже в этом случае грамотная организация процесса реализации поможет минимизировать убытки. Организация сбыта продукции является завершающей стадией производственного цикла, на которой определяется степень конкурентоспособности продукции, формируется конечный финансовый результат.

Будучи заинтересованным в эффективной, своевременной продаже своей продукции, производитель должен позаботиться об этом еще до того, как продукция будет фактически получена [1, с. 107].

Спецификой молочного скотоводства является то, что продукция поступает ежедневно в течение всего года, хотя и с выраженной сезонностью. Поэтому доля реализации молока по случайным разовым каналам невелика, организация заключает договора на поставку на длительный период. Это позволяет ей быть уверенной в своевременном сбыте скоропортящейся продукции.

Негативным моментом такой ситуации является то, что заключив договора организация перестает заниматься изучением рынка и поиском более эффективных каналов реализации. Хотя по нашему мнению, следует в течение всего года, особенно в период поступления наибольших объемов молока, производить поиск более эффективных покупателей молока. При определении потенциальных каналов реализации и конкретных покупателей полезно руководствоваться информацией об объемах и ценах реализации молока по ним в прошлые годы, а также следить за текущими рекламными объявлениями.

Определив, насколько высоким будет спрос на продукцию с учетом комплекса ее качественных параметров и следует строить в дальнейшем процесс производства. Организации необходимо отходить от сбытовой к маркетинговой стратегии реализации. В настоящее время организация производит и реализует продукцию не с учетом требований рынка, а исходя из своих производственных возможностей. И хотя по молоку качественные параметры у всех производителей более-менее однородны, нельзя получить принципиально новый продукт, все же следует исходить из того уровня качества продукции, который продиктован рынком. При разработке производственной программы следует взять за основу потребительские предпочтения, а собственные

материально-технические и трудовые возможности организации адаптировать под нее.

В качестве главного ориентира для организации должно стать самое высокое качество продукции, так как в этом случае она будет всегда востребована и по более высокой цене. Лидерство в качестве производимой продукции является в настоящее время одним из наиболее важных факторов конкурентоспособности продукции и предприятия в целом как ее производителя. Ценовой фактор конкурентоспособности все более отходит на второй план.

Продукция СПК «Родина» не всегда отвечала высоким параметрам качества.

Для того чтобы планомерно выйти на высокий уровень качества производимой в организации продукции необходима грамотная организация системы управления качеством.

Одним из важнейших факторов обеспечения качества молока и его последующего высокоэффективного сбыта является соответствующая первичная подготовка. Так как цена зависит от качества молока, а это понятие объединяет в себе такие характеристики, как жирность, содержание белка, кислотность, отсутствие механических примесей [2, с. 215].

Требования к получению молока высокого гигиенического качества сводятся к следующему. Молоко, полноценное по химическому составу, будет невысокого качества, если в нем много механических примесей, микробов, или оно смешано с молоком коров, больных маститом, содержит остатки антибиотиков, химических консервантов, пестицидов, имеет неприятный вкус или запах. Пищевая ценность такого молока низкая. Из него нельзя выработать высококачественные молочные продукты, оно опасно для здоровья человека.

С целью максимального соответствия Российских стандартов мировым, ВИЖем разработан проект ГОСТа на молоко коровье сырое, в котором требования к качеству молока высшего сорта подняты до уровня требований европейских стандартов. Этот ГОСТ начал действовать в 2004 году и устанавливает общероссийские базисные нормы содержания жира и белка соответственно 3,4 и 3,0%.

Отмеченные параметры являются для СПК «Родина» своеобразным ориентиром и должны быть использованы как параметры оценки качества производимого молока. Активизируя систему управления качеством, организация должна как можно раньше выйти на такие параметры, чтобы получить конкурентные преимущества с возможностью заключения более эффективных договоров. Это связано с тем, что переработчики молока и другие потенциальные покупатели

при прочих равных условиях выберут более качественную продукцию, соответствующую по качеству мировому уровню [3, с. 359].

Проблема ухудшения качества молока во время реализации для организации не актуальна. Близость потребителей позволяет быстро доставлять молоко на переработку без заметного ухудшения качественных параметров. Поэтому практически все молоко реализуется первым сортом.

После того как молоко получено и качественно произведена его первичная обработка, последующая эффективность его продажи будет целиком зависеть от цен реализации по выбранным каналам. Отбор наиболее эффективных каналов реализации и заключение договоров производится заблаговременно [4, с. 160].

Одним из важнейших факторов, влияющих на эффективность реализации конкретного вида продукции, является цена. Цена реализации должна обеспечивать не только возмещение издержек производства, но и прибыль для возможности ведения расширенного воспроизводства. Считается, что для обеспечения расширенного воспроизводства уровень рентабельности должен составлять 30-50%. Фактически в организации продажа молока на протяжении всего анализируемого периода остается рентабельной. Следует отметить, что в подавляющем большинстве молокопроизводящих хозяйств России данная отрасль является одной из немногих рентабельных в животноводстве [5, с. 442].

СПК «Родина» на протяжении анализируемого периода реализовал молоко по ограниченному числу каналов - организациям, предпринимателям, на рынках. Каждый из этих каналов реализации включает в себя много потенциальных покупателей, что открывает широкие возможности для подбора более эффективных из них, готовых купить больший объем молока по более высокой цене. В связи с этим маркетинговое изучение рынка, предшествующее заключению договоров, о чем говорилось выше, приобретает особое значение.

Чтобы выбрать наиболее выгодные для организации каналы реализации молока, нужно оценить их с точки зрения организации и эффективности [6, с. 59]. Поэтому СПК «Родина» необходимо активизировать свою маркетинговую деятельность с одной стороны, в направлении поиска наиболее выгодных каналов реализации своей продукции, а с другой – по формированию положительной репутации организации среди покупателей и партнеров по бизнесу.

Введение предлагаемых мероприятий позволит повысить выручку на 1743 тыс. руб., окупить затраты на производство и получить прибыль в размере 5051 тыс. руб., а уровень рентабельности составит 82,7%.

Библиографический список

1. Бабьяк М.А. Опыт инновационного развития молочного скотоводства в Брянской области // Инновации в экономике, науке и образовании: концепции, проблемы, решения: материалы Международной научно-методической конференции. Брянск, 2014. С. 106-110.
2. Кузьмицкая А.А. Современные подходы к планированию производства молока // Аграрная наука – сельскому хозяйству: сборник статей XII Международной научно-практической конференции: в 3 кн. Кн. 1. Барнаул, 2017. С. 211-216.
3. Лапик А., Грищенко В.П. Эффективность производства молока в СПК «Рабочий» Гордеевского района //Актуальные проблемы состояния экономики региона: взгляд молодых: материалы студенческой научно-практической конференции. Брянск, 2013. С. 357-361.
4. Грищенко В.П. Современное состояние производства молока в Красногорском районе Брянской области // Инновационные подходы к формированию концепции экономического роста региона: материалы научно-практической конференции. Брянск, 2013. С. 157-161.
5. Коростелёв А.И., Коростелёва О.Н., Рыбикова А.А. Животноводство Брянщины – повлияет на снижение нагрузки импортозамещения в регионе // Международный журнал экспериментального образования. 2015. № 4-2. С. 442-443.
6. Кубышкин А.В. Управление сырьевыми потоками молокоперерабатывающего предприятия на основе принципов логистики (на материалах предприятий молочного подкомплекса Брянской области): дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / ВНИИЭСХ РАСХН. М., 2005. 187 с.
7. Бабьяк М.А., Раевская А.В., Кузьмицкая А.А. Направления совершенствования организации производства молока в сельскохозяйственных предприятиях Брянской области // Таврический научный обозреватель. 2016. № 5-2 (10). С. 69-73.

**СЕКЦИЯ 5.
УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ
РЕСУРСАМИ**

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИЙ
И ФАКТОРЫ, ЕЕ ОБУСЛОВЛИВАЮЩИЕ
В МОЛОЧНОМ АГРОБИЗНЕСЕ**

Competitiveness of the personnel of entities and the factors, that determine it in the dairy agribusiness

Васенкова Я.В., магистрант
Грудкина Т.И., к.э.н., доцент
Vasenkova Ya.V., Grudkina T.I.

ФГБОУ ВО Орловский ГАУ, Российская Федерация
Orel State Agrarian University

Аннотация. В статье обобщен понятийный аппарат конкурентоспособности персонала организаций, выявлены факторы, ее обусловливающие и направленные на ее повышение в молочном агробизнесе.

Abstract. *The article summarizes the conceptual apparatus of the competitiveness of the personnel of entities, identifies the factors that determine it and aim at raising it in the dairy agribusiness.*

Ключевые слова: персонал, конкурентоспособность, конкурентоспособность персонала, факторы конкурентоспособности персонала, молочный агробизнес.

Keywords: *personnel, competitiveness, personnel competitiveness, personnel competitiveness factors, dairy agribusiness.*

В современных условиях роста конкуренции решающее значение для повышения эффективности производства в субъектах бизнеса имеет конкурентоспособный персонал, в связи с чем пристальное внимание целесообразно уделять факторам, ее обеспечивающим, что обусловливает актуальность темы исследования. Сотрудник в каждой организации является ее неотъемлемой частью [1, с. 615].

Конкурентоспособность отдельного сотрудника чаще всего остается неосвещенной и неучтенной в контексте его эффективности. Конкурентоспособность человека – это приобретенная способность сотрудника выдержать конкуренцию в профессиональной сфере, сохранить свое рабочее место и превзойти своих конкурентов в борьбе за лучшие условия работы и более высокую заработную плату [2, с. 430].

С точки зрения Бычковой О.В. [3, с. 199], уровень конкурентоспособности персонала определяется его конкурентными преимуще-

ствами на конкретном рынке. К конкурентным преимуществам персонала, на взгляд Берестневой Н.А. и Кох М.Н. [4 с. 1395], стоит отнести такие показатели как: уровень образования; вовлеченность персонала в производственный процесс; креативность; способность обучаться; научная деятельность персонала.

Систематизируем вышерассмотренный и не только понятийный аппарат в области конкурентоспособности персонала в таблице.

Таблица – Понятийный аппарат в области конкурентоспособности персонала*

Термины	Определение
Конкурентоспособность персонала (Берестнева Н.А., Кох М.Н. [4, с. 1395])	способность конкретного работника к индивидуальным достижениям в труде, представляющим вклад в достижение организационных целей, а также свойство работника успешно выдерживать конкуренцию на рынке труда в сравнении с работниками аналогичных профессий.
Конкурентоспособность работника (Нигматуллина Г.Н. [5, с. 162])	можно представить как реальную и потенциальную его способность, деловую и профессиональную компетентность, инициативность, изобретательность в работе, чувство ответственности, которое отличает его от других работников аналогичной специальности, и позволяет выдерживать конкуренцию на рынке труда.
Конкурентоспособность персонала (Калинская Е.С., Пирогов Н.М., Шайкина Ю.В. [6, с. 283])	определяют как, комплекс психофизиологических, профессионально-квалификационных, ценностномотивационных и стоимостных характеристик трудовых ресурсов, определяющих их успех на конкурентном рынке.
Конкурентоспособность персонала (Бычкова О.В. [3, с. 199])	определяется его конкурентными преимуществами на конкретном рынке

*Источник: Обобщено автором

Конкурентоспособность персонала в организации зависит от трех ключевых факторов: с одной стороны, способность непрерывно

обучаться со стороны работника, с другой стороны – мотивирование и обучение со стороны работодателя [4, с. 1395]. По мнению Нигматуллиной Г.Н. [5, с. 162], степень проявления конкурентных преимуществ персонала определяется внешними и внутренними факторами. Внутренние факторы обеспечиваются условиями, которые позволяют работнику полностью реализовать свой творческий потенциал. Внутренние, или индивидуальные, конкурентные преимущества персонала по своей природе можно условно разделить на наследственные и приобретенные. К наследственным конкурентным преимуществам персонала относятся: способности (талант, способность к данному виду деятельности), темперамент (сангвиник, холерик, меланхолик, флегматик), физические данные. К приобретенным следует отнести: деловые качества (образование, специальные знания, навыки и умения), интеллигентность и культура, характер, отношение к труду, умение управлять своими эмоциями, воля, общительность, коммуникативность, возраст и другие [5, с. 162].

В литературе нет общепринятой методики оценки конкурентоспособности персонала [7]. На наш взгляд, оценивая конкурентоспособность персонала, целесообразно ориентироваться на показатели достигнутой продуктивности, трудоемкости производства продукции, производительности и уровня оплаты их труда, стоимостные параметры, в т. ч. полученную выручку и прибыль в расчете на 1 оператора машинного доения и 1 чел.-час. прямых затрат труда.

Конкурентоспособность и эффективность организации в значительной степени определяется квалифицированностью кадрового состава и опытом его работы [8]. Тем более в субъектах агробизнеса Орловской области в среднем производственным процессом занимается персонал, не имеющий специальных навыков, или они требуют обновления [9]. Поэтому с целью повышения конкурентоспособности персонала субъектов бизнеса целесообразно систематически уделять внимание реализации такого фактора, как обновление профессиональных знаний, умений, формированию навыков, соответствующих компетенций.

Важным фактором повышения конкурентоспособности персонала является реализация своей профессиональной ответственности, четкой обусловленности финансовой стабильности и успешности самого работника от эффективной деятельности, успешности субъекта бизнеса и их взаимосвязи. На наш взгляд, персонал сельскохозяйственных организаций, производящих молоко, может способствовать формированию своей конкурентоспособности за счет таких факторов, как нацеленности на результат посредством достижения целей самой организации и своих собственных целей. В частности, операторы машинного доения должны

стремиться к повышению надоя от каждой коровы, что будет свидетельствовать и об их конкурентоспособности. В качестве примера приведем операторов машинного доения АО «Березки», которые надоили в 2017 г. в среднем от каждой коровы 7140 кг молока, что на 4,2% больше, чем в 2016 г., что позволило им уверенно войти в пятерку лидеров среди молокопроизводящих организаций региона. Целесообразно стремиться и к снижению затрат труда, трудоемкости производства продукции, росту производительности труда. При этом важно учитывать следующий фактор. Возможность применения высокой техники и технологий, в свою очередь, существенно изменяют объём и структуру трудовых функций работников, акцентируя внимание на значительном снижении доли ручного труда в пользу его интеллектуализации. Несомненно, это актуально для персонала молочно-товарных ферм и комплексов и способствует росту их конкурентоспособности.

Важнейшим фактором конкурентоспособности работника является условия оплаты труда [3, с. 200]. Например, уровень среднемесячной заработной платы операторов машинного доения того же АО «Березки», достиг в 2017 г. 27,2 тыс. руб., что почти на 15% выше уровня 2016 г., на 30,8% и 10,9% соответственно выше среднего уровня заработной платы работников данной организации и среднего уровня сельскохозяйственных работников Орловской области. Такой ее уровень подтверждает следующую точку зрения. Заработная плата обеспечивает вполне нормальные условия воспроизводства рабочей силы в сельской местности и является фактором, стимулирующим трудовую активность и заинтересованность работников в повышении производственно-экономических показателей деятельности организации [10, с. 284].

Резюмирую вышеизложенное, отметим, что повышение конкурентоспособности персонала субъектов бизнеса, в том числе молочно-агробизнеса, особенно актуально в современных условиях развития экономики, чему будет способствовать задействование рассмотренных факторов, что, в свою очередь, будет способствовать росту конкурентоспособности и продукции, и самой организации.

Библиографический список

1. Андреева О.Н., Суровцева Е.С. Необходимость использования мотивации персонала в сельскохозяйственных организациях Орловской области // Перспективы развития аграрного сектора экономики: сборник по материалам Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых. Орел, 2013. С. 615-618.

2. Шишкина Е.В. Повышение конкурентоспособности персонала с использованием поощрения создания инноваций в условиях использования нормирования труда // Экономика России в современных условиях: пути инновационного развития и повышения конкурентоспособности: сборник научных трудов по итогам Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых. СПб., 2017. С. 429-432.
3. Бычкова О.В. Факторы повышения конкурентоспособности персонала предприятия // Донецкие чтения 2016. Образование, наука и вызовы современности: материалы I Международной научной конференции. Ростов-на-Дону, 2016. С. 199-202.
4. Берестнева Н.А., Кох М.Н. Конкурентоспособность персонала на предприятии // Научное обеспечение агропромышленного комплекса: сборник статей по материалам X Всероссийской конференции молодых ученых. Краснодар, 2017. С. 1395-1396.
5. Нигматуллина Г.Н. Конкурентоспособность персонала как условие эффективной деятельности предприятия // Современные кадровые технологии в управлении предприятиями и территориями: материалы Всероссийской научно-практической конференции. Тамбов, 2017. С. 162-166.
6. Калининская Е.С., Пирогов Н.М., Шайкина Ю.В. Влияние социально-психологического климата на конкурентоспособность персонала // Экономика устойчивого развития. 2017. № 1 (29). С. 282-284.
7. Портнова С.С., Портнова О.С., Грудкина Т.И. Конкурентоспособность управленческого персонала предприятий АПК // Экономический рост и тенденции развития АПК: теория и практика: сборник трудов научно-методической конференции молодых ученых. Орел, 2005. С. 211-213.
8. Кравченко Т.С. Бизнес-планирование как инструмент современного менеджмента в АПК // Менеджмент в России и за рубежом. 2014. № 3. С. 54-59.
9. Сухочева Н.А., Ловчикова Е.И. Проблемы и перспективы подготовки кадров как стратегического направления // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2016. № 4. С. 107-111.
10. Грудкина Т.И. Трещева У.А. Эффективный кадровый менеджмент как фактор повышения конкурентоспособности производителей молока: региональный опыт // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 3. С. 284.

**РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ
МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ООО «БРЯНСКИЙ
МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИЙ КОМБИНАТ»**
*Development of measures to improve motivation of the personnel
in LLC «Bryansk meat processing plant»*

Колганова А.Н., студент
Раевская А.В., к.э.н., доцент
Kolganova A.N., Raevskaya A.V.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. Для того чтобы побудить работников выполнять свои трудовые функции качественно, необходимо обеспечить им благоприятные условия труда, то есть проводить комплексное стимулирование персонала.

Abstract. *In order to encourage employees to perform their work functions qualitatively, it is necessary to provide them with favorable working conditions, that is, to conduct a comprehensive stimulation of staff.*

Ключевые слова: мотивация персонала, интегральный показатель надежности, стратегия «тяги-толкай»

Keywords: *motivation of staff, the integral indicator of reliability, the strategy of «push-pull»*

С целью повышения мотивации персонала комбината, отвечающего за коммуникационную политику, важна система справедливого вознаграждения. Помимо простого традиционного вознаграждения – прямой зарплаты можно применять комиссионную заработную плату, которая обычно составляет от 3 до 15% от объема продажи, вида продукции. Данный вид оплаты труда напрямую зависит от выполненной работы. Комбинирование основной зарплаты и комиссии дает возможность использовать преимущества двух указанных способов стимулирования усилий труда: основная зарплата обеспечивает работников защищенным доходом, а вознаграждение дает дополнительные мотивации для достижения целей организации.

Реализация различной продукции (например, новой для рынка и хорошо зарекомендовавшей себя) требует различных усилий, что непременно должно быть учтено при формировании премиального

фонда сотрудников отдела маркетинга и рекламы в виде повышающих или понижающих коэффициентов [1]. Пример дифференциации размеров индивидуального вознаграждения в зависимости от полученного комбинатом дохода представлен в нижеприведенной таблице.

Таблица 1 – Дифференциация размеров индивидуального вознаграждения

Сумма поступивших денежных средств, тыс. руб.	Процент вознаграждения	
	группа товаров «Сырокопченые колбасы»	группа товаров «Вареные колбасы»
250	0,5%	0,4%
250-500	0,8%	0,7%
500-750	1% + 0,30% от суммы перевыполнения	0,6% + 0,25% от суммы перевыполнения
свыше 750	1,5% + 0,4% от суммы перевыполнения	1% + 0,35% от суммы перевыполнения

Не все сотрудники отдела маркетинга и рекламы занимаются продажами, отсюда возникает необходимость деления премиального фонда на две части в определенной пропорции (к примеру, 80% и 20%). Итого заработная плата маркетолога при должностном окладе 30 тыс. руб. и полученной им сумме денежных средств от реализации в размере 430 тыс. руб. при продаже вареных колбас составит:

$$30 + \frac{430 \cdot 0,7}{100} = 33 \text{ тыс. руб.}$$

В случае, если маркетолог одновременно занимается реализацией нескольких групп товаров, то расчет принимает следующий вид (при условии, что им реализовано вареных колбас на сумму 560 тыс. руб., а сырокопченых на сумму 640 тыс. руб.):

$$30 + \frac{560 \cdot 0,6}{100} + \frac{640 \cdot 1}{100} = 39,76 \text{ тыс. руб.}$$

Кроме того, должны присутствовать неординарные способы мотивации, действующие на сознание работников опосредованно: участие в тренингах, специальных акциях, конкурсах, проводимых для сотрудников комбината, возможность карьерного роста и прочие.

Премия по результатам работы должна составлять 50-70% к ос-

новному окладу. Ни в коем случае нельзя забывать, что это – именно премия. И она должна быть четко увязана с результатом работы.

За основу системы стимулирования персонала целесообразно принять систему Хаббарда [2]. В классическом варианте каждому сотруднику в зависимости от сложности выполняемых им работ присваивается определенный балл. Впоследствии сумма полученной прибыли делится на общую сумму баллов и разносится по специалистам в соответствии со степенью оценки сложности их работы. Например, выполнил специалист поставленную задачу – получил десять баллов, не выполнил – минус десять баллов. Подал отчет с опозданием на день – минус два балла и т.д. Все эти баллы в итоге и отражаются на заработной плате.

Мы предлагаем следующую систему стимулирования специалистов отдела маркетинга и рекламы.

Таблица 2 – Система стимулирования работников отдела

Наименование задания	Сложность, балл	Качество и полнота исполнения (от 0,1 до 1 балла)	Срок сдачи задания		Начислено баллов
			установленный	фактический	
Маркетинговое исследование рынка	20	0,7	12.09.18 г.	11.09.18 г.	14
Разработка формы анкеты	8	1,0	16.09.18 г.	16.09.18 г.	8
Разработка плана презентации нового продукта	12	1,0	21.09.18 г.	22.09.18 г.	10
Информационное сопровождение продаж	15	0,8	29.09.18 г.	30.09.18 г.	10

При оценке эффективности управления отделом маркетинга и рекламы можно провести расчет интегрального показателя надежности (*ИПН*), который характеризует использование экономического потенциала подразделения.

Чем ближе *ИПН* к единице, тем мощнее задействован потенциал подразделения, выше надежность его работы и эффективность управления в целом согласно формуле:

$$ИПН = 0,6 \cdot (0,2 \cdot 0,78 + 0,4 \cdot 1 + 0,3 \cdot 1 + 0,1 \cdot 0,74) + \\ + 0,4 \cdot (0,3 \cdot 0,9 + 0,3 \cdot 0,85 + 0,1 \cdot 0,96 + 0,3 \cdot 1) = 0,93$$

В нашем случае ИПН равен 0,93, что свидетельствует о не достижении отделом маркетинга и рекламы всех поставленных перед ним задач. Соответственно, фонд вознаграждения специалистов отдела составит лишь 93% положенных выплат при выполнении всех параметров маркетинговой деятельности за год.

Таблица 3 – Мероприятия стратегии «тяги-толкай»

«Тяни»	«Толкай»
«Ребэйт» - предоставление скидки в зависимости от объемов продаж, т.е. при продаже 20 единиц товара в месяц партнер получает за каждую следующую продажу надбавку (например, 500 руб.)	Дисконтирование – ограниченное во времени, приурочено к событию или сезону и т.д.
	Рамочные программы
«Контроль цены» – повышение заработка партнера без изменения цены	«Угроза повышения цены – ограничение во времени
	Предварительные заказы
«Защита цены склада» – гарантия и своевременное предупреждение о снижении цен производителем	Комплексные наборы – скидка
	Подарки – довесок должен быть более 10% стоимости, только тогда это мотивирует на покупку, если меньше, то это повышение лояльности
Мотивация маркетологов	Конкурсы – для потребителя Товар/услуга в действии – демо-шоу, бесплатное бета-тестирование, тест-драйв и т.п.
Совместные фонды развития и реклама	
Совместный брендинг	
PR-поддержка и информационное сопровождение торговых партнеров	
Размещение в специальном разделе интернет-сайта производителя наиболее лояльных партнеров	
Соревнование для партнеров	

Рекомендуемая методика стимулирования специалистов отдела позволит установить систему стимулирования, направленную на четкое выполнение функций, на достижение ими максимальных продаж и позволит урегулировать четкую, прозрачную систему ответственности.

Смысл данной стратегии: «толкай» продукт в сбытовой канал и «тяги» торговца в канал сбыта, а потребителя «тяги» к прилавкам магазинов.

В основе мероприятий «толкай» лежит выгода: для потребителя – ценовая, функциональная, социальная, ментальная; для участника сбыта – финансовая и ее производные, ментальная, функциональная.

В основе мероприятий «тяги» лежит желание получить выгоду:

у потребителя – желание в потребительской выгоде;

у участника сбыта – желание в финансовой выгоде и ее производных, ментальной, функциональной и социальной.

Таблица 4 – Эффективность предложенного мероприятия

Показатели	2017 г.	Планируемые показатели	Абсолютное отклонение	Относительное отклонение, %
Выручка, тыс. руб.	2050534	3855004,1	1804470,1	188,0
Себестоимость продаж, тыс. руб.	1963508	2100368,4	136860,4	107,0
Валовая прибыль, тыс. руб.	87026	1754635,7	1667609,7	в 20,2 р.
Уровень рентабельности, %	4,4	83,5	79,1	x

Как показывают расчеты, внедрение комплекса коммуникативных мероприятий позволит повысить выручку предприятия на 1804470,1 тыс. руб. или в 1,9 раза на фоне роста затрат на 136860,4 тыс. руб. или на 7%. В результате потенциально валовая прибыль может возрасти на 1667609,7 тыс. руб. или в 20,2 раза, а уровень рентабельности повысится на 79,1 п.п. или в 1,9 раза.

Библиографический список

1. Вернигорова Т.А., Горбунова М.А., Бельских И.Е. Личные продажи в комплексе маркетинговых мероприятий фирмы // Молодой ученый 2016. № 9. С. 504-506. [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/archive/113/29563/> (дата обращения: 11.06.2018).

2. Малышев А.А. Каналы воздействия на потребителя в процессе коммуникативной деятельности предприятия // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 10. [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2016/10/72665> (дата обращения: 11.06.2018).

3. Грищенкова В.П. О проблемах финансирования социального развития села в современных условиях // Социально-экономические и

гуманитарные исследования: проблемы, тенденции и перспективы развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2016. С. 409-410.

4. Васькин В.Ф., Карагузина Н.Г. Продовольственная безопасность в Российской Федерации // Социально-экономические и гуманитарные исследования: проблемы, тенденции и перспективы развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2016. С. 369-374.

5. Гизатулин И.А., Хохрина О.М. Стратегическое управление предприятием // Актуальные проблемы состояния экономики региона: взгляд молодых: материалы студенческой научно-практической конференции. Брянск, 2013. С. 253-255.

УДК 331.101.6:658.14 (470.333)

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ
ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬЮ ТРУДА ЗА СЧЕТ
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВНУТРИХОЗЯЙСТВЕННЫХ РЕЗЕРВОВ
В СПК «СОЮЗ» СЕВСКОГО РАЙОНА**

Improving governance labour productivity through the use of on-farm reserves in APC «Union» Sevsk district

Носорева О.А., студент
Раевская А.В., к.э.н., доцент
Nosareva O.A., Raevskaya A.V.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. Непременным условием развития производства служит повышение производительности труда. Этот показатель труда является важным критерием эффективности производства. А рост связан с повышением объемов производства и снижением себестоимости производимой продукции, создает условия для дальнейшего развития предприятия.

Abstract. *A prerequisite for the development of production is to increase productivity. This labor index is an important criterion of production efficiency. And the growth is associated with an increase in production volumes and a decrease in the cost of production, creates conditions for further development of the enterprise.*

Ключевые слова: производительность труда, резервы, валовой сбор, поголовье, продуктивность.

Keywords: *labor productivity, reserves, gross yield, livestock, productivity.*

Повысить эффективность использования труда в растениеводстве возможно за счет увеличения объемов произведенной продукции. Так рост валового сбора зерновых культур может быть достигнут за счет использования следующих внутрихозяйственных резервов.

Существенным резервом увеличения валового сбора является изменение структуры посевных площадей в сторону доли посевов более урожайных культур в общей посевной площади [1].

По научным данным в структуре посевных площадей зернобобовые культуры должны занимать не менее 8%, а озимые культуры – 55%. Исходя из этих рекомендаций, и предлагаем изменить структуру посевов зерновых в СПК «Союз». В результате чего валовой сбор озимых зерновых вырастет на 6532 ц, а зернобобовых культур на 818 ц. При этом возможно уменьшение производства ярового зерна на 5567 ц. Общий прирост валового сбора составит 1783 ц.

Таблица 1 – Эффективность предлагаемого мероприятия

Показатели	Значение показателя
Общий прирост валового сбора, ц	5567
Средняя цена 1 ц зерна, руб.	670,70
Стоимость дополнительно полученного зерна, тыс. руб.	3734
Прирост производительности труда 1 работника, тыс. руб.	42,4
В % к существующему уровню производительности труда	3,2

Стоимость дополнительно полученного зерна в ценах реализации 2017 г. составит 3734 тыс. руб. В результате производительность труда 1 работника может возрасти на 42,4 тыс. руб. или 3,2% к уровню производительности труда по предприятию в 2017 г.

Наиболее важным резервом увеличения валового сбора зерна для СПК «Союз» является сохранность посевов зерновых культур.

В 2017 г. в хозяйстве погибло зерновых культур на площади 200 га. В результате потери урожая составили 6260 ц. В ценах реализации 2017 г. финансовые потери кооператива составляют 4196 тыс. руб.

Если бы эти посевы были сохранены, то прирост производительности труда составил 47,7 тыс. руб. или 3,6% к фактическому уровню показателя в 2017 г.

Еще одним существенным резервом увеличения валового сбора зерна является недопущение потерь при уборке урожая. Чтобы избежать таких потерь урожая, в хозяйстве необходимо соблюдать оптимальные сроки уборки зерна [2].

Позднее установленных сроков уборки было убрано 365 га, засеянных зерновыми культурами. В результате чего СПК «Союз» недобрал 2862 ц зерна, а средние потери в урожайности составили 7,8 ц/га.

Таблица 2 – Эффективность предлагаемого мероприятия

Показатели	Значение показателя
Общий прирост валового сбора, ц	2862
Стоимость дополнительно полученного зерна, тыс. руб.	1920
Прирост производительности труда 1 работника, тыс. руб.	21,8
В % к существующему уровню производительности труда	1,6

Соблюдение сроков уборки урожая способствовало бы увеличению производительности труда по хозяйству на 21,8 тыс. руб. или 1,6% к уровню 2017 г.

Таким образом, общий прирост производительности труда по предприятию только за счет существующих внутрихозяйственных резервов в зерновом хозяйстве, можно поднять на 111,9 тыс. руб. или на 8,4% к уровню показателя, зафиксированного в 2017 г.

В молочном скотоводстве увеличение поголовья коров является одним из факторов роста объемов производства молока [3]. В кооперативе в 2017 г. поголовье коров составило 280 голов против 290 голов, содержащихся на ферме хозяйства в 2016 г. С учетом того, что ферма рассчитана на 300 голов, то можно предположить, что у СПК «Союз» есть реальная возможность увеличить поголовье коров на 20 голов.

Таблица 3 – Эффективность предлагаемого мероприятия

Показатели	Значение показателя
Увеличение поголовья коров, голов	20
Средняя продуктивность коров по хозяйству, ц	33,5
Общий прирост валового надоя молока, ц	670
Средняя цена реализации 1 ц молока, руб.	2035,03
Стоимость дополнительно полученного молока, тыс. руб.	1363
Прирост производительности труда 1 работника, тыс. руб.	15,5
В % к существующему уровню производительности труда	1,2

Увеличение поголовья коров на 20 голов при существующей средней продуктивности коров в 33,5 ц даст кооперативу прирост валового надоя молока в объеме 670 ц. Таким образом, прирост стоимости полученного молока в ценах реализации 2017 г. составит 1363 тыс. руб. В результате производительность труда по предприятию может быть увеличена на 15,5 тыс. руб. или 1,2% к уровню 2017 г. (табл. 3)

В качестве резерва увеличения объемов производства продукции и в мясном и в молочном скотоводстве является ликвидация падежа животных.

За счет ликвидации падежа скота СПК «Союз» мог бы дополнительно получить продукции скотоводства на сумму 453 тыс. руб.. В результате чего производительность труда в хозяйстве возросла бы на 5,1 тыс. руб. или 0,35% к уровню показателя в 2017 г.

Таблица 4 – Эффективность предлагаемого мероприятия

Показатели	Значение показателя
Увеличение поголовья КРС, голов	27
Средняя продуктивность КРС, ц	1,26
Возможное увеличение валового прироста скота, ц	34
Средняя цена реализации 1 ц скота на мясо, руб.	10972,18
Стоимость дополнительно полученной продукции, тыс. руб.	373
Прирост производительности труда 1 работника, тыс. руб.	4,2
В % к существующему уровню производительности труда	0,3

Резерв роста объема производства продукции за счет увеличения поголовья есть и в мясном скотоводстве СПК «Союз». В 2017 г. на фермах хозяйства содержалось на выращивании и откорме 617 голов КРС, что меньше поголовья предыдущих лет на 27 голов (в 2015 и 2016 гг. в хозяйстве было поставлено на выращивание и откорм 644 головы КРС).

Таблица 5 – Обобщение резервов повышения производительности труда, тыс. руб.

Источник резервов	Величина показателя
Изменение структуры посевов зерновых культур	42,4
Сохранность посевов зерновых культур	47,7
Ликвидация потерь при уборке урожая зерновых культур	21,8
Увеличение поголовья коров	15,5
Ликвидация падежа животных	5,1
Увеличение поголовья КРС на выращивании и откорме	4,2
Итого	136,7
В % к существующему уровню производительности труда	10,3

В результате увеличения поголовья КРС на 27 голов СПК «Союз» дополнительно получит 34 ц живого веса скота, что в ценах реализации 2017 г. составляет 373 тыс. руб. Производительность труда по хозяйству возрастает на 4,2 тыс. руб. или на 0,3% по отношению к показателю 2017 г.

Использование выявленных нами резервов будет способствовать повышению производительности труда в среднем по хозяйству на 136,7 тыс. руб. или 10,3% к уровню показателя в 2017 г.

Более наглядно резервы увеличения производительности труда в СПК «Союз» представлены на рисунке.

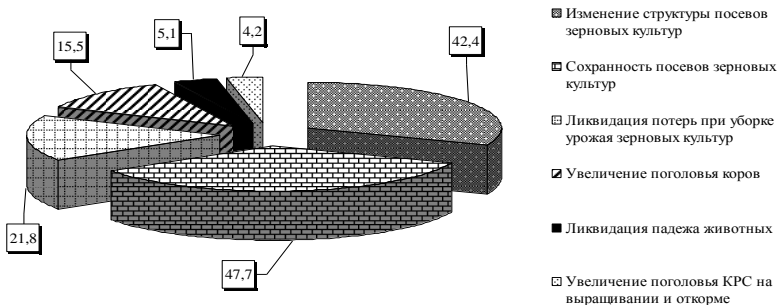


Рисунок – Обобщение резервов роста производительности труда в СПК «Союз», тыс. руб.

В заключение отметим, что внедрение предложенных мероприятий в производственно-хозяйственную деятельность СПК «Союз» позволит реализовать один из принципов управления производительностью труда в сельском хозяйстве – анализ и оценка состояния отраслей и выявление резервов их развития [4, 5, 6, 7]. Применение этого принципа на практике будет способствовать повышению производительности труда не только в конкретной отрасли, но и по предприятию в целом.

Библиографический список

1. Голенева О.М., Смирнова Е.А. Производительность труда и факторы ее роста // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2016. № 8 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2016/08/12347> (дата обращения: 08.06.2018).
2. Лапшов М.С. Анализ производительности и оплаты труда в сельскохозяйственных предприятиях // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2016. № 1 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2016/01/10621> (дата обращения: 08.06.2018).
3. Рязанцева М.В., Морозова Н.В. Резервы и способы повышения производительности труда // Современные научные исследования и инновации. 2015. Ч. 3, № 6. [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2015/06/54066> (дата обращения: 08.06.2018).
4. Раевская А.В. Применение непараметрических методов в изучении рынка труда // Актуальные вопросы экономики и агробизнеса: сборник материалов VIII Международной научно-практической конференции. В 4 ч. Ч. 4. Брянск, 2017. С. 205-211.
5. Дьяченко О.В. Состояние и перспективы развития материаль-

но-технической базы сельского хозяйства Брянской области // Сб. науч. тр. Всеросс.науч.-исслед. института овцеводства и козоводства. Ставрополь, 2014. Т. 2., № 7. С. 582-586.

6. Чирков Е.П., Кирдищева Д.Н. Факторы и резервы роста производительности труда в молочном скотоводстве // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. 2013. № 2 (15). С. 59-63.

7. Грищенкова В.П. О проблемах финансирования социального развития села в современных условиях // Социально-экономические и гуманитарные исследования: проблемы, тенденции и перспективы развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2016. С. 409-410.

УДК 331.108.1

ПОДБОР И АДАПТАЦИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В ОРГАНИЗАЦИИ

Adaptation of human resources in the organization

Прищеп Н.В., студент
Дьяченко О.В., к.э.н., доцент
Semenets A. N., Dyachenko O.V.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. В статье рассмотрены методы поиска и подбора человеческих ресурсов, принципы подбора персонала, возможности успешной его адаптации.

Abstract. *In article methods of search and selection of human resources, principles of selection of personnel, possibilities of its successful adaptation are considered.*

Ключевые слова: подбор персонала, адаптация персонала, коллектив.

Keywords: *recruitment, staff adaptation, team.*

Любое предприятие в то или иное время своего существования начинает испытывать острую проблему в привлечении новых работников или обновлении существующего штаба. Поскольку кандидатов на те или иные должности очень много, появляется потребность в подборе персонала. Итак, подбор персонала – это ряд действий, направлен-

ных на привлечение кандидатов, обладающих качествами, необходимыми для достижения целей, стоящих перед предприятием. В такой ситуации в первую очередь организации следует четко определить вакансию работника, который ей нужен, охарактеризовать все профессиональные навыки и выбрать метод поиска кандидатов.

Существует ряд методов поиска кандидатов, эффективными из которых являются:

- Поиск через средства массовой информации и интернет. Компании в специальных газетах, журналах, интернет-ресурсах, или собственно на сайтах компаний предоставляют информацию о существующих вакансиях, на которую реагируют кандидаты и присылают свои вакансии. На настоящее время этот метод является наиболее распространенным, поскольку не требует больших временных или финансовых затрат.

- Привлечение выпускников высших учебных заведений. Этот метод используется в крупных организациях, имеющих возможность сотрудничать с высшими учебными заведениями, организовывать определенные дополнительные курсы для студентов, и имеют долгосрочный план развития кадров. Обычно работа по студентам ведется в течение всего их обучения, и после окончания учебного лучших студентов приглашают на работу.

- Поиск внутри организации. Используется при возможности повышение по должности работника. Плюсом этого метода является отсутствие периода для адаптации, так как работников уже знаком с сотрудниками и знает о состоянии дел в организации.

- Поиск среди родственников, знакомых или по рекомендациям близких людей. Используется только вновь, малыми организациями в которых нет средств для проведения кадровой политики. На уровне крупных компаний не всегда эффективен, поскольку при привлечении близких людей возникают личные отношения на работе, мешающие деловым отношениям.

Существует ряд принципов, которыми следует пользоваться при подборе персонала:

- 1) поиск идеальных кандидатов, которых в природе не существует, а тех, которые наиболее подходят для данного рабочего места, должности,

- 2) отказ от найма новых работников независимо от квалификации и личных качеств, если в них нет необходимости,

- 3) обеспечение соответствия индивидуальных качеств претендентов требованиям, которые будут использоваться для работы (образование, состояние, опыт, а иногда и пол, возраст, состояние здоровья) [1, 2, 3].

Одной из проблем работы с персоналом в организации при привлечении кадров является управление трудовой адаптацией.

В ходе взаимодействия работника и организации происходит их взаимное приспособление, основу которого составляет постепенное вхождение работника в новые профессиональные и социально-экономические условия труда.

Адаптация – это взаимное приспособление работника и организации, постепенное освоение им новой социальной роли, активное приспособление человека к профессии и социально-психологическим требованиям, к новой среде, к сложившимся нормам и традициям трудового коллектива [4].

Поступая на работу в организацию, человек имеет определенные цели, потребности и нормы поведения, предъявляет определенные требования к условиям труда.

Процесс приспособления будет тем успешнее, чем в большей степени нормы и ценности коллектива станут нормами и ценностями отдельного сотрудника. Текучесть среди новичков, находящихся под контролем службы адаптации, снижается на 30-60%.

Исследования показывают, что около 90% служащих, добровольно уволившиеся с работы в течение первого года, приняли это решение уже в первый день своего пребывания в организации. Когда человек поступает на работу, он включается в систему внутриорганизационных отношений, занимая в ней одновременно несколько позиций [5, 6, 7].

Каждой позиции соответствует совокупность требований, норм, правил поведения, определяющих социальную роль человека в коллективе как работника, коллеги, подчиненного, руководителя, члена коллективного органа управления, общественной организации и т.п. От человека, занимающего каждую из названных позиций, ожидается соответствующее ей поведение. Поступая на работу в ту или иную организацию, человек имеет определенные цели, потребности, нормы поведения. В соответствии с ними сотрудник предъявляет определенные требования к организации, к условиям труда и его мотивации.

Процесс взаимного приспособления, или трудовой адаптации, сотрудника и организации будет тем успешнее, чем в большей степени нормы и ценности коллектива являются или становятся нормами и ценностями отдельного сотрудника, чем быстрее и лучше он принимает, усваивает свои социальные роли в коллективе.

В психологическом плане адаптация персонала отражает направленность личности на снятие эмоциональной напряженности, возникающей вследствие отсутствия необходимого опыта выполнения требуемых функций и задач.

Такая стратегия обычно определяется как «пассивное приспособление». Это поиск способов налаживания деловых и личностных взаимоотношений в новом коллективе, организация темпа, ритма и объема интеллектуальной и физической нагрузки, нахождение путей и средств освоения новых функций, мобилизации творческих сил, направленности на достижения.

Сам процесс адаптации персонала всегда имеет определенные временные интервалы, которые и выступают мерой его успешности. Он предполагает наличие у человека умений достаточно быстро найти «свое место» в социально-психологическом пространстве организации, что позволяет адекватно и эффективно включиться в совместную организационную деятельность.

«Засидевшийся» в фазе адаптации специалист, не сумевший наладить взаимоотношения с коллегами, становится изгоем в трудовом коллективе. Невозможность адекватного включения в организационную деятельность обуславливает невысокий уровень его морального и материального вознаграждения, отсутствие социального признания.

Таким образом, актуальность данной темы заключается в том, что в современных условиях рынка качественность подбора и адаптации персонала стала важнейшим фактором в работе организации. Каждой организации необходимо выявлять самых лучших и подготовленных сотрудников из большого количества претендентов на вакансию, для того чтобы оставаться конкурентоспособной. Отбор среди всех кандидатов наиболее подходящего и нужного для конкретной работы, является основой успеха организации. С проблемой подбора и адаптации персонала и его дальнейшего обучения сталкивается каждая организация, однако решают ее все организации по-разному. Подбор персонала – очень важный и ответственный момент в управлении кадрами, зависит от конкретных людей, от их знаний, компетентности, квалификации и мотивации [8]. Ошибки при подборе персонала могут негативно отразиться на эффективности работы в организации, так же, как и ошибки при адаптации персонала.

Библиографический список

1. Ансофф И. Подбор человеческих ресурсов: учеб. пособие. М.: Экономика, 2013. 519 с.
2. Шеламкова Н.Ю. Специфика подбора и закрепления персонала в организации // Разработка концепции экономического развития, организационных моделей и систем управления АПК: сборник научных трудов. Брянск, 2015. С. 187-193.

3. Подбор и адаптация персонала: учеб. для вузов. / С.Э. Пивоваров [и др.]. СПб.: Питер, 2011. 544 с.

4. Григорьева Т.И. Адаптация человеческих ресурсов на предприятии: 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2013. 462.

5. Топология рыночных отношений и место маркетинга в системе управления предприятием // Управление человеческими ресурсами. 2011. № 6. С. 10-15.

6. Озерова Л.В., Дьяченко О.В., Кузьмицкая А.А. Теоретические аспекты системы воспроизводства кадров в сельском хозяйстве // Разработка концепции экономического развития, организационных моделей и систем управления АПК: сборник научных трудов. Брянск, 2015. С. 118-126.

7. Каширина Н.А. Демографические аспекты формирования трудовых ресурсов сельских территорий // Вестник Брянской ГСХА. 2009. № 6. С. 52-58.

7. Андреева О.Н., Суровцева Е.С. Необходимость использования мотивации персонала в сельскохозяйственных организациях Орловской области // Перспективы развития аграрного сектора экономики: ключевые направления повышения эффективности: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых. Орел, 2013. С. 615-618.

УДК 331.108:340

ПРОБЛЕМА АБСЕНТЕИЗМА В КОМПАНИИ: ЕЁ СУЩНОСТЬ И РЕШЕНИЯ

Романченко О.В., студент
Дьяченко О.В., к.э.н., доцент
Romanchenko O. V., Dyachenko O.V.

ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, Российская Федерация
Bryansk State Agrarian University

Аннотация. В статье рассмотрены причины такого явления как абсентеизм и предложены направления мотивации персонала по сокращению показателя абсентеизма.

Abstract. *In the article the reasons of such phenomenon as absenteeism are considered and the directions of motivation of the personnel on reduction of absenteeism index are offered.*

Ключевые слова: абсентеизм, управление персоналом, мотивация, мотивы.

Keywords: *absenteeism, personnel management, motivation, motives.*

Каждая фирма стремится обеспечить максимальную укомплектованность штата. При этом, даже достигая 100 % данного показателя, не представляется возможным главное: присутствие персонала на рабочем месте.

Исходя из этого, перед HR и менеджментом компании ставится первостепенная задача – мотивация сотрудников к постоянному присутствию на своем рабочем месте, то есть задача по снижению показателя абсентеизма.

Абсентеизм на работе в управлении персоналом означает: де юре – присутствие на рабочем месте, де факто – отсутствие.

В сфере менеджмента и управления организационным поведением абсентеизм отождествляет частое отсутствие персонала на рабочем месте без уважительной на то причины. Данная проблема влечет за собой ухудшение производительности труда и общему снижению эффективности и экономической полезности предприятия [1, 2, 3].

Явление абсентеизма означает недостаточную мотивацию или ее отсутствие для работника к выполнению должностных обязанностей, в результате чего значительно снижается ценность человеческих ресурсов компании [4, 5].

Иными словами, абсентеизм – это показатель отсутствия трудоустроенных сотрудников на рабочем месте (при этом, можно не брать во внимание отпуски).

Системы мотивации, которые мы привыкли видеть на предприятиях, не приносят желаемого результата, а именно, создание заинтересованности штата к выполнению своих прямых обязанностей и ответственному присутствию на своем рабочем месте [6, 7, 8].

Разберем основные мотивы отсутствия персонала и уклонения от должностных обязательств: прогул, отгул, отпуск за свой счет, больничный (иногда он является недостоверным).

Разумеется, данная проблема может быть решена за счет создания замещающего резерва (аутстаффинг), и вывода работников на дополнительные смены в плановый выходной. Но проблема будет решаться частично и следует принять меры по борьбе с причинами.

В одной из действующих на данный момент компаний, со штатом сотрудников более 1000 человек (сейчас размер этой компании в несколько раз больше) была реализована система мотивации персонала по сокращению показателя абсентеизма. На этапе внедрения абсентеизм составлял в среднем около 10%, через год данный показатель составлял уже 3-3,5%.

Мероприятия, которые способствовали снижению характерного показателя в данной компании, представлены ниже.

Перечень принятых мер:

1. Годовая премия в размере примерно одной месячной заработной платы сотрудника выплачивалась только тем, чей абсентеизм не превышал допустимого уровня в год, который составлял 14 рабочих дней. При этом фонд сотрудников, чей абсентеизм превысил допустимую норму, распределялся между теми, чей не превысил.

2. Работники с высоким абсентеизмом не попадали в систему замещающего резерва.

3. Повышение квалификационных категорий и перевод на высшие должности производились только при не превышении сотрудником допустимого показателя абсентеизма. Продавец не станет руководителем секции, руководитель секции не станет управляющим сменой, управляющий сменой не станет директором магазина, если он часто отсутствует на рабочем месте.

Таким образом, мотивирование сотрудников, а именно утверждение дополнительной премии к окладу до 20 %, дало снижение показателя абсентеизма с 10 до 5 % (рис.).

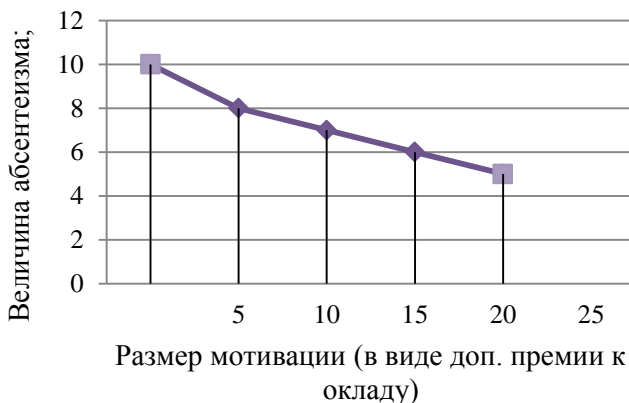


Рисунок – Снижение уровня абсентеизма при мотивации в виде дополнительной премии к окладу

4. В системе немонетарной мотивации показатель абсентеизма учитывался при формировании еженедельного рейтинга магазинов (с удельным весом 10%).

5. В систему наставничества не попадают сотрудники с высоким показателем абсентеизма.

6. В системе мотивации директоров магазинов абсентеизм не должен был превышать 10%.

7. Ежедневные отчеты о состоянии показателя абсентеизма, то есть присутствия каждого работника на своем рабочем месте в разрезе магазинов, собирались с утра в 10:00. Уже к концу недели отчетность приобрела точность, так как она не отражала выход сотрудников, работающих на плавающем графике.

Абсентеизм не влиял на основную систему KPI персонала и не лишал сотрудников с высокими результатами, возможности получить максимальную премию.

Данные мероприятия на практике и примере реально существующей компании показали высокую эффективность. Они могут быть полезны и применимы, если у персонала в организации сформированы и популярны система замещающего резерва, наставничества, развития карьеры, конкурсов профессионального мастерства. Если компании испытывают трудности в вовлечении сотрудников в вышеуказанные системы, данные шаги не будут полезны.

Библиографический список

1. Нестеров А.К. Абсентеизм персонала на работе [Электронный ресурс]. URL: <http://odiplom.ru/lab/absenteizm-personala-na-rabote.html> - (дата обращения: 14.05.2018).

2. Грищенкова В.П. О проблемах финансирования социального развития села в современных условиях // Социально-экономические и гуманитарные исследования: проблемы, тенденции и перспективы развития: материалы Международной научно-практической конференции. Брянск, 2016. С. 409-410.

3. Дьяченко О.В. Управление производительностью труда в сельскохозяйственном предприятии // Инновационная экономика, стратегический менеджмент и антикризисное управление в субъектах бизнеса: сборник статей I Международной научно-практической конференции. Орёл, 2018. С. 294-298.

4. Сотникова С.И. К вопросу о трудовом абсентеизме: новый подход к оценке использования рабочего времени // Экономика труда. 2018. Т. 5. № 3. С. 869-884.

5. Митина Н.Н. Управление абсентеизмом персонала: зарубежный опыт // Костинские чтения: сборник материалов первой Международной научно-практической конференции. М., 2018. С. 513-517.

6. Андреева О.Н., Суровцева Е.С. Необходимость использова-

ния мотивации персонала в сельскохозяйственных организациях Орловской области // Перспективы развития аграрного сектора экономики: ключевые направления повышения эффективности: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых (27-28 февраля 2013 г.). Орел: Орел ГАУ, 2013. С. 615-618.

7. Никулина А.С., Хохрана О.М. Кадровая политика как инструмент управления в ООО «Торговый дизайн» г. Брянск // Актуальные проблемы состояния экономики региона: взгляд молодых: материалы студенческой научно-практической конференции. Брянск, 2013. С. 250-252.

8. Формирование системы кадрового планирования на предприятиях АПК / Т.С. Кравченко, Т.И. Грудкина, Н.А. Сухочева, А.С. Волченкова // Экономика и предпринимательство. 2015. № 2 (55). С. 869-877.

УДК 338.24:338.43

ПОНЯТИЕ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В АПК

*The concept, goals and tasks of personnel management
in agro industrial complex*

Рылькова Е.А., студент
Суровцева Е.С., к.э.н., доцент
Rylkova E.A., Syrovtcva E.S.

ФГБОУ ВО Орловский ГАУ, Российская Федерация
Orel State Agrarian University

Аннотация. В статье рассмотрены понятие, цели и задачи кадрового менеджмента. Проанализировала эффективность кадрового менеджмента. Кадровый потенциал определяется степенью реализации общих целей организации. Эффективность использования каждого отдельного работника зависит от его способности выполнять требуемые функции и задачи. Раскрыты основные задачи кадрового менеджмента.

Abstract. *The concept, goals and tasks of personnel management are considered in the article. Considered the effectiveness of personnel management. It is determined by the extent to which the overall objectives of the organization are realized. The effectiveness of each individual employee depends on his ability to perform the required functions and tasks. The main tasks of personnel management are revealed.*

Ключевые слова: менеджмент, управление, эффективность.
Keywords: *management, management, efficiency.*

Кадровый менеджмент, или управление персоналом, представляет собой систему видов руководящей деятельности, как отдельных управляющих, так и всего аппарата управления организации. Как одно из направлений современного менеджмента кадровый менеджмент необходим для развития и эффективного использования кадрового потенциала организации.

Управление персоналом также можно охарактеризовать как сложный процесс использования и развития человеческих ресурсов для решения задач организации и достижения личных целей сотрудников [1, с. 354]. Кадровый менеджмент – работа с персоналом, рассматривает сотрудников как достояние организации, которые должны быть эффективно использованы для достижения цели.

Персонал или кадры организации – это сотрудники, выполняющие различные производственные и экономические функции. Персонал осуществляет трудовую деятельность на основе договорных отношений с работодателем и имеет ряд качественных признаков, на основании которых формируется структура персонала: образование, должность, размер оплаты труда, форма трудовых отношений (штатный работник, совместитель, постоянная, временная работа), личностные характеристики (пол, возраст, социальное, семейное положение, состояние здоровья) [2, с. 15].

Основной целью управления персоналом является удовлетворение потребностей организации в квалифицированном персонале и их использование с учетом самореализации каждого работника, то есть необходимо выбрать компетентных и заинтересованных сотрудников, чтобы им хотелось работать и совершенствовать свою профессиональную подготовку и навыки. Кадровый менеджмент требует активной позиции самого сотрудника. Сотрудник несет ответственность за результаты работы, успехи и достижения. Это является особым требованием структуры организации, ее политика в области организации производства и создании определенных условий труда. Должна быть личная инициатива.

Существует несколько моделей управления персоналом. Современными моделями являются менеджер персонала как специалист по контрактам и коллективным договорам, основными функциями являются административный контроль за соблюдением сотрудниками условий трудового договора, регистрация перевода на работу и регулирование трудовых отношений на переговорах [3].

Важнейшими качествами менеджера по персоналу являются: по-

рядочность, этика (уважение прав личности, ответственность за обещания, справедливость, честность, надежность), рассудительность (способность принимать разумные, обоснованные решения), честность, целеустремленность, эффективность (ориентация на конечный результат), уверенность в себе (готовность и способность решать чрезвычайные задачи), настойчивость (способность преодолевать трудности, при легкой ситуации), преданность организации (готовность следовать нормам организации, страсть к работе и ответственность за качество работы), навыки командной работы.

Кадровый менеджмент – это целенаправленное воздействие на человеческую составляющую организации, ориентированное на приведение в соответствие возможностей персонала и целей развития организации.

Следовательно, управление человеческими ресурсами основано на концепции управления - обобщенной идее места человека в организации. Основной концепции управления персоналом в настоящее время является возрастающая роль личности сотрудника, важность его мотивационных установок, способность формировать и корректировать их в соответствии с задачами, стоящими перед организацией. Управление персоналом позволяет обобщить и реализовать целый спектр вопросов индивидуальной адаптации к внешним условиям [4, с. 124].

В настоящее время для организации главное - высокая ответственность своих сотрудников и, прежде всего, управляющих, менеджеров. Способность руководителя правильно поставить цели и грамотно управлять трудовыми коллективом является основным фактором успеха предприятия. Трудовыми ресурсами являются все сотрудники организации, в том числе производственный и управленческий персонал - менеджеры и специалисты.

Главная задача управления персоналом - грамотная организация работы персонала и ее целенаправленное использование. Искусство управления персоналом в настоящее время становится основным параметром, определяющим конкурентоспособность предприятия.

Недостаточное внимание к проблемам человеческих ресурсов может привести к возникновению интриг в коллективе, стремлению к необоснованно быстрому успеху, передаче личной депрессии к работе, замене работы на формирование собственного образа, решительность, соперничество, страх перехода от повседневной работы к крупным перспективным проектам и наоборот [5, с. 205].

Основной задачей кадровой службы является выполнение задач по управлению персоналом и обеспечению нормальных условий работы.

Главными задачами являются: социально-психологическая диа-

гностика, анализ и регулирование групповых и личных отношений, лидерских отношений, управление промышленными и социальными конфликтами, управление трудоустройством, оценка и отбор кандидатов на вакантные должности, анализ кадрового потенциала, маркетинг персонала, планирование и контроль деловой карьеры, профессиональная и социально-психологическая адаптация работников, управление мотивацией труда, правовые вопросы трудовых отношений. В настоящее время эти задачи имеют первостепенное значение, каждая организация заинтересована в их решении.

Управление персоналом в современных экономических условиях приобретает особое значение, поскольку оно позволяет реализовать целый ряд вопросов адаптации человека к внешним условиям с учетом личного фактора в построении системы управления персоналом организации.

Суть управления персоналом в организации - это возрастающая роль личности сотрудника, знание его мотивационных установок, умение формировать и направлять их в соответствии с задачами, стоящими перед организацией. Таким образом, необходима текущая оценка профессиональной деятельности каждого сотрудника. С этой целью руководители предприятия должны проводить регулярные встречи с сотрудниками, обсуждать и оценивать профессиональную деятельность, текущие возможности, планы на будущее. Данный процесс позволяет активировать и мотивировать персонал [6, с. 298].

Современные службы по управлению персоналом обычно создаются на основе традиционных подразделений: отдела кадров, отдела организации труда и заработной платой, отдела охраны труда, техники безопасности. Основной задачей служб является осуществление кадровой политики и управления деятельностью человеческих ресурсов в организации. В связи с этим новые службы начинают расширять спектр своих функций от кадровых вопросов до разработки систем стимулирования трудовой деятельности, управления профессиональным продвижением, предотвращения конфликтов, изучения рынка труда.

Структура службы управления персоналом во многом определяется размером организаций, а также выпускаемой продукцией. В малых и средних производственных организациях многие функции по управлению персоналом выполняет линейный руководитель, в крупных организациях - структурное подразделение.

В зависимости от размера организаций состав подразделений меняется. В небольших организациях одна подразделение может вы-

полнять функции нескольких подсистем, а в крупных организациях функции каждой подсистемы выполняются отдельным подразделением. Таким образом, основная цель кадрового менеджмента: обеспечение трудовыми ресурсами, организация их эффективное использование, профессиональное и социальное развитие. Следовательно, с этими целями формируется система управления персоналом организации.

Основными принципами кадрового менеджмента является:

- ориентация на требования трудового законодательства;
- соблюдение интересов организации и ее сотрудников;
- максимальное внимание каждому сотруднику, уважение его прав, свобод;
- учитывать все перспективные потребности в кадрах организации, исходя из целей и задач ее развития, прогнозирования рыночной ситуации.

Следовательно, управление персоналом является фактором повышения конкурентоспособности, долгосрочного развития организации, повышения эффективности деятельности. Кадровый менеджмент – это единое целое со стратегией организации и организационной структурой.

Библиографический список

1. Суровцева Е.С. Современные технологии управления профессионально-должностным развитием человеческих ресурсов // Инновационная экономика, стратегический менеджмент и антикризисное управление в субъектах бизнеса: сборник статей I Международной научно-практической конференции. Орёл, 2018. С. 354-358.

2. Суровцева Е.С. Стратегия и технология управления человеческими ресурсами: учеб. пособие. Орел: Орловский ГАУ, 2016. 160 с.

3. Мельников И.А. Бизнес-книга «Кадровик: стратегии и принципы кадрового менеджмента» [Электронный ресурс]. URL: <http://http://biznes-knigi.com> (дата обращения: 29.07.2018).

4. Горбунова, М.Ю. Кадровый менеджмент и психология управления. М.: Владос, 2016. 224 с.

5. Карпов А.В., Ключева Н.В. Технологии управления развитием персонала: учебник. М.: Проспект, 2016. 416 с.

6. Егоршин А.П. Мотивация трудовой деятельности. М.: ИН-ФРА-М, 2017. 384 с.

УДК 331.106.47 (476)

**ПЕНСИОННАЯ СИСТЕМА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ:
ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

*Pension system of the Republic of Belarus: current state
and development prospects*

Флорьянович Н.В., студент
Васюк А.В., старший преподаватель
Floryanovich N. V., Vasiuk A. V.

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Республика Беларусь
Belarusian State Agricultural Academy

Аннотация. В статье рассмотрена существующая пенсионная система Республики Беларусь. Проанализированы основные мероприятия, проводимые государством по совершенствованию пенсионной системы. Определены пути решения отдельных проблемных вопросов.

Abstract. *The article considers the existing pension system of the Republic of Belarus. Analyzed the main activities carried out by the state to improve the pension system. Identified ways to solve problematic issues.*

Ключевые слова: социальная защита, пенсионное обеспечение.
Keywords: *social protection, pensions.*

Важнейшей составляющей системы социальной защиты населения является пенсионное обеспечение. Развитие любого государства предусматривает совершенствования системы социальной защиты, в том числе ее пенсионной составляющей. Особенно данная проблема обострилась в последние десятилетия, так как в ряде стран отмечается процессы старения населения. Продолжительность жизни увеличивается в результате улучшения медицинского обеспечения, создания комфортных условий работы и более внимательного отношения к собственному здоровью самих граждан. В тоже время рождаемость находится на достаточно низком уровне, что не обеспечивает необходимый уровень воспроизводства населения. В результате постепенно доля пожилых людей в общей численности населения возрастает.

В Республике Беларусь право на получение пенсий по окончании работы или по достижении определенного возраста гарантировано Конституцией Республики Беларусь и реализовано через закон «О пенсионном обеспечении» и другие нормативные акты. В настоящее время органом государственного управления средствами государ-

ственного социального страхования в структуре Министерства социальной защиты является Фонд социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь (ФСЗН) [1].

В ежегодном отчете ФСЗН отмечается, что в 2017 г. общие поступления в бюджет ФСЗН составили 12,4 млрд. бел. руб., из которых собственные средства – 11,2 млрд. бел. руб., а остальное – это субвенции и межбюджетные трансферты из республиканского бюджета. При этом на протяжении последних 5 лет наблюдается превышение расходов над доходами бюджета ФСЗН [2].

Сложившаяся финансовая ситуация в бюджете Фонда имеет сложный характер – фактически она кроется в существующей в республике солидарной системе выплаты пенсий из текущих платежей работающих граждан. В пенсионной системе республики предполагается, что заработная плата каждого работника облагается обязательными отчислениями в ФСЗН в размере 35%, часть которых в последствии направляются на выплату пенсий.

Таким образом, чтобы размер пенсий соответствовал размеру существующих заработных плат, на одного пенсионера должно приходиться не менее 4 работающих граждан, в то время как по данным статистики, в 2017 г. в республике на одного пенсионера приходился 1,68 работающий человек. Эта ситуация и объясняет то, почему размер средней пенсии в прошлом году составил лишь 37,6 % от номинально начисленной зарплаты [3].

Решение вопроса о дефиците бюджета Фонда имеет комплексный и долговременный характер. Следует учитывать, что существующая белорусская пенсионная система без реформ не сможет обеспечить высокие пенсии нашим гражданам. Поэтому следует при проведении реформирования учитывать опыт других стран.

Так, в Российской Федерации 16 июня 2018 г. был внесен в Государственную думу законопроект о пенсионной реформе в России. Группа депутатов Госдумы и членов Совета Федерации от «Единой России» внесла в нижнюю палату парламента первый пакет поправок к правительственному законопроекту. В нем предусматривается поправка о «досрочном установлении страховой пенсии (за 2 года до достижения пенсионного возраста) гражданам с большим трудовым стажем: 42 года для мужчин и 37 лет для женщин», что на 3 года меньше, чем предлагалось в законопроекте изначально [4].

Данный вопрос рассматривается и в нашей стране, так как разбежка в размере пенсии у тех, кто отработал минимальные для назначения пенсии 25 или 20 лет и у тех, кто отработал едва ли не вдвое больше, незначительна. Поэтому законодательное предоставление возможности досрочного выхода на пенсию для граждан с большим трудовым стажем

– это заслуженная компенсация за их многолетний труд. Особенно это актуально для мужчин, так как, согласно данным ВОЗ за 2017 г., средняя продолжительность жизни мужчин в Беларуси составляет 68 лет, а установленный возраст выхода на пенсию – 63 года.

В большинстве развитых стран давно увеличили пенсионный возраст до 65 лет. И поскольку, в сложившихся условиях, повышение пенсионного возраста в Беларуси выступает одним из факторов экономии бюджетных средств, то Указ Президента Республики Беларусь «О совершенствовании пенсионного обеспечения» от 11.04.2016 г. №137 принят своевременно. Хотя решение проблемы предоставляется возможным лишь до 2023 года. А по оценкам Института экономики НАН Беларуси, даже выравнивание пенсионного возраста до 60 лет для обоих полов откладывает проблему минимум на 10 лет [5].

Таким образом, повышение пенсионного возраста в Беларуси не решает проблемы на длительную перспективу. В связи с чем нужно принимать иные меры гарантированного пенсионного обеспечения граждан в старости. Одной из них является переход от распределительной (солидарной) системы к накопительной.

Распределительная (солидарная) пенсионная система основана на текущем финансировании пенсионных выплат за счет страховых отчислений работодателей и работников на пенсионное страхование.

Накопительная пенсионная система, которая активно используется во многих развитых странах, имеет иное содержание. Эта система предполагает открытие персональных счетов для аккумуляции (капитализации) на них денежных средств граждан в целях последующего использования ими этих средств по достижении пенсионного возраста [6, с. 14-15].

В целом накопительная пенсионная система призвана гарантировать реализацию принципа справедливости: сколько заработал – сколько вложил – столько получил.

Министерством финансов планируется снизить нагрузку по взносам в ФСЗН. Это означает, что основная или значительная часть нагрузки по формированию будущей пенсии должна лечь на самих граждан. При этом сохраняется и государственное пенсионное страхование. В итоге пенсионные взносы будут частично обеспечиваться работодателем – за счет страховых взносов, исчисляемых с заработной платы работников, а частично самими гражданами – за счет своих доходов.

Предполагается, что государственное пенсионное страхование в совокупности с накопительной частью, обеспечиваемой гражданами, позволит в перспективе, во-первых, уйти от нынешнего уравнилельного обеспечения пенсиями, во-вторых, переложить заботу о пенсиях на самих граждан, в-третьих, поднять конкурентоспособность предприятий.

Таким образом, увеличение пенсионного возраста и активного участия населения в программах добровольного страхования дополнительной пенсии – действенные способы, которые помогут поправить обстановку в Фонде, однако их недостаточно для решения проблем с пенсионным страхованием. Государству необходимо искать другие пути гарантированного пенсионного обеспечения граждан в старости. Тем более, что в мировой практике имеется такой опыт.

Также имеет смысл реформировать ФСЗН, выделив из него в качестве самостоятельного образования Государственный пенсионный фонд, и предусмотреть формирование отдельного бюджета ФСЗН и бюджета Государственного пенсионного фонда. Это позволит усилить контроль за целевым использованием средств, направляемых в Фонд и в его пенсионную часть, и будет являться серьезным шагом к реформированию пенсионной системы, которое потребует в обязательном порядке раздельного учета средств государственного и добровольного пенсионного страхования.

Библиографический список

1. Пенсионное обеспечение в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <http://mintrud.gov.by> (дата обращения 14.10.2018).
2. Отчетность ФСЗН [Электронный ресурс]. URL: <https://ssf.gov.by> (дата обращения: 14.10.2018).
3. Дефицит бюджета ФСЗН: проблемы и решения [Электронный ресурс]. URL: <https://neg.by> (дата обращения 15.10.2018).
4. Пенсионная реформа в России: повод для размышлений [Электронный ресурс]. URL: <https://neg.by> (дата обращения 15.10.2018).
5. Возраст повышен – проблемы остались [Электронный ресурс]. URL: <https://neg.by> (дата обращения 15.10.2018).
6. Агеева Е.В. Современные пенсионные системы. Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2015. 204 с.

Научное издание

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
II МЕЖДУНАРОДНОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИЯ

Компьютерная верстка Дьяченко О.В.

Редактор Осипова Е.Н.

Подписано к печати 20.03.2019 г. Формат 60x84¹/₁₆.

Бумага офсетная. Усл. п. л. 14,11. Тираж 550 экз. Изд. № 6346.

Издательство Брянского государственного аграрного университета
243365 Брянская обл., Выгоничский район, с. Кокино, Брянский ГАУ