

**ФГБОУ ВПО «Брянская государственная
сельскохозяйственная академия»**

Экономический факультет

*Актуальные проблемы
состояния экономики
региона: взгляд молодых*

**Материалы студенческой
научно-практической конференции**

4-7 июня 2013 г.

Брянск

УДК 33:63:65:93
ББК 65.32:65.050.2

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОСТОЯНИЯ ЭКОНОМИКИ
РЕГИОНА: ВЗГЛЯД МОЛОДЫХ** // Материалы студенческой научно-практической конференции. – Брянск: Брянская ГСХА, 2013. – 435 с.

В сборнике обобщены результаты научной работы студентов V курса, обучающихся на экономическом факультете БГСХА. Представленные материалы доложены и обсуждены на студенческой научно-практической конференции, проходившей с 4 по 7 июня 2013 г. на экономическом факультете Брянской ГСХА.

Работы авторов посвящены актуальным проблемам бухгалтерского учета и аудита, менеджмента и экономики, коммерческой и маркетинговой деятельности предприятий, внедрения на предприятиях информационных технологий.

Сборник материалов научно-практической конференции рекомендован к изданию учебно-методическим советом экономического факультета, протокол № 9 от 1 июля 2013 г.

За содержание статей и достоверность данных ответственность несут авторы.

© Брянская ГСХА, 2013
© Коллектив авторов, 2013

КАФЕДРА БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ФИНАНСОВ

Бабьяк С.М., Кузюр Н.В.

ОТРАЖЕНИЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ПО СОЦИАЛЬНОМУ СТРАХОВАНИЮ И ОБЕСПЕЧЕНИЮ В РОССИЙСКОЙ И МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКЕ

Учет расчетов по социальному страхованию и обеспечению является сложной областью учета в связи с большим разнообразием практических ситуаций. В МСФО рассматриваемому вопросу, а также проблеме оплаты труда посвящены два стандарта: 19 «Вознаграждения работникам» и 26 «Учет и отчетность по программам пенсионного обеспечения (пенсионным планам)». Данные стандарты, однако, отнюдь не предназначены для регламентации конкретных правил по начислению тех или иных выплат работникам (отметим, что обилие отечественных нормативов связано как раз с такими вопросами, как начисление отпускных, пособий по нетрудоспособности, оплаты сверхурочных и т.д.). Указанные стандарты определяют общие правила оценки и отражения в отчетности различных видов выплат работникам. Все эти выплаты группируются в МСФО 19 в пять классификационных групп:

- 1) краткосрочные вознаграждения (заработная плата рабочим и служащим и взносы на социальное страхование, ежегодный оплачиваемый отпуск и пособие по болезни, премии и др.);
- 2) вознаграждения по окончании трудовой деятельности (пенсии и иные вознаграждения после выхода на пенсию, а также страхование жизни и медицинское обслуживание по окончании трудовой деятельности);
- 3) другие долгосрочные вознаграждения работникам (оплачиваемый отпуск для работников, имеющих длительный стаж работы, оплачиваемый творческий отпуск, долгосрочные пособия по нетрудоспособности, премии и другие выплаты в случае);
- 4) выходные пособия, которые могут выплачиваться при увольнении работника как по требованию администрации, так и по его собственному желанию;
- 5) компенсационные выплаты долевыми инструментами (акциями, опционами на акции, долевыми финансовыми инструментами, которые были выпущены для работников по цене, ниже той, по которой данные инструменты выпускались для третьих лиц).

В РФ нет аналогичной группировки выплат работникам, нет и деления обязательств организации по оплате труда и социальному обеспечению на краткосрочные и долгосрочные в формах финансовой отчетности. Вместе с тем некоторая классификация выплат работникам осуществляется в отечественном статистическом учете, поскольку в соответствии с Инструкцией, утвержденной Постановлением Госкомстата от РФ от 24.11.2000 г. все расходы организации, связанные с оплатой труда, и другие выплаты работникам делятся на 3 части:

- фонд заработной платы, включающий суммы оплаты за отработанное время, суммы оплаты за неотработанное время, компенсационные выплаты, связанные с условиями труда, стимулирующие доплаты, надбавки, премии, оплата питания, жилья, топлива;

- выплаты социального характера, отражающие затраты, связанные с социальными льготами, кроме пособий из государственных внебюджетных фондов;

- расходы, не учитываемые в фонде заработной платы и выплатах социального характера.

Как мы видим, в основу российской классификации выплат работникам заложена совершенно иная основа, чем в МСФО. Если классификация МСФО отражает различия выплат с точки зрения особенностей их оценки и раскрытия в отчетности, то российская группирует выплаты в зависимости от источника их погашения и характера по отношению к процессу производства. Деление на указанные группы предполагает в МСФО различие в признании и оценке вознаграждений работникам.

Вознаграждения по окончании трудовой деятельности (2 группа) возникают по соглашениям с работниками, на основании которых компании разрабатывают пенсионные планы. При этом качественно различаются два вида пенсионных планов: планы с установленными взносами и планы с установленными выплатами.

Пенсионные планы с установленными взносами заключаются в обязательствах компании по уплате определенных взносов в пенсионный фонд, независимо от последующих выплат пенсионного вознаграждения. При этом компания не несет ответственности ни за размер, ни за продолжительность пенсионных выплат, которые будут производиться после выхода работника на пенсию. Сумма пенсионных выплат после окончания трудовой деятельности работника определяется суммой взносов компании, а также суммой взносов самого работника, если они имели место, в пенсионный фонд и суммой доходов на вложенные средства в данный фонд за все время их свободного использования самим фондом. Аналогичный подход применяется к государственному пенсионному обеспечению и в России.

Оценка затрат компании по пенсионным планам с установленными выплатами требует сложнейших расчетов и учета массы взаимосвязанных показателей, среди них: количество лет, которое сотрудники проработают до выхода на пенсию; текучесть кадров; средний заработок; число лет, которое сотрудник проживет после выхода на пенсию; возможное увеличение пенсии в результате инфляционного фактора, под влиянием новых коллективных договоров с профсоюзами, по иным причинам; сумма прибыли от инвестирования средств пенсионного фонда.

Расчеты названных показателей требуют специальных знаний, выходящих за рамки бухгалтерской квалификации, поэтому МСФО 26 требует от компаний привлечения для их выполнения специалистов-актуариев.

По МСФО компания признает взносы, подлежащие уплате в соответствии с пенсионным планом в качестве расхода, оценивая их по дисконтированной стоимости. В отличие от МСФО оценка по дисконтированной стоимости не практикуется в российской практике, поэтому рассмотрим ее более подробно. Дисконтирование стоимости основано на той объективной реальности, что сегодня некоторая сумма денег стоит больше, чем в будущем, поскольку она может быть использована в виде процентов, а также из-за уменьшения покупательной способности денег под воздействием инфляции и ряда других факторов. Для определения текущей дисконтированной стоимости приращенных инвестированных денежных средств применяются формулы сложных процентов. Расчеты производятся по специальным таблицам, содержащим коэффициенты дисконтирования. Эти коэффициенты всегда меньше единицы.

Дисконтированная стоимость используется и для отражения других долгосрочных вознаграждений (3-я группа) и выходных пособий (4-я группа), которые подлежат выплате по истечении более чем 12 месяцев.

Проанализировав требования МСФО 19 и МСФО 26 к учету вознаграждений работникам, можно сделать вывод о том, что в данных стандартах изложена целостная методика учета и отражения в отчетности данных объектов, обобщающая различные способы вознаграждений работникам, применяемых в мировой практике. Многие из этих способов на сегодняшний день не используются в российской практике, отсюда и обилие терминов, непривычных для отечественного бухгалтера, этим объясняется, очевидно, и отсутствие российских аналогов МСФО 19 и 26. Таким образом, проблемы реформирования российского учета расчетов по социальному страхованию и обеспечению в соответствии с МСФО являются достаточно актуальными.



БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ВНУТРИХОЗЯЙСТВЕННЫЙ КОНТРОЛЬ ЖИВОТНЫХ НА ВЫРАЩИВАНИИ И ОТКОРМЕ НА МАТЕРИАЛАХ ОАО «СНЕЖКА» БРЯНСКОГО РАЙОНА

Птицеводство является одной из наиболее эффективных отраслей животноводства. Оно обеспечивает потребителей диетическими продуктами питания (яйцо, мясо птицы), легкую промышленность сырьем (перо, пух). Птичий помет используется в качестве ценного удобрения.

Из всех видов сельскохозяйственной птицы, разводимых в России, куры, как и в других странах, преобладают. На них приходится более половины общего поголовья всей сельскохозяйственной птицы, они дают свыше 95% пищевых яиц и около 85% мяса птицы.

Рациональная организация бухгалтерского учета и внутрихозяйственного контроля движения поголовья птицы позволяет систематически отражать и анализировать все изменения, происходящие в составе стада, а также правильно определять результаты выращивания птицы. Решение этих задач дает возможность обеспечить сохранность поголовья и полноту оприходования продукции птицеводства.

Объектом исследования является ОАО «Снежка» Брянского района. Птицесовхоз «Снежка» был образован в 1967 г., в 2001 г. птицефабрика преобразуется в открытое акционерное общество.

ОАО «Снежка» по количеству работников относится к крупным по размерам предприятиям. Все показатели, характеризующие размеры производства, за исключением среднегодовой стоимости основных средств, в динамике снижаются. Анализируемое предприятие специализируется на производстве и продаже яйца и мяса птицы, имеет высокий уровень специализации. Показатели продуктивности птицы за анализируемый период снижаются. Среднесуточный прирост птицы уменьшился за три года на 3,1 %. Снижается и эффективность производства яиц, продажа которых является рентабельной. В целом деятельность предприятия за анализируемый период была рентабельна только в 2012 г.

Организация бухгалтерского учета основывается на разработанной учетной политике, отражающей основные принципы по каждому разделу учета. Применяемая форма учета – автоматизированная с применением специализированной программы «Бухгалтерия Новая». Из элементов организации отсутствуют Положение о бухгалтерии, график выполнения учетных работ, должностные инструкции работников бухгалтерии. В плане счетов имеются названия счетов, не соответствующие типовому плану счетов.

Таблица 1

Анализ продуктивности птицы в ОАО «Снежка»

Показатели	2009 г	2012 г	2011 г	2011 г. в % к	
				2009 г.	2012 г.
Среднегодовая яйценоскость 1 курицы-несушки, шт.	294	280	262	89,1	93,6
Среднесуточный прирост птицы, гр.	52,08	51,13	50,49	96,9	98,7
Выход суточных птенцов на 1 тыс. шт. проинкубированных яиц, гол.	760	700	500	65,8	71,4

Для оформления операций по учету птицы в ОАО «Снежка» применяют специализированные типовые формы документов, в которых не всегда заполняются отдельные обязательные реквизиты.

Учет поголовья птицы в ОАО «Снежка» ведут на активном счете 11 «Животные на выращивании и откорме», к которому субсчета в рабочем плане счетов не предусмотрены. Аналитический учет по счету ведут по производственным и возрастным группам. Регистром аналитического учета выступает Оборотно-сальдовая ведомость.

Операции по движению птицы находят также свое отражение в других регистрах бухгалтерского учета, составленных автоматизировано – анализ счета, производственный анализ и др.

Внутрихозяйственный контроль в ОАО «Снежка» представлен инвентаризацией. Последняя инвентаризация проводилась в 2010 г. В результате ее не было выявлено никаких отклонений фактического наличия птицы от учетных данных.

В качестве совершенствования бухгалтерского учета и внутрихозяйственного контроля в ОАО «Снежка» предлагается следующее.

1. Применять разработанное Положение о бухгалтерии. Данный документ представляет собой правовой акт, определяющий порядок формирования, задачи, обязанности, права, ответственность и организацию работы предприятия в целом или его конкретных подразделений.

2. Применять разработанную учетную политику для целей налогообложения. Учетная политика для целей налогообложения представляет собой совокупность правил и методов, позволяющих обобщать информацию для определения налоговой базы, и формируется в соответствии с особенностями деятельности организаций и главными принципами налогового учета.

3. Разработать должностные инструкции для каждого работника бухгалтерии по предложенной форме.

4. Применять рабочий план счетов, предусмотренный для обработки информации в программе «1С Бухгалтерия».

5. Разработать график выполнения учетных работ по предложенной форме.

6. При оформлении первичной документации заполнять все обязательные реквизиты.

7. Для отражения отдельных операций по движению птицы применять специализированные формы документов: производственный отчет о переработке птицы и выходе продукции, расчет определения прироста живой массы животных, акт на перевод животных, лимитно-заборную ведомость.

8. Для объективного исчисления себестоимости продукции птицеводства учет затрат вести по статьям, установленным Методическими рекомендациями по бухгалтерскому учету затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции (работ, услуг) в сельскохозяйственных организациях.

9. Проводить инвентаризацию животных на выращивании и откорме один раз в квартал.

10. Создать на предприятии службу внутреннего аудита, работа которой будет основываться на плане аудита (табл. 2) и программе аудита. Служба внутреннего аудита создается на предприятии для проверки и оценки эффективности контрольно-ориентированных методов и процедур. Основная его цель заключается в обеспечении эффективного функционирования видов деятельности на всех уровнях управления, а также в защите имущественных интересов организации и ее собственников.

11. Перейти на обработку учетной информации с применением программы «1С: Предприятие 8.0.». Нами были обработаны данные по движению животных в данной программе и получена выходная информация в виде соответствующих машинограмм.

Таблица 2

Общий план внутреннего аудита животных на выращивании и откорме

Планируемые виды работ	Период проведения
Проверка учетной политики в разрезе счета 11 «Животные на выращивании и откорме», рассмотрение плана счетов.	01.10-03.10.12
Аудит оприходования животных и проверка их документального обоснования.	03.10-06.10.12
Аудит движения и наличия животных.	06.10-08.10.12
Проверка выбытия животных на предприятии.	08.10-10.10.12
Проверка сводной отчетности по животным на выращивании и откорме	10.10-12.10.12
Оформление результатов проверки	12.10-14.10.12

Внедрение в практику работы анализируемого предприятия рассмотренных предложений позволит повысить качество учетной и отчетной информации, более действенно осуществлять контроль за сохранностью имущества организации, а внедрение автоматизации учета даст возможность более оперативно получать детализированную информацию в любом разрезе, необходимом как для управления предприятием, так и для составления бухгалтерской финансовой отчетности.



Степаненко К.П., Кузюр Н.В.

ОРГАНИЗАЦИЯ И ПЕРВИЧНЫЙ УЧЕТ ПРОДАЖИ ПРОДУКЦИИ В ОАО «УЧХОЗ «КОКИНО»

Сельскохозяйственное предприятие основную массу произведенной продукции реализуют. Реализация является завершающей стадией кругооборота средств предприятия. В процессе ее хозяйству возмещается в денежной форме средства, затраченные на производство и сбыт продукции, и тем самым завершается полный цикл кругооборота. Процесс реализации позволяет определить финансовый результат деятельности предприятия.

С переходом на рыночные отношения, расширением каналов сбыта сельскохозяйственной продукции, увеличением возможности ее свободной купли-продажи отношения сельскохозяйственных товаропроизводителей с покупателями строятся на договорной основе, при этом должны соблюдаться принципы обязательности, равноправия, соответствия законодательству, комплексности, эффективности и ответственности. При выборе перспективных каналов реализации сельскохозяйственной продукции учитываются следующие организационные факторы: возможный объем реализации, качество продукции, складывающаяся на рынке цена, затраты на реализацию, спрос на продукцию, степень его удовлетворения, а также наличие необходимых хранилищ и складов для возможности хранения продукции.

ОАО «Учхоз «Кокино» продает свою продукцию различным организациям и предприятиям, населению и своим работникам.

Основную часть продукции ОАО «Учхоз «Кокино» реализует сторонним организациям и лишь незначительную часть зерна и картофеля работникам хозяйства.

Реализация сельскохозяйственной продукции производится по различным ценам. Цена – это денежное выражение стоимости товара.

В настоящее время существуют следующие виды цен: оптовые цены; розничные цены; закупочные цены; договорные цены.

Реализация основных видов продукции по каналам

Каналы реализации	Реализовано зерна	Реализовано картофеля	Реализовано сена	Реализовано молока
Организациям, предпринимателям, на рынке	15728	389	241	17978
Работникам организации	674	23	-	-

Следует отметить, что в течение года цены на реализуемую продукцию неоднократно меняются, в зависимости от сезонности например, летом молоко продается по более низким ценам.

Каждое изменение цены реализации оформляется с покупателем продукции дополнительным соглашением к заключенным договорам.

В ОАО «Учхоз «Кокино» цены устанавливаются в зависимости от спроса на продукцию, поэтому они зачастую не отражают фактических затрат на ее производство.

Работникам хозяйства продажа продукции осуществляется также по свободным ценам, которые устанавливаются, как правило, на уровне производственной себестоимости.

Средняя цена продажи единицы продукции – это отношение выручки от реализации соответствующего вида продукции к объему его продажи. На изменение ее уровня оказывают влияние различные факторы, в том числе каналы реализации продукции.

В ОАО «Учхоз «Кокино» в 2012 г. средняя цена продажи 1 ц зерна по отношению к 2010 г. увеличилась почти в 2 раза. В тоже время, в динамике за рассматриваемый период прослеживается тенденция снижения средней цены на картофель в 2,4 раза и молоко на 6,5%. Кроме того, увеличились средние цены реализации мяса КРС в 2012 г. по отношению к 2010 и 2011 гг. на 48 и 38% соответственно.

Продажа продукции осуществляется в соответствии с заключенными договорами. В них оговариваются: предмет договора; условия упаковки товара; цена товара, порядок и условия расчетов; порядок и условия поставки; порядок приемки товара; ответственность сторон; форс-мажорные обстоятельства; прочие условия; реквизиты.

Организация-покупатель осуществляет самовывоз проданной продукции растениеводства. Оплата проданной продукции производится за наличный расчет и на основе предоплаты, в настоящее время в анализируемом предприятии оплата производится все чаще на основе предоплаты за проданную продукцию.

Важной особенностью ОАО «Учхоз «Кокино» как и других сельскохозяйственных организаций является неравномерность процесса реализации в течение года. Наибольший объем реализации наблюдается во второй половине года, что связано с получением основной массы продукции.

Для документального оформления операций по реализации продукции применяются унифицированные формы первичной и сводной документации.

На каждую партию зерна, отправляемую на заготовительные пункты, заведующий складом выписывает товарно-транспортную накладную на отpravку-приемку сельскохозяйственной продукции.

Товарно-транспортные накладные в хозяйстве выписываются в двух экземплярах, которые выдаются водителю автомашины. Один экземпляр документа он отдает грузополучателю, второй с отметкой заготовительной организации о приеме продукции водитель возвращает в хозяйство. Этот экземпляр предназначен заведующему складом для подтверждения сдачи продукции грузополучателю. В данном документе указывают наименование продукции, наименование и адрес получателя, массу брутто и нетто.

Для начисления задолженности покупателю в ОАО «Учхоз «Кокино» оформляют счет-фактуру в двух экземплярах, один из которых отдают покупателю, второй – остается у продавца. В ней отражается наименование поставщика (почтовый адрес, телефон, корреспондентский счет банка поставщика, его наименование и местонахождение); название грузоотправителя; название грузополучателя и его адрес, общая сумма к оплате, предъявленная покупателю.

На отpravку животных разным покупателям также оформляют товарную накладную и счет-фактуру в двух экземплярах. Заполнение данных документов аналогично продаже зерновой продукции. К счет-фактуре прикладывается ведомость взвешивания.

На каждую партию молока, отправляемого на приемные пункты молокозавода, детские учреждения и т.д., выписывают товарно-транспортную накладную (ф. № 1-сх (молсырье)) в двух экземплярах. В товарно-транспортных накладных указывают наименование продукции, наименование и адрес получателя, массу брутто и нетто.

Оплатив товар по счету, покупатель получает его. Для этого по месту покупки груза официальный уполномоченный покупателя предъявляет

копию счета-фактуры и доверенность на получение товара. Бланк доверенности позволяет учесть все основные моменты по выдаче и использованию последней: номер, дату выдачи и срок действия; должность и фамилию лица, получившего доверенность, а так же его паспортные данные.

При продаже продукции растениеводства и животноводства работникам предприятия за наличный расчет, использовании на внутрихозяйственные нужды или выдаче в качестве натуральной оплаты работникам хозяйства заведующий складом оформляет накладную внутрихозяйственного назначения. Эти накладные выписывает бухгалтер в двух экземплярах, один из которых остается у материально-ответственного лица, отпустившего продукцию, а второй – у получателя продукции. В накладных указывают название продукции, единицу измерения, количество и сумму. Так же выписывается счет-фактура. Эти документы являются основанием для списания продукции на продажу и отражения выручки в приходном кассовом ордере.

Выдача готовой продукции в счет оплаты труда оформляется платежной ведомостью, в которой указывают фамилии и инициалы работников, количество выдаваемой продукции, ее стоимость и подпись лица в получении продукции. Удержание стоимости продукции, реализованной в счет заработной платы, производится в расчетно-платежной ведомости при расчете суммы заработной платы к выдаче. В ней в разделе «Удержано и зачтено» в графах указывают, за что производится удержание: мясо, зерно, автоуслуги, навоз и др.

Предприятия, покупающие мясную продукцию, выписывают приемную квитанцию на закупку скота от сельхозпредприятий форма ПК-1. В них указывают: наименование скота; количество голов; живой и убойный вес; цену за 1 кг убойного веса и сумму. Если прием продукции осуществляется в счет выполнения заключенных договоров, то в приемных квитанциях проставляют физическую и зачетную массу.

Оплата реализованной продукции заготовительными организациями, прочими покупателями производится как наличными деньгами, так и в безналичной форме. Расчеты с покупателями в ОАО «Учхоз «Кокино» осуществляются в основном платежными поручениями. При расчетах наличными, как уже говорилось ранее, выписывается приходный кассовый ордер.

У предприятий, покупающих молочную продукцию в ОАО «Учхоз «Кокино» существует Свод по поступлению молока, который составляется за месяц по полученному молоку. В данном документе указывается сорт молока, цена, фактическое количество, сумма без НДС, НДС и итоговая сумма. Свод по поступлению молока заверяется печатью. Также предприятия подписывают протокол согласования свободной оптовой цены на продукцию.

Как правило, все первичные документы, поступившие в бухгалтерию, сначала проверяют, затем заносят в накопительный документ, в качестве которого на сельскохозяйственных предприятиях используется реестр документов по продаже продукции, работ, услуг формы № 63-АПК. Однако на анализируемом предприятии данный реестр не применяется.

В ОАО «Учхоз «Кокино» для сводного учета реализации сельскохозяйственной продукции предназначена Книга учета реализации продукции. Под данный документ приспособливают группировочные ведомости (ф. № 284). В Книге учета реализации продукции на каждый вид продаваемой продукции отводят несколько страниц, в которых указывают наименование продукции, по графам указывают каналы реализации, по строкам – месяц и наименование покупателей. Данный документ в дальнейшем используют при заполнении бухгалтерской отчетности по реализации продукции растениеводства и животноводства.

Таким образом, хозяйство продает зерно, картофель, а также семя, КРС на мясо, молоко и кожи животных другим предприятиям, организациям, населению и работникам предприятия.

В процессе реализации продукции в ОАО «Учхоз «Кокино», первичный и сводный учет составляют значительную часть учетных работ. Большинство документов заполняется качественно и своевременно, однако имеется ряд недочетов. К ним можно отнести не заполнение всех реквизитов в документах, отсутствие некоторых документов, которые бы отразили процесс продаж более наглядно и развернуто, что облегчило бы работу по контролю над правильным ведением учета реализации продукции.



Ломко И.М., Казиминова Т.А.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИЯХ АПК

Инвестиции – важнейший элемент хозяйственной жизни, определяющий экономический рост.

Инвестиции внутренние и внешние представляют собой сложный многоступенчатый механизм, способный в громадной степени увеличить экономический потенциал хозяйствующего субъекта, по-

этому успех, достигнутый в данной деятельности, во многом предопределяет их развитие в целом.

Инвестирование в производство является неотъемлемой частью процесса воспроизводства.

Воспроизводство – это общий процесс производства, рассматриваемый в постоянной связи и непрерывном потоке своего возобновления. Отношения воспроизводства включают в себя фазы производства, распределения, обмена и потребления. Таким образом, воспроизводство представляет собой повторение процесса общественного производства. Вместе с тем инвестиции нетождественны воспроизводству. Они включают в себя лишь часть воспроизводства, лишь несколько его элементов. В условиях научно-технической революции расширенное воспроизводство включает в себя 5 элементов:

- воспроизводство материальных благ;
- воспроизводство общественного капитала в денежной, производственной и товарной формах его проявления;
- воспроизводство рабочей силы (возобновление условий для жизни и труда);
- воспроизводство фундаментальной и прикладной науки;
- воспроизводство всей совокупности производственных отношений, при этом воспроизводство капитала, рабочей силы и науки является непременным условием протекания процесса воспроизводства в целом, а капитал, рабочая сила, наука выступают как факторы экономического роста.

Поэтому, инвестиции – это особая экономическая деятельность по воспроизводству факторов экономического роста (общественного капитала, рабочей силы, науки). Многообразие инвестиционных отношений по воспроизводству этих факторов проявляется в формах инвестиций. Такими формами являются: строительство, реконструкция, расширение, модернизация, приобретения (в т.ч. по лизингу) производственных и непроизводственных основных фондов, включая землю и объекты природопользования; увеличение товарно-материальных запасов; затраты на современные научные разработки (воспроизводство науки и общественного капитала); отчисления в целевые фонды науки и техники (воспроизводство науки и техники); затраты населения на получения образования (воспроизводство рабочей силы); внесение средств в депозит (воспроизводство ссудного капитала); покупка ценных бумаг, как на первичном, так и на вторичном рынке; внесение или продажа пая в уставный капитал юридическим лицом; предоставление кредита (воспроизводство ссудного капитала).

Финансово-экономическая оценка инвестиционных проектов занимает центральное место в процессе обоснования и выбора воз-

можных вариантов вложения средств в операции с реальными активами. В значительной степени она основывается на проектном анализе. Цель проектного анализа – определить результат (ценность) проекта. Для этого используют выражение:

Результат проекта = цена проекта – затраты на проект.

Принято различать техническую, финансовую, коммерческую, экологическую, организационную (институциональную), социальную, экономическую и другие оценки инвестиционного проекта.

Прогнозная оценка проекта является достаточно сложной задачей, что подтверждается рядом факторов:

- инвестиционные расходы могут осуществляться либо в разовом порядке, либо на протяжении достаточно длительного времени;
- период достижения результатов реализации инвестиционного проекта может быть больше или равен расчетному;
- осуществление длительных операций приводит к росту неопределенности при оценке всех аспектов инвестиций, то есть к росту инвестиционного риска.

Показатели эффективности инвестиций можно классифицировать по следующим признакам:

1) по виду обобщающего показателя, выступающего в качестве критерия экономической эффективности инвестиций:

- абсолютные, в которых обобщающие показатели определяются как разность между стоимостными оценками результатов и затрат, связанных с реализацией проекта;
- относительные, в которых обобщающие показатели определяются как отношение стоимостных оценок результатов проекта к совокупным затратам на их получение;
- временные, которыми оценивается период окупаемости инвестиционных затрат;

2) по методу сопоставления разновременных денежных затрат и результатов:

- статические, в которых денежные потоки, возникающие в разные моменты времени, оцениваются как равноценные;
- динамические, в которых денежные потоки, вызванные реализацией проекта, приводятся к эквивалентной основе посредством их дисконтирования, обеспечивая сопоставимость разновременных денежных потоков.

На наш взгляд в современных условиях наиболее объективно отражают эффективность динамические показатели, они и были взяты за основу при определении эффективности инвестиционного проекта по агрогородку «Солнечный» Мглинского района Брянской области.

Источником инвестирования является государственное финансирование из средств областного бюджета в соответствии проектом «Об участии Брянской области в создании открытых акционерных обществ».

Реализация инвестиционного проекта позволит получить чистый дисконтированный доход равный 8737,5 тыс. руб. Таким образом, предложенный инвестиционный проект является эффективным, который окупится через 5 лет, при этом уровень рентабельности производства составит 59,3 %, при реализации продукции животноводства прибыльность продаж составит 37,2 %.

При реализации проекта коэффициент текущей ликвидности приблизился к нормативному значению, что положительно сказывается на деятельности колхоза «Симонтовский». Коэффициент автономии снизился на 0,142, но при этом находится на среднем уровне. Произошел существенный рост коэффициента рентабельности активов (на 0,296). Данное мероприятие позволило значительно увеличить как натуральные, так и стоимостные показатели экономической эффективности. Так среднегодовой надой на 1 корову возрос на 1555 кг и составил 3135 кг. Себестоимость сократилась на 330 руб. и составила 709 руб. за 1 ц.

В итоге реализации инвестиционного проекта в колхозе «Симонтовский» резерв роста годовой прибыли составит 4353,7 тыс. руб.



Бабьяк Е.М., Блашкевич Л.В.

УЧЕТ И КОНТРОЛЬ РАСЧЕТОВ С ПЕРСОНАЛОМ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА НА МАТЕРИАЛАХ ОАО «УЧХОЗ «КОКИНО» ВЫГОНИЧСКОГО РАЙОНА

Проблема оплаты труда – одна из ключевых в российской экономике. От ее успешного решения во многом зависят как повышение эффективности производства, так и рост благосостояния людей, благоприятный социально – психологический климат в обществе. Учет и контроль расчетов с персоналом по оплате труда занимают одно из центральных мест во всей системе учета на предприятии.

Объектом исследования является ОАО «Учхоз «Кокино», которое было преобразовано из ФГУП «Учхоз «Кокино» и является его правопреемником.

Общество по численности работников относится к средним предприятиям. Показатели, характеризующие размеры производства, в дина-

мике увеличиваются, кроме численности работников и поголовья скота. Предприятие специализируется на молочно-мясном скотоводстве с развитым производством зерна, имеет средний уровень специализации.

Численный состав работников предприятия за последние 3 года сократился на 10 человек или на 8%. Изменение произошло за счет сокращения числа рабочих, занятых в сельхозпроизводстве. Данная категория работников занимает наибольший удельный вес в структуре рабочей силы. Снижается доля постоянных работников, в т.ч. трактористов-машинистов на 1,3%.

В динамике средняя заработная плата имеет тенденцию к росту. За три года она увеличилась на 31%.

Наибольшее повышение оплаты труда произошло у операторов машинного доения – на 88 %, а ее снижение – у работников подсобных производств на 4%.

Организация бухгалтерского учета в ОАО «Учхоз «Кокино» находится на удовлетворительном уровне. Отсутствует такой ее элемент как график выполнения учетных работ. В рабочем плане счетов названия некоторых счетов не соответствуют типовому плану счетов; имеется счет, не предусмотренный типовым планом счетов. Учетная политика и график документооборота требует доработок.

Документом, регламентирующим порядок оплаты труда на предприятии, является Положение об оплате труда. Труд работников предприятия оплачивается по утвержденным ставкам (окладам) и сдельным расценкам. Расценки и нормы не перерабатывались за анализируемый период даже при изменении минимального размера оплаты труда.

Первичный учет труда и его оплаты на предприятии представлен большим разнообразием первичных документов, оформляемых на устаревших типовых или приспособленных бланках. В документах не всегда заполняются все необходимые реквизиты. Механизированные работы тракторов дублируются в двух документах: сначала в путевых листах трактора, затем – в учетных листах тракториста-машиниста. Накопление данных по учету оплаты труда водителей и трактористов отражается в приспособленных ведомостях.

Для учета труда и его оплаты на предприятии предназначен активно-пассивный счет 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда», к которому предусмотрены два субсчета:

1. Расчеты по оплате труда
2. Расчеты по компенсациям.

На субсчете 1 учитывают расчеты с работниками по всем видам заработной платы, а на субсчете 2 – расчеты с работниками по выплате детских пособий.

Состав и структура работников по категориям и профессиям
в ОАО «Учхоз «Кокино»

Категории работников	2009 г.		2010 г.		2011 г.	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%
Всего по организации	124	111	114	100	114	100
в том числе занятые в сельскохозяйственном производстве – всего	119	106	109	97,5	109	97,5
Рабочие постоянные:	82	70	74	64,9	74	64,9
трактористы-машинисты	18	13	15	13,2	15	13,2
работники животноводства	22	11	21	18,4	21	18,4
Рабочие сезонные и временные	8	7	6	5,3	6	5,3
Служащие:	29	29	29	25,4	29	25,4
из них руководители	9	9	8	7,0	8	7,0
специалисты	16	16	17	14,9	17	14,9
Работники, занятые в подсобных производствах	4	4	4	3,5	4	3,5
Работники торговли и общественного питания	1	1	1	0,9	1	0,9

Аналитический учет ведут по каждому работнику в книге учета заработной платы. Операции по счету 70 в анализируемом предприятии отражаются в приспособленных регистрах.

Внешний контроль на предприятии осуществляют соответствующие государственные органы и аудиторская фирма «Рублев и К^о». В результате аудиторское заключение подтверждает достоверность годовой бухгалтерской отчетности.

Внутренний контроль представлен инвентаризацией, которая носит формальный характер, а график ее проведения, предусмотренный учетной политикой, не составляется.

В целях совершенствования учета и контроля предлагается следующее.

1. Применять разработанное Положение о бухгалтерии. В документе отражены цели, задачи, функции, права и ответственность бухгалтерии, взаимоотношения с другими структурными подразделениями.

2. Разработать графики документооборота и выполнения учетных работ по предложенной форме. График документооборота предусматривает необходимое число подразделений и исполнителей для прохождения каждым первичным учетным документом, определяет минимальный срок нахождения в структурном подразделении и у исполнителей. График выполнения учетных работ должен предусматривать равномерную нагрузку бухгалтеров и, исходя из этого, в первую очередь строится распределение служебных обязанностей учетного аппарата.

3. Усовершенствовать учетную политику предприятия по отдельным аспектам – указать стоимостной критерий отнесения основных средств к малоценным предметам, порядок отражения представительских расходов, способы начисления амортизации по основным средствам, порядок учета и списания транспортно-заготовительных расходов.

4. Внести изменения в рабочий План счетов в части применяемых счетов 1 и 2 порядка. Предусмотреть отдельный субсчет 3 к счету 23 «Вспомогательные производства» для учета затрат и выполненных работ машинно-тракторным парком.

5. Разработать распределения должностных обязанностей среди работников бухгалтерии и их должностные инструкции по предложенной форме. Должностная инструкция составляется для каждого работника бухгалтерии в целях разграничения их полномочий, определения прав и обязанностей, закрепления за работником участков бухгалтерского учета. Инструкция позволяет избежать дублирования и сокрытия отдельных фактов хозяйственной деятельности. Она разрабатывается главным бухгалтером и утверждается руководителем предприятия. После ознакомления с инструкцией работник ставит отметку «ознакомлен», дату и подпись.

6. Внедрить комплексную автоматизацию, составной частью которой будет автоматизация расчетов с персоналом по оплате труда.

7. Операции по учету труда и его оплаты оформлять на новых типовых бланках документов. В частности, учетный лист тракториста-машиниста (форма № 411-АПК) необходимо применять для учета механизированных работ, выполняемых тракторами, комбайнами, самоходными машинами (кроме транспортных работ тракторов). Путевой лист трактора (форма № 412-АПК) надо использовать для учета работ, выполненных трактористами на транспортных работах. Выпуск трактора из гаража на транспортные работы без путевого листа не допускается.

8. Для накопления данных об оплате труда в разрезе объектов учета затрат применять Накопительную ведомость учета затрат (ф. № 301-АПК).

9. Для сводного учета расчетов по оплате труда, использования фонда оплаты труда и для составления установленной отчетности составлять сводную ведомость начисленной оплаты труда по ее составу и категориям работников (форма № 58-АПК), сводную ведомость начисленной оплаты труда по расчетам с персоналом (форма № 59-АПК). Для отражения на счетах бухгалтерского учета всех отчисления, производимые от фонда заработной платы, распределения их на конкретные объекты учета затрат, а также отнести на эти объекты начисленной заработной платы использовать ведомость распределения оплаты труда, отчислений на социальное страхование и резервов (форма № 78-АПК).

10. В качестве регистра синтетического учета применять журнал-ордер ф. № 10-АПК.

11. Разработать и выполнять график проведения инвентаризации.

12. Создать контрольно-ревизионный отдел на предприятии. В качестве правовой базы функционирования данного отдела было разработано положение о контрольно-ревизионном отделе.

Реализация вышеизложенных мероприятий позволит вывести организацию бухгалтерского учета и контроля расчетов с персоналом по оплате труда в ОАО «Учхоз «Кокино» на более высокий качественный уровень.



Морозов С.С., Блашкевич Л.В.

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ УЧЕТ И ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ ПРОДУКЦИИ ВЫРАЩИВАНИЯ КРС В ОАО «УЧХОЗ «КОКИНО» ВЫГОНИЧСКОГО РАЙОНА

Эффективность хозяйствования предприятия во многом зависит от правильной организации бухгалтерского учета. Одним из важных моментов бухгалтерского учета является учет затрат на производство продукции и исчисление ее себестоимости. Правильная организация учета и контроля затрат на производство является одним из главных направлений снижения себестоимости продукции. В настоящее время проблема обеспечения населения России продуктами животноводства - наиболее сложная, поэтому необходимо уделять большое внимание состоянию отрасли, приняв в качестве основной цели рост продуктивности животных

ОАО «Учхоз «Кокино» создано в 2010 г. путем преобразования ФГУП «УОХ «Кокино» Брянской государственной сельскохозяйственной академии» и является его правопреемником.

ОАО по численности работников относится к средним предприятиям; показатели, характеризующие размеры производства, в динамике растут, за исключением численности работников. Предприятие специализируется на молочно-мясном скотоводстве и производстве зерна, имеет средний уровень специализации. Учхоз – финансово устойчивое предприятие, свое имущество на 82% формирует за счет собственных источников. Показатели ликвидности за анализируемый период увеличиваются. Деятельность предприятия нерентабельна, наибольший уровень рентабельности наблюдался в 2011 г.

Показатели, характеризующие продуктивность основного стада КРС, в динамике незначительно снижаются, а продуктивность животных на выращивании и откорме снизилась на 28,8%. Выращивание и откорм КРС в ОАО на протяжении анализируемого периода принесил убыток. Самый низкий уровень убыточности был в 2011 г. (3,3%).

Таблица 1
Эффективность выращивания и откорма КРС в ОАО «Учхоз «Кокино»

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2012 г. в % к	
				2010 г.	2011 г.
Поголовье КРС на выращивании и откорме на конец года, гол.	491	464	485	98,8	104,5
Валовой прирост живой массы, ц	894	823	635	71,0	77,2
Средняя масса 1 гол. реализованного скота, кг	282	241	185	65,6	76,8
Затраты труда на 1 ц прироста, чел.-час.	23,5	18,2	24,4	103,8	134,1
Производственная себестоимость 1 ц прироста, руб.	7994	8848	10468	131,0	118,3
Полная себестоимость 1 ц живой массы КРС на мясо, руб.	7210	8063	9134	126,7	113,3
Цена реализации 1 ц живой массы КРС, руб.	5705	7806	8580	150,4	109,9
Убыток на 1 ц живой массы реализованного КРС, руб.	1505	257	554	36,8	в 2,2 р.
				Отклонение. п.п.	
Убыточность продаж, %	26,3	3,3	6,4	-19,9	3,1

За анализируемый период размер расходов как в целом по предприятию, так и в отрасли животноводства в динамике растет – соответственно – на 74,2 и 16,6%. Наибольший рост происходит по элементам «Отчисления на социальные нужды», «Оплата труда» и «Материальные затраты».

Организация бухгалтерского учета находится на удовлетворительном уровне.

В ОАО не разработан график выполнения учетных работ, в рабочем плане счетов названия отдельных счетов не соответствуют типовому плану счетов, имеется счет, не предусмотренный типовым планом счетов. График документооборота разработан в простом варианте и не охватывает весь перечень оформляемых на предприятии документов.

При оформлении хозяйственных операций по учету затрат и выходу продукции животноводства в хозяйстве в основном применяют типовые документы новых форм. При этом в первичных документах не всегда заполняются все обязательные реквизиты. Для учета труда и его оплаты на механизированных работах применяются документы, дублирующие друг друга. Для начисления амортизации используется приспособленный документ. Оприходование навоза документально не оформляется

Учет затрат и выхода продукции животноводства ведут на активном, калькуляционном счете 20/2 «Животноводство». Аналитический учет ведется в разрезе групп животных по видам затрат в регистре приспособленной формы. Журнал – ордер № 10 по счету 20/2 «Животноводство» не составляется. Регистром синтетического учета является Главная книга.

Внутренний контроль в организации представлен инвентаризацией, в результате проведения которых за анализируемый период не было выявлено отклонений фактических данных от учетных. Предусмотренный учетной политикой график проведения инвентаризации не составляется. В целом данные бухгалтерского учета по учету затрат и выходу продукции выращивания КРС могут служить основанием для составления достоверной бухгалтерской отчетности.

В целях совершенствования учета и внутривозвратного контроля в ОАО «Учхоз «Кокино» можно предложить следующее.

Применять разработанное Положение о бухгалтерии – правовой акт, определяющий порядок формирования, задачи, обязанности, права, ответственность и организацию работы бухгалтерии предприятия в целом или его структурных подразделений. Положение о бухгалтерии разрабатывается главным бухгалтером и утверждается руководителем организации.

Дополнить учетную политику организации следующими аспектами: уточнить перечень действующих ПБУ, исключив недействующие; указать порядок оценки побочной продукции; предусмотреть учет представительских расходов на счете 44 «Расходы на продажу».

Разработать график документооборота и график выполнения учетных работ по предложенной нами форме.

Разработать должностные инструкции каждого работника бухгалтерии по предложенной форме. Должностные инструкции должны составляться для каждого работника бухгалтерии в целях разграничения их полномочий, определения прав и обязанностей. Закрепление за работниками участков бухгалтерского учета позволяет избежать дублирования или сокрытия отдельных фактов хозяйственной деятельности.

Внести изменения в рабочий план счетов, уточнив названия отдельных счетов. Для учета затрат и выполненных работ машинно-тракторным парком предусмотреть отдельный субсчет 3 к счету 23 «Вспомогательные производства».

Внедрить комплексную автоматизацию бухгалтерского учета, составной частью которой будет и автоматизация производственного учета продукции выращивания КРС.

Хозяйственные операции по учету затрат и выходу продукции животноводства оформлять новыми типовыми формами документов. Для оприходования навоза использовать дневник поступления сельскохозяйственной продукции (ф. № СП-14).

В качестве регистра аналитического учета в животноводстве использовать Производственный отчет, в котором вести учет по установленным статьям затрат.

Для синтетического учета по счету 20 «Основное производство» применять журнал-ордер ф. № 10-АПК.

Расчет себестоимости продукции и закрытие счетов осуществлять в калькуляционных листах.

Разработать и соблюдать график проведения инвентаризации.

График разрабатывает главный бухгалтер организации и утверждает директор ОАО «Учхоз «Кокино». Данный график является конфиденциальной информацией, его содержание не должно разглашаться во избежание формальности проведения инвентаризации.

Данные инвентаризации заносить в типовые формы инвентаризационных описей.

Создать ревизионную комиссию, деятельность которой будет осуществляться в соответствии с планом и программой.

Внедрение в практику работы предприятия рассмотренных предложений позволит повысить качество учетной и отчетной инфор-

мации, более действенно осуществлять контроль сохранности имущества организации.

Таблица 2

График проведения инвентаризаций на 201.. год

Объект инвентаризации	Количество инвентаризаций	Дата проведения инвентаризации
Касса	1 раз в месяц	
Основные средства, кроме зданий и сооружений	1 раз в год	25-28 декабря
Здания и сооружения	1 раз в 3 года	25-28 декабря
Продуктивные животные	1 раз в 3 месяца	1 апреля, 1 июля, 1 октября и 31 декабря
Рабочий скот	1 раз в год	31 декабря
Корма	2 раза в год	1 мая, 1 декабря
Семена	2 раза в год	1 июня, 1 декабря
Удобрения	2 раза в год	1 июня, 1 декабря
Прочие товарно-материальные ценности	1 раз в год	31 декабря
Незавершенное производство	1 раз в год	31 декабря
Дебиторская и кредиторская задолженность	2 раза в год	1 июля, 31 декабря



Коряженкова И.В., Блашкевич Л.В.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В ОАО «ДЯТЬКОВО-ДОЗ»

Развитие экономики во всем мире определяется, прежде всего, уровнем энерговооруженности и уровнем инженерно-технической оснащённости любого производства, а для любого производства необходимы основные средства. Они же занимают основной удельный вес в общей сумме основного капитала хозяйствующего субъекта. Обеспеченность основными средствами в необходимом количестве и ассортименте, полное и эффективное их использование – один из важней-

ших факторов увеличение объема производства на предприятиях. Учет и контроль основных средств должны обеспечить достоверное включение их в издержки производства, сохранность этого вида имущества.

Объектом исследования является ОАО «Дятьково-ДОЗ», которое было создано путем преобразования Дятьковского деревообрабатывающего завода в 1991 году. В настоящее время предприятие является одним из крупнейших отечественных производителей древесностружечных и ламинированных плит, мебели, мебельных деталей, материала облицовочного.

Анализируемое предприятие относится по численности работников к крупным. Среднегодовая численность работников на протяжении анализируемого периода превышает 700 человек. Показатели размера производства в динамике растут.

В структуре основных средств (табл. 1) наибольший удельный вес занимают машины, оборудование и транспортные средства. Структура основных средств изменилась незначительно. Эффективность использования основных средств растет. В динамике наблюдается снижение финансовой устойчивости и ликвидности ОАО «Дятьково-ДОЗ». Основная деятельность предприятия за анализируемый период была рентабельна.

Таблица 1

Размер и структура основных средств по группам и видам
в ОАО «Дятьково - ДОЗ»

Группы основных средств	2010 г.		2011 г.		2012 г.	
	тыс. руб	%	тыс. руб	%	тыс. руб.	%
Здания	2034	3,4	2034	3,02	2019	2,92
Сооружения	4766	7,97	4830	7,16	4895	7,08
Машины и оборудование	29362	49,13	36981	54,81	37681	54,51
Транспортные средства	23598	39,48	23609	35,00	24518	35,47
Инструменты и хозяйственный инвентарь	8	0,01	8	0,01	8	0,01
Итого	59768	100	67462	100	69121	100

Организация бухгалтерского учета на предприятии находится на достаточно высоком уровне. Для обработки учетной информации применяется автоматизированная система на базе программы «1С: Бухгал-

терия 7.7» К недостаткам можно отнести отсутствие графика документооборота, графика выполнения учетных работ.

Основные средства принимаются на учет по первоначальной стоимости, которая включает стоимость приобретения (создания) и расходы, связанные с приведением объекта в состояние, пригодное к использованию. Переоценку основных средств за анализируемый период ОАО не проводило.

Поступление основных средств оформляется соответствующими документами типовых форм, составляемых комиссией. Это отражается через счет 08 «Вложения во внеоборотные активы», на котором собирают все расходы, связанные с приобретением. Учет основных средств ведут на активном счете 01 «Основные средства» в разрезе установленных субсчетов. Аналитический учет ведут по каждому объекту в инвентарных карточках.

Амортизацию по основным средствам начисляют линейным способом в документе, составляемом автоматизировано в разрезе каждого объекта. Учет амортизации ведут на пассивном счете 02 «Амортизация основных средств», к которому предусмотрены соответствующие субсчета. Амортизацию начисляют ежемесячно, а списывают – при выбытии основных средств.

Выбытие основных средств отражается типовыми формами первичных документов, составляемых комиссией. Основные средства списывают по истечении срока полезного использования. Доходы и расходы, связанные с ликвидацией объектов основных средств, в учете не отражаются.

Внутренний контроль на предприятии представлен инвентаризацией, которая проводится ежегодно перед составлением годовой бухгалтерской отчетности. В качестве совершенствования учета и внутреннего контроля на предприятии предлагается следующее.

Применять разработанное Положение о бухгалтерии. В нем нашли отражение цели, задачи, функции бухгалтерии, взаимоотношения бухгалтерии с другими подразделениями предприятия, права, обязанности, ответственность должностных лиц бухгалтерии, а также организация ее работы.

Разработать график документооборота по предложенной форме. График документооборота – это график или схема, которые описывают движение первичных документов на предприятии от момента их создания до момента передачи на хранение. Разрабатывает график документооборота главный бухгалтер, а утверждает руководитель предприятия, после чего он становится обязательным для каждого работника, имеющего отношения к составлению и подписанию первичных и

сводных бухгалтерских документов. График должен устанавливать рациональный документооборот, т.е. предусматривать оптимальное число подразделений и исполнителей для прохождения каждого первичного документа, определять минимальный срок его нахождения в подразделении.

Разработать график выполнения учетных работ. График распределение учетных работ между учетными работниками способствует рациональному использованию рабочего времени и повышению производительности учетного труда, создает условия для ритмичной работы и повышает ответственность каждого учетного работника за качество и сроки выполнения определенных работ. В графике указываются: календарный план работы каждого учетного работника, сроки и содержание учетных работ каждой учетной ячейки, сроки составления, рассмотрения и представления отчетности. Его разрабатывает главный бухгалтер предприятия и утверждает руководитель предприятия.

Расходы и доходы, связанные с выбытием (ликвидацией) основных средств учитывать на счете 91 «Прочие доходы и расходы». По дебету счета будут отражены расходы, связанные с ликвидацией (выбытием) объекта основных средств, по кредиту – доходы. Сопоставление оборотов по счету 91 «Прочие доходы и расходы» будет выявлен финансовый результат от выбытия объекта основных средств, который в установленном порядке списывается на счет 99 «Прибыли и убытки».

В рабочем плане счетов исключить субсчет 3 «Выбытие/реализация основных средств» счета 01 «Основные средства» как неиспользуемый. В рабочем плане счетов исключить субсчет 3 «Амортизация доходных вложений» счета 02 «Амортизация основных средств», т.к. организация не имеет на балансе доходных вложений в материальные ценности.

По активной части основных средств – производственному оборудованию и транспортным средствам применять способ списания стоимости пропорционально объему продукции (работ, услуг).

Создать службу внутреннего аудита, которая будет осуществлять свои функции на основании разработанной программы и плана аудита.

Применение указанных мероприятий в практике работы анализируемого предприятия позволит формировать в бухгалтерском учете информацию более оперативно, качественно и с любой степенью детализации, необходимой как для управления предприятием, так и для составления внешней отчетности, а создание службы внутреннего контроля – повысить сохранность имущества ОАО.



ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ УЧЕТ И КОНТРОЛЬ ПРОДУКЦИИ РАСТЕНИЕВОДСТВА В СПК «НАДЕЖДА» ГОРДЕЕВСКОГО РАЙОНА

Растениеводство – одна из основных отраслей сельскохозяйственного производства. Основной задачей растениеводства является увеличение объемов производства. Важную роль в решении этих задач должен играть точный и своевременный производственный учет и контроль. На кругооборот средств в растениеводстве существенный отпечаток накладывает сезонный характер производства, в частности разрыв между периодами производства затрат и выхода продукции. Производственные затраты в отрасли растениеводства совершаются в течение длительного времени, причем крайне неравномерно; возмещение средств — выход продукции происходит в момент, определяемый естественными условиями созревания растений. Эти особенности нельзя не учитывать при организации учета затрат в отрасли.

Показатели, характеризующие размеры производства СПК в динамике растут, за исключением среднегодовой численности работников. Предприятие специализируется на производстве и реализации молока, коэффициент специализации высокий.

Затраты по обычным видам деятельности и затраты в отрасли растениеводство (табл. 1) имеют тенденцию к росту, наибольший удельный вес в них занимают материальные расходы.

СПК «Надежда» имеет устойчивое финансовое положение. Текущие активы на протяжении 2010-2012 гг. превышают текущие обязательства, что говорит о возможности предприятия при необходимости погасить все свои текущие обязательства легко- и среднереализуемыми активами. От основной деятельности на протяжении анализируемого периода предприятие получало убыток.

Организация бухгалтерского учета находится на удовлетворительном уровне. Отсутствуют такие элементы, как графики документооборота и выполнения учетных работ, должностные инструкции работников бухгалтерии. Учетная политика предприятия и рабочий план счетов требуют доработки..

При учете затрат и выхода продукции отрасли растениеводства применяется большое число самых разнообразных документов, причем большинство из них старой формы. В документах заполняются не все необходимые реквизиты (отсутствуют отдельные подписи и в отдельных случаях дата), прослеживается неаккуратность заполнения, отдельные документы заполняются на чистых листах.

Таблица 1

Затраты по обычным видам деятельности

Элементы затрат	2010 г.		2011 г.		2012 г.		2012 г. в % к	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	2010 г.	2011 г.
Материальные затраты	4854	82,4	4451	82,1	4836	64,8	99,6	108,6
в том числе: семена и посадочный материал	1252	21,3	1185	21,8	1472	19,7	117,6	124,2
минеральные удобрения	488	8,3	710	13,1	430	5,8	76,6	52,7
электроэнергия	100	1,7	83	1,5	355	4,8	в 3,5 р.	в 4 р.
нефтепродукты – всего	1303	22,1	1500	27,7	1023	13,7	78,5	68,2
Затраты на оплату труда	782	13,3	653	12,0	1341	18,0	в 1,7 р.	в 2 р.
Отчисления на социальные нужды	81	1,4	104	1,9	273	3,6	в 3,4 р.	в 2,6 р.
Амортизация	120	2,0	108	2,0	760	10,2	в 6,3 р.	в 7 р.
Прочие затраты	58	0,9	108	2,0	256	3,4	в 4,4 р.	в 2,4 р.
Итого	5895	100	5424	100	7466	100	126,6	137,6

Учет затрат и выхода продукции в отрасли растениеводства ведут на активном, калькуляционном счете 20/1 «Растениеводство». По дебету счета отражают основные и накладные расходы, по кредиту – выход продукции в течение года по плановой себестоимости с корректировкой в конце года до уровня фактических затрат. Дебетовое сальдо показывает затраты незавершенного производства.

Учет затрат ведут по видам расходов (табл. 2) в разрезе культур (групп культур). Регистры аналитического и синтетического учета оформляются на приспособленных бланках.

Текущий учет затрат в растениеводстве завершается в конце года исчислением фактической себестоимости продукции, выявлением калькуляционных разниц и списанием их по назначению.

Таблица 2

Действующие виды затрат и предлагаемые статьи затрат
в растениеводстве в СПК «Надежда»

Виды затрат	Статьи затрат
Семена	Материальные ресурсы
Удобрения	
Нефтепродукты	
Электроэнергия	
Зарботная плата	Оплата труда
Доплаты	
Больничные	
Продукция, выданная работникам в счет оплаты труда	Отчисления на социальные нужды
Отчисления на социальные нужды	
Амортизация	Содержание основных средств
Зарплата с отчислениями работников на ремонт основных средств	
Запасные части, ремонтные и строительные материалы	
Автотранспорт	Работы и услуги вспомогательных производств
Работа тракторов	
Работа лошадей	
	Налоги, сборы и другие платежи
Общепроизводственные расходы	Общепроизводственные расходы
Общехозяйственные расходы	Общехозяйственные расходы

При исчислении себестоимости продукции растениеводства соблюдается установленная отраслевыми методическими указаниями методика, при закрытии счета калькуляционные разницы, как правило, списываются на один счет, что искажает финансовый результат организации. Исчисление себестоимости и закрытие счетов оформляют на приспособленных бланках.

Внутренний контроль находится на неудовлетворительном уровне. Предусмотренная уставом ревизионная комиссия не функционирует, инвентаризация за отчетный период не проводилась. Внешний контроль отдельных операций осуществляют обслуживающее отделение банка, налоговая служба и внебюджетные фонды.

В качестве совершенствования учета и контроля в СПК «Надежда» предлагается следующее.

Применять разработанные Положение о бухгалтерии, должностные инструкции главного бухгалтера, рабочий план счетов, учетную политику организации, график документооборота.

Для оформления хозяйственных операций использовать типовые формы первичных учетных документов.

Создать документ с образцами подписей сотрудников, наделенных правом подписывать финансовые документы.

Группировать расходы по статьям затрат (см. табл. 2).

В качестве регистра аналитического учета в растениеводстве использовать производственный отчет.

Для синтетического учета применять журнал-ордер № 10-АПК. При исчислении себестоимости продукции растениеводства и корректировке ее в конце года применять калькуляционный лист.

Создать ревизионную комиссию. Разработать и соблюдать график проведения инвентаризации. Для оформления результатов инвентаризации использовать типовые формы инвентаризационных описей.

В перспективе для обработки учетной информации применять автоматизированную форму учета.

Внедрение в практику работы в СПК «Надежда» рассмотренных предложений позволит повысить качество учетной и отчетной информации об учете затрат на продукцию растениеводства, более эффективно осуществлять контроль за сохранностью имущества организации.



Комкова Е.А., Горло В.И.

МЕРОПРИЯТИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ УЧЕТА ТОВАРНЫХ ОПЕРАЦИЙ В ПО «МГЛИНСКОЕ»

Принципы управления торговой организацией невозможны без поставки эффективной системы бухгалтерского учета.

Задачи, стоящие перед бухгалтерским учетом в торговой организации могут быть выполнены при правильно организованном учете. Недостатки бухгалтерского учета сказываются на отставании в учете, созданию условий для хищений товарно-материальных ценностей, увеличению расходов на продажу, запоздании предоставления отчетности, уменьшению получаемой прибыли.

Для того чтобы устранить недостатки существующего учета товарных операций в ПО «Мглинское», необходимо осуществить ряд изменений, которые на наш взгляд могут положительно повлиять на финансовое состояние организации.

Рассмотрим более детально мероприятия по совершенствованию учета торговых операций на предприятии.

Согласно учетной политике ПО «Мглинское» товары, приобретенные организацией для продажи, оцениваются по стоимости их приобретения, т.е. по фактической себестоимости. Расходы по доставке товара до складов организации от поставщиков, т.е. транспортно-заготовительные расходы, не включаются в первоначальную стоимость товаров и подлежат списанию в дебет счета 44 «Расходы на продажу».

На наш взгляд целесообразно вести отдельно учет данных расходов с расчетом на остаток товаров на конец месяца в регистрах синтетического и аналитического учета.

Учетную политику следует пересматривать каждый год. Предлагаем разработать новую учетную политику, которая будет отражать бухгалтерский и налоговый учет, соответствовать действующему законодательству. По учету товарных операций в учетную политику следует включить следующие элементы:

- вести бухгалтерский учет товарных операций с применением рабочего плана счетов;
- товары принимать к учету по продажным ценам;
- размер торговой наценки, учитываемый на счете 42 «Торговая наценка» устанавливается в размере 15 -25% в зависимости от группы товаров;
- списание отгруженных и проданных товаров производить по фактической стоимости каждой единицы;
- синтетический учет розничной продажи товаров вести на счете 90 «Продажи».
- учет выручки от реализации товаров для целей налогообложения отражать по моменту отгрузки товаров (поступления выручки в кассу, отпуск закрытым учреждениям, оказания услуг и выполнения работ).

Следует разработать график документооборота, который позволит описывать движение первичных документов на предприятии от момента их создания до момента передачи на хранение.

Одним из недостатков на предприятии является отсутствие распределение должностных обязанностей работников бухгалтерии. Поэтому необходимо их разработать и определить более точно обязанности бухгалтера по учету торговых операций.

Так же на предприятии необходимо уделить внимание оформлению документов по поступлению, продаже и хранению товаров.

Приведем необходимые документы, которые нужно составлять на предприятии. Иногда предприятиям приходится принимать товары без расчетных документов поставщика. В этой ситуации составляется

«Акт о приемке товара, поступившего без счета поставщика». Он служит основанием для принятия к учету товаров по неотфактурованным поставкам. Неотфактурованными поставками называют поступление грузов без расчетных документов поставщиков.

Акт составляется в двух экземплярах комиссионно по фактическому наличию поступившего товара в присутствии материально ответственного лица. Первый экземпляр акта передается в бухгалтерию, а второй остается у материально ответственного лица.

При поступлении товаров без расчетных документов поставщика они приходуются условно по цене, предусмотренной в договоре поставки. Эта цена указывается в акте.

Если при приемке товара выясняется, что фактическая масса тары превышает массу, указанную в документах поставщика, то акт надо составить в двух экземплярах в присутствии представителя поставщика. Второй экземпляр акта вместе с претензией направляется поставщику для возмещения.

Если расхождения в весе тары обнаружены в ходе реализации товара, то комиссия составляет акт в одном экземпляре в присутствии материально ответственного лица. Затем материально ответственное лицо передает акт в бухгалтерию с товарным отчетом. Акт служит основанием для списания с его подотчета излишне оприходованного товара.

При упаковке товара применяется Форма ТОРГ-9 «Упаковочный ярлык». Он выписывается в трех экземплярах работником организации на каждое отдельное место (ящик, тюк и т. п.), подписывается материально ответственными лицами и упаковщиком. Один экземпляр вкладывается вместе с товаром в ящик (тюк). Второй - с указаниями массы каждого места – прилагается к счету-фактуре, третий - остается на складе.

Движение тары за отчетный период по наименованиям показывает форма ТОРГ-30 «Отчет по таре». Материально ответственное лицо составляет отчет по таре в двух экземплярах: один экземпляр сдается в бухгалтерию с товарным отчетом, второй экземпляр с отметкой бухгалтера остается у материально ответственного лица. Составление данного документа позволит решить проблему с учетом тары.

Для регистрации приходных и расходных документов применяется форма ТОРГ-31 «Сопроводительный реестр сдачи документов». Он составляется в двух экземплярах материально ответственным лицом на приходные и расходные документы по операциям за отчетный период.

Первый экземпляр с приложенными к нему документами под расписку передается в бухгалтерию или на обработку средствами вычислительной техники. Второй экземпляр остается у материально ответственного лица.

На наш взгляд следующим важным моментом по совершенствованию учета товарных операций является разработка рабочего плана счетов согласно типового. Так к счету 90 «Продажи» на предприятии необходимо открыть следующие субсчета:

- 90/1 – выручка;
- 90/2 – себестоимость продаж;
- 90/3 – налог на добавленную стоимость.

Это поможет разграничивать выручку и себестоимость продаж, что в конечном итоге позволит более точно определить финансовый результат от продажи каждого вида продукции (работ, услуг).

Далее предлагаем к счету 41 «Товары» открыть следующие субсчета:

- 41/1 – товары в розничной торговле;
- 41/2 – тара под товаром и порожня.

Данное внедрение поможет вести отдельный учет по товарам, находящимся в розничной торговле и таре.

Так как предприятие ведет не только торговую деятельность, но оказывает различного рода услуги, то к счету 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» следует открыть субсчета:

- 62/1 – расчеты с покупателями;
- 62/2 – расчеты с заказчиками;
- 62/3 – расчеты по авансам полученным;
- 62/4 – расчеты по авансам полученным.

На предприятии не достаточно внимания уделяется списанию недостачи в пределах норм естественной убыли. Списание недостач и потерь, выявленных, в результате инвентаризации производится формально.

Поэтому мы предлагаем внести в рабочий план счетов счет 94 «Недостачи и потери от порчи ценностей». Он предназначен для обобщения информации о суммах недостач и потерь от порчи материальных и иных ценностей (включая денежные средства), выявленных в процессе их заготовления, хранения и продажи, независимо от того, подлежат они отнесению на счета учета затрат на производство (расходов на продажу) или виновных лиц.

Выявленные в результате инвентаризации недостачи списывают на виновное лицо или на прочие расходы, если оно не установлено. Поэтому на наш взгляд целесообразно ввести в рабочий план счетов счет 73/2 «Расчеты по возмещению материального ущерба».

Предлагаем перейти от мемориально-ордерной формы ведения бухгалтерского учета к автоматизированной с применением новой версии программы «1С: Предприятие 8.2», которая предназначена для

автоматизации управления и учета на предприятиях различных отраслей, видов деятельности и типов финансирования, торговых и сервисных предприятий.

Данные мероприятия позволят повысить конкурентоспособность предприятия, увеличения прибыли, снижения себестоимости, увеличения рентабельности производства.



Михно А.А., Горло В.И.

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА РАСЧЕТОВ С РАЗНЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ, УЧРЕЖДЕНИЯМИ И ЛИЦАМИ В ОАО «БЕЖИЦКОЕ» БРЯНСКОГО РАЙОНА

Своевременное получение объективной учетной информации о деятельности предприятия и его внутрихозяйственных формирований может быть обеспечено только в условиях рациональной организации бухгалтерского учета. Рациональная организация учетного процесса должна разрабатываться и поддерживаться самостоятельно организацией, исходя из особенностей и принятой учетной политики.

Как и на каждом предприятии, в бухгалтерском учете ОАО «Бежицкое» имеются свои недостатки. Так, среди работников не разграничены четко их обязанности, то есть, отсутствует приказ о распределении должностных обязанностей работников бухгалтерии. Распределение обязанностей проводится главным бухгалтером по функциональному признаку, то есть за каждым отдельным работником закрепляется определенный участок.

Для устранения недостатков и удобства ведения бухгалтерского учета в ОАО «Бежицкое» необходимо усовершенствовать систему распределения должностных обязанностей. Для этого рекомендуется создать приказ о распределении должностных обязанностей работников бухгалтерии.

В части учета расчетов с подотчетными лицами в учетной политике предприятия необходимо отразить следующие элементы:

1. Утвердить следующий перечень первичных учетных документов, применяемых для оформления хозяйственных операций, по которым предусмотрены унифицированные формы первичных учетных документов:

- 1) авансовый отчет ф. № АО-1;
- 2) командировочное удостоверение ф. № Т-10;
- 3) приказ (распоряжение) о направлении работника в командировку ф. № Т-9;

- 4) служебное задание для направления в командировку ф. № Т-10а.

2. Утвердить следующие формы регистров бухгалтерского учета, применяемых для оформления хозяйственных операций:

- 1) журнал-ордер № 7-АПК;

- 2) главная книга.

3. Установить единые нормы командировочных расходов и расходов, связанных со служебными поездками работников.

В течение отчетного года нормы командировочных расходов могут быть изменены особым распоряжением руководителя предприятия.

Список лиц, имеющих право на получение денежных средств под отчет (для приобретения товарно-материальных ценностей для организации), утверждать приказом руководителя организации.

4. Установить, что денежные средства на хозяйственные нужды выдаются под отчет на срок 3-10 дней.

По окончании установленного срока работник должен в течение трех рабочих дней отчитаться о произведенных расходах или сдать излишние денежные средства в кассу предприятия.

Кроме того, следует предложить пересматривать учетную политику ежегодно, в связи с постоянно меняющейся нормативной базой и внедрением новшеств в сфере бухгалтерского учета.

В качестве дополнения к учетной политике хозяйству необходимо усовершенствовать график документооборота. Усовершенствованный график позволит выявить лишние операции, сократить срок движения документов, упростить обработку информации, устранить повторное прохождение документа через одно и то же подразделение.

Следует отметить, что для повышения оперативности учета расчетов с разными организациями, учреждениями и лицами необходимо его точное и последовательное отражение в бухгалтерских документах. Для этого необходимо утвердить формы и привести перечень первичных документов для целей ведения бухгалтерского учета, по которым не предусмотрены типовые формы, но которые используются в организации.

При направлении в командировку необходимо оформить служебное задание (форма № Т-10а). В задании указываются профессия (должность), место назначения, даты начала и окончания командировки, срок командировки, цель командировки. При указании целей командировки следует иметь в виду, что в соответствии с гл. 25 НК РФ на расходы в

целях налогообложения прибыли относятся расходы только на командировки, связанные с производственной необходимостью.

Подписанное руководителем структурного подразделения или уполномоченным лицом служебное задание передается в кадровую службу организации для издания приказа (распоряжения) о направлении в командировку.

Всех работников, которых предприятие отправляет в командировки, необходимо регистрировать в специальном журнале. Он утвержден приказом Минздравсоцразвития России от 11.09.2009 г. № 739н «Об утверждении Порядка и форм учета работников, выбывающих в служебные командировки из командирующей организации и прибывших в организацию, в которую они командированы».

Как правило, журнал выбытия ведет конкретный работник кадровой службы. Такого сотрудника назначает работодатель (или уполномоченное им лицо) своим приказом (распоряжением). Тот же работник должен отвечать и за внесение отметок в командировочные удостоверения (п. 5 Порядка учета работников, выбывающих в служебные командировки из командирующей организации и прибывших в организацию, в которую они командированы).

Требуют усовершенствования и регистры аналитического учета. Регистром для учета операций по расчетам с разными дебиторами и кредиторами служит журнал-ордер № 8, который сочетает в себе аналитический и синтетический учет данных операций на предприятии. Для более эффективного учета расчетов с разными дебиторами и кредиторами необходимо аналитический учет вести в специализированных ведомостях аналитического учета ф. № 38-АПК, ф. № 41-АПК, ф. № 53-АПК и др.

Следует обращать внимание на правильное заполнение реквизитов и всех необходимых данных. Отметим, что первичные и сводные документы в организации не всегда составляются в соответствии с установленными нормами, заполняются не все необходимые реквизиты, наблюдается неаккуратность в заполнении документов, допускаются арифметические ошибки. Все это затрудняет работу с ними не только внешних пользователей, но и самого бухгалтера. Рекомендуется более качественно заполнять сводную и первичную документацию: проставлять номера документов и корреспондирующие счета, проверять наличие подписей всех ответственных лиц, следить за недопущением арифметических ошибок. Таким образом, необходимо стабилизировать трудовую дисциплину на предприятии.

В бухгалтерском и налоговом учете важно, чтобы хозяйственные операции отражались своевременно и полно на соответствующих

синтетических счетах, строго применяемых в соответствии с Планом счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению.

В связи с этим, необходимо рекомендовать предприятию вести учет расчетов по возмещению материального ущерба на счете 73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям», а именно на субсчете 73/2 «Расчеты по возмещению материального ущерба».

Так как открытые в хозяйстве субсчета к счету 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» не раскрывают организацию аналитического учета, который ведется на предприятии, рекомендуем открыть субсчета в соответствии с типовым планом счетов.

В связи с тем, что предприятие использует при определении выручки метод «по отгрузке» оно имеет право создать резерв по сомнительным долгам. Для этого в рабочем плане счетов необходимо предусмотреть открытие счета 63 «Резерв по сомнительным долгам». Этот счет по отношению к балансу является пассивным и размещается в разделе 3 пассива баланса.

По кредиту счета 63 отражают создание резервов, по дебету – их использование, списание. Резерв по сомнительным долгам создается за счет прочих долгов, т.е. путем отнесения зарезервированных сумм на дебет счета 91 «Прочие доходы и расходы».

Резерв создается на основе результатов проведенной инвентаризации дебиторской задолженности. Величина резерва определяется отдельно по каждому сомнительному долгу в зависимости от платежеспособности должника и вероятности погашения долга в нормальные сроки. На сумму создаваемого резерва делается запись: Дт 91 Кт 63.

Создание резерва по счету 63 для предприятия важно с точки зрения образования фонда риска от непредвиденных случайностей в расчетных взаимоотношениях.

В целях дальнейшего совершенствования бухгалтерского учета необходимо внедрение прогрессивных форм и методов учетных работ, а именно, следует полностью ликвидировать старые формы регистров и полностью перейти на автоматизацию ведения бухгалтерского учета.

Современный информационный мир постоянно меняется, появилась более прогрессивная версия программы «1С: Предприятие 8.2». Отметим некоторые преимущества новой версии:

- реализована возможность ведения учета нескольких организаций в единой информационной базе. Организации могут использовать общие списки товаров, статей затрат, контрагентов и т.д. При этом каждая организация может вести учет по общей или упрощенной системе налогообложения в рамках одной и той же информационной базы;

- за счет введения отдельного плана счетов налогового учета упрощена сопоставимость данных бухгалтерского и налогового учета, что важно для обеспечения требований ПБУ 18/02 «Расчеты по налогу на прибыль»;

- расширены возможности настройки типовых операций - средства группового ввода часто используемых бухгалтерских проводок. Этот простой, но эффективный инструмент автоматизации теперь может легко и быстро настраиваться пользователем.

Рекомендуемые предложения вполне реальны для ОАО «Бежицкое» и могут быть использованы в практической деятельности предприятия. Устранение выявленных недостатков и применение в практике предложенных мероприятий по совершенствованию учета позволяют правильно организовать учет.



Афанасова М.А., Шаламова Н.А.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ РАСЧЕТОВ ПО НАЛОГАМ И СБОРАМ В ОАО «ТРУБЧЕВСКХЛЕБ» Г. ТРУБЧЕВСКА

Проверка налоговой отчетности является фактором повышения достоверности всей финансовой отчетности организации. Проведение аудита расчетов с бюджетом по налогам и сборам позволяет оценить правильность исчисления и уплаты налогов, минимизировать налоговые риски и возможные санкции за нарушение налогового законодательства, а также получить необходимую информацию для оптимизации налогообложения.

Следовательно, область учета и контроля расчетов с бюджетом по налогам и сборам является актуальной в настоящее время и должна быть в центре внимания каждого бухгалтера.

В качестве объекта исследования было выбрано открытое акционерное общество «Трубчевскхлеб» города Трубчевска.

Основными видами деятельности ОАО «Трубчевскхлеб» являются:

- производство хлебобулочных, кондитерских изделий;
- фирменная торговля;
- осуществление внешнеэкономической деятельности.

Рассматривая основные экономические показатели деятельности организации можно сделать вывод, что деятельность предприятия ОАО «Трубчевскхлеб» осуществляется достаточно эффективно; условия, в которых осуществляет свою деятельность предприятие благо-

приятные, а показатели его работы находятся на достаточном уровне по отношению к современным экономическим условиям.

В 2012 г. наблюдалось увеличение выручки от продажи товаров, продукции, работ, услуг по сравнению с 2010 г. на 37,1 % и было выпущено 1909 т хлебобулочных изделий, в т.ч. хлеб ржано-пшеничный – 1320,4 т, булочные и кондитерские изделия – 588,6 т.

На ОАО «Трубчевскхлеб» как на юридическое лицо возложена обязанность по уплате налогов в бюджетную систему РФ.

Анализируемое предприятие применяет два режима налогообложения, такие как: специальный налоговый режим – по розничной торговле и общий режим налогообложения – для оптовой торговли.

Общая сумма налогов, уплачиваемых в 2012 г., увеличилась на 21,0% по сравнению с 2010 г. и на 5,0% по сравнению с 2011 г. Такие изменения связаны с увеличением сумм практически всех уплачиваемых организацией налогов в 2012 г. по сравнению с предыдущими годами, за исключением налога на прибыль организации – уменьшился почти на 70%.

В структуре уплачиваемых налогов наибольший удельный вес в 2012 г. занимает налог на добавленную стоимость, он составил 68,7%, а наименьший – земельный и водный налоги (около 0,1%).

В целом можно сделать вывод, что деятельность предприятия ОАО «Трубчевскхлеб» осуществляется достаточно эффективно; условия, в которых осуществляет свою деятельность предприятие благоприятные, а показатели его работы находятся на достаточном уровне по отношению к современным экономическим условиям.

Величина налоговой нагрузки в 2012 г. по сравнению с 2010 г. сократилась на 11,6%.

В ОАО «Трубчевскхлеб» для ведения бухгалтерского учета применяется журнально-ордерная форма учета с частичной автоматизацией.

Учет расчетов с бюджетом по налогам и сборам на предприятии ведут на пассивном счете 68 «Расчеты по налогам и сборам». Предприятие ведет бухгалтерский учет согласно методике, утвержденной законодательством РФ.

В результате проведения внутреннего контроля и аудита расчетов с бюджетом по налогам и сборам анализируемого предприятия был выявлен ряд недостатков и нарушений. Так были обнаружены существенные нарушения в определении налогооблагаемой базы по НДС. Также существенными нарушениями является неправильное отнесение выплат, вознаграждений и страховых взносов персонала организации при расчете суммы единого налога на вмененный доход, а также неточное заполнение налоговых деклараций по уплачиваемым налогам.

Состав и структура уплачиваемых налогов ОАО «Грубчевскхлеб»

Виды налогов	2010 г.		2011 г.		2012 г.		2012 г. в % к	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	2010 г.	2011 г.
Транспортный налог	28,5	0,4	30,5	0,4	37,1	0,5	130,1	121,8
Налог на прибыль	556,9	8,8	600,2	8,2	168,1	2,2	30,2	28,0
НДФЛ	1280,2	20,1	1666,8	22,7	1879,8	24,4	146,8	112,8
Налог на имущество	137,5	2,2	159,3	2,2	174,9	2,3	127,3	109,8
Земельный налог	4,5	0,1	4,5	0,1	4,5	0,1	99,9	99,9
ЕНВД	69,0	1,1	96,1	1,3	131,1	1,7	190,0	136,4
Водный налог	2,8	0,1	2,9	0,1	3,1	0,1	110,7	106,9
НДС	4277,3	67,1	4765,4	65,0	5293,1	68,7	123,7	111,1
Всего	6356,7	100	7322,8	100	7688,7	100	121,0	105,0

Для устранения этих нарушений были произведены соответствующие расчеты и правильно определены суммы налога, подлежащей уплате.

Анализ сложившейся ситуации свидетельствует о том, что надо заниматься реформированием финансового учета и контрольно-ревизионных работ ОАО «Грубчевскхлеб».

В целях предложения нами было усовершенствовано:

1. Учетная политика в целях бухгалтерского учета и разработана учетная политика в целях налогового учета.

2. Внесены дополнения в рабочий план счетов, в частности к счету 19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям» и к счету 68 «Расчеты по налогам и сборам» открыты соответствующие субсчета.

3. Разработан график документооборота, Положение о бухгалтерии и должностные инструкции работников бухгалтерии.

В целях совершенствования нами предлагается:

1. Проводить четкий инструктаж работников, ответственных за заполнения данных документов.

2. Автоматизировать документооборот в Обществе, при помощи Программного продукта «1С: Документооборот 8».

3. Внедрить полную автоматизацию учета с применением программного продукта 1С: Предприятие 8.0. (экономический эффект – 367166 руб.)

4. Осуществлять контроль всех областей учета, в том числе и учета расчетов по налогам и сборам.

5. Ужесточить контроль за деятельностью ревизионной и инвентаризационной комиссий.

Применение указанных предложений в работе ОАО «Грубчевскхлеб» позволит:

- упорядочить работу сотрудников с документами;
- исключить возможность утери версий или пересечения фрагментов при одновременной работе;
- сократить время поиска нужной информации и суммарное время коллективной обработки документов;
- повысить качество готового материала (проектов, документации и пр.) за счет решения большого количества спорных вопросов и упорядочивания работы пользователей.

Таким образом, организация должна, используя накопленный опыт, переориентировать сложившуюся практику организации учета в соответствии с нормативной базой.



Касачева Я.М., Шаламова Н.А.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В ТНВ «СЫР СТАРОДУБСКИЙ» СТАРОДУБСКОГО РАЙОНА

Основные средства играют огромную роль в процессе труда, они в своей совокупности образуют производственно-техническую базу и определяют производственную мощь предприятия.

ТНВ «Сыр Стародубский» крупный производитель в России сыров, сливочного масла, цельномолочной продукции в Центральном регионе. Ориентируясь на своего потребителя, постоянно расширяет ассортимент, модернизирует оборудование, повышая эффективность деятельности и ценность предприятия. Философия бизнеса ТНВ «Сыр Стародубский»: выпуск натуральных продуктов высокого качества и реализация их по доступным ценам.

Бухгалтерский учет основных средств в ТнВ «Сыр Стародубский» осуществляется на счете 01 «Основные средства». Этот счет по отношению к балансу является активным. По дебету счета 01 отражают: поступление основных средств, зачисленных на баланс предприятия; суммы расходов, связанные с улучшением объекта, а по кредиту – выбытие основных средств.

В структуре основных средств в ТнВ «Сыр Стародубский» наибольший удельный вес в 2012 г. занимают машины и оборудования (80%), что определяется специализацией данного предприятия и является свидетельством технической оснащенности.

В структуре активная часть основных средств – 94,7% значительно превышает ее пассивную часть, составляющую лишь 5,3%, что положительно характеризует наличие основных фондов.

Имущественное положение предприятия может быть охарактеризовано их техническим состоянием. Выполненные расчеты свидетельствуют об удовлетворительном состоянии основных средств в ТнВ «Сыр Стародубский». Так коэффициент годности на конец 2012 года составил 55%, следовательно, коэффициент износа - 45%.

Об ухудшении технического состояния основных средств на данном предприятии говорят и другие рассчитанные коэффициенты, которые значительно сократились. Это свидетельствует о замедлении обновления основных средств в ТнВ «Сыр Стародубский», которое необходимо предприятию за их изношенности более совершенным и производительным имуществом, что будет способствовать росту производительности труда на предприятии. Но, тем не менее, все поступившее за анализируемый период оборудование является новым, то есть предприятие идет в ногу со временем.

Выполненные расчеты свидетельствуют о снижении фондоотдачи, и возрастания фондоемкости, что означает об ухудшении использования основных средств. В 2010 г. наблюдается на предприятии самая высокая фондорентабельность, то есть на каждые 100 руб. основного капитала было получено 46,97 руб. прибыли. Но в 2012 г. данный показатель в анализируемом предприятии претерпел значительные изменения, и уже каждые 100 руб. основного капитала было получено 16,81 руб. прибыли, что почти в 3 раза меньше по сравнению с 2010 г. В ТнВ «Сыр Стародубский» в 2011 г. наблюдается экономия использования основных средств, а в 2012 г. наоборот – перерасход.

Необходимо отметить, что качество учета во многом зависит от правильной организации учета в целом. Несмотря на то, что в ТнВ «Сыр Стародубский» организация учета находится на достаточно высоком уровне, все же необходимо сделать ряд предложений, которые будут способствовать ее улучшению.

Недостатком организации бухгалтерского учета в ТнВ «Сыр Стародубский» является отсутствие Положения о бухгалтерии. Оно представляет собой локальный нормативный акт, определяющий порядок образования, права, обязанности и организация бухгалтерской службы, права и обязанности работников.

Необходимо решить вопрос распределения обязанностей работников бухгалтерии ТнВ «Сыр Стародубский» таким образом, чтобы была обеспечена взаимозаменяемость работников в случае болезни, отпусков и т.п.

Что же касается учета основных средств в ТнВ «Сыр Стародубский», то нельзя не отметить, что первичный учет на предприятии ведется на довольно высоком уровне. Документация заполняется своевременно, полно и с использованием типовых унифицированных форм документов.

Аналитический учет на предприятии ведется традиционными методами. Однако рекомендуется открытие карточек не на каждый объект основных средств, а на их комплекс, особенно если этот комплекс амортизируется по единой норме. Это особенно важно в связи с переводом ряда малоценных и быстроизнашивающихся предметов в состав основных средств.

Важное организующее значение в бухгалтерском учете имеет план счетов. В настоящее время ТнВ «Сыр Стародубский» используется рабочий план счетов, разработанный на основании плана счетов программы «1С: Предприятие». В связи с тем, что с 2013 г. движимые объекты невольно придется делить на две категории: одни будут включаться в расчет налога на имущество, другие – нет, то для этого советуем создать на счете 01 отдельные субсчета.

Все движимые активы, принятые на учет до 2013 г., нужно будет собрать на одном счете, а новые – на втором. Следовательно, возникает необходимость открытия к счету 01 «Основные средства» следующие субсчетов:

01/7 - «Движимые объекты принятые к учету до 2013 г.»;

01/8 - «Движимые объекты принятые к учету с 2013 г.».

Аналогичные субсчета с 2013 г. стоит завести и на счете 08 «Вложения во внеоборотные активы».

По оборудованию, которое используется круглосуточно, можно предложить начислять амортизацию способом уменьшаемого остатка. При этом способе начисляется ускоренная амортизация. Годовая сумма амортизационных отчислений при этом способе определяется исходя из остаточной стоимости объекта основных средств на начало отчетного года и нормы амортизации, исчисленной исходя из срока по-

лезного использования этого объекта и коэффициента не выше 2, установленного предприятием. Это добавляет привлекательности данному способу амортизации с точки зрения снижения налога на имущество.

Внутренний контроль в ТнВ «Сыр Стародубский» включает в себя лишь проведение инвентаризации.

Для того чтобы инвентаризационные проверки проводилась в срок, предлагаем разработать график проведения инвентаризаций. Разработка данного графика позволит проводить инвентаризации в соответствии с утвержденным на предприятии графиком, а также правильно и достоверно отражать и оформлять итоги с учетом и в соответствии с выявленными результатами.

Для оценки системы поступления и выбытия основных средств в ТнВ «Сыр Стародубский» предлагается разработать программу проведения контроля по движению основных средств, так как это поможет своевременно и качественно проводить проверку ведения бухгалтерского учета.

При применении вышеперечисленных рекомендаций возможно улучшение бухгалтерского учета и эффективности использования основных средств в ТнВ «Сыр Стародубский» и будет способствовать более точной, достоверной и полной информации.



Сныткина Ю.М., Прохорова Н.Н.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ АМОРТИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В ОАО «АГРОГОРОДОК «СЕЛЬЦОВСКИЙ» ДЯТЬКОВСКОГО РАЙОНА

Основные средства, в отличие от оборотных средств, находятся в замедленном кругообороте, длительное время участвуя в производственной, коммерческой или иной деятельности предприятия. В процессе кругооборота основные средства, сохраняя свою первоначальную вещественную форму, постепенно изнашиваются, частями перенося свою стоимость на затраты производства и расходы на продажу. Для замены износившихся основных средств организация должна накапливать определенные средства, то есть суммы износа основных средства должны возмещаться из выручки. Эти суммы получили название амортизационных отчислений, т.е. амортизация есть постепенное перенесение стоимости основных средств в процессе их эксплуатации на стоимость готовой продукции, работ и услуг. Амортизационные отчисления

– денежное выражение размера амортизации основных средств включаемого в себестоимость продукции, работ и услуг.

Не подлежат амортизации объекты основных средств, потребительские свойства которых с течением времени не изменяются (земельные участки и объекты природопользования).

Начисление амортизации объектов основных средств производится одним из следующих способов: линейный способ; способ уменьшаемого остатка; способ списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования; способ списания стоимости пропорционально объему продукции (работ).

В ОАО «Агрогородок «Сельцовский» применяется линейный метод начисления амортизации, способы ускоренной амортизации не применяются. В хозяйстве применяются нормы амортизационных отчислений, утвержденным Постановлением Правительства РФ от 01.01.2002 г. № 1 «О классификации основных средств, включаемых в амортизационные группы». Согласно этой классификации основные средства включаются в амортизационные группы, каждой из которой служит свой срок полезного использования: I – от 1 года до 2 лет включительно; II – свыше 2 лет до 3 лет включительно; III – свыше 3 лет до 5 лет включительно; IV – свыше 5 лет до 7 лет включительно; V – свыше 7 лет до 10 лет включительно; VI – свыше 10 лет до 15 включительно; VII – свыше 15 до 20 лет включительно; VIII – свыше 20 лет до 25 лет включительно; IX – свыше 25 лет до 30 лет включительно; X – свыше 30 лет. Причем в настоящее время такая классификация применяется не только для целей бухгалтерского, но и налогового учета.

Согласно ПБУ 6/01 «Учет основных средств» активы стоимостью не более 40 000 руб. (с 1.01.2011г.), а также приобретенные книги, брошюры и т.п. издания разрешается списывать на затраты производства по мере отпуска их в производство или эксплуатацию или просто относить к материально-производственным активам.

Согласно Учетной политике ОАО «Агрогородок «Сельцовский» по объектам основных средств стоимостью до 40000 руб. включительно амортизация начисляется в размере 100% балансовой стоимости при выдаче объекта в эксплуатацию. На объекты, стоимостью свыше 40000 руб. амортизация начисляется в соответствии с рассчитанными в установленном порядке нормами (линейным способом).

В течение отчетного года амортизационные отчисления по объектам основных средств начисляются ежемесячно в размере 1/12 годовой суммы.

Срок полезного использования объекта основных средств определяется организацией при принятии объекта к бухгалтерскому учету.

Начисление амортизационных отчислений по объекту основных средств начинается с первого числа месяца, следующего за месяцем принятия этого объекта к бухгалтерскому учету, и производится до полного погашения стоимости этого объекта либо списания этого объекта с бухгалтерского учета.

Начисление амортизационных отчислений по объекту основных средств прекращается с первого числа месяца, следующего за месяцем полного погашения стоимости этого объекта либо списания этого объекта с бухгалтерского учета.

В ОАО «Агрогородок «Сельцовский» амортизация по основным средствам начисляется ежемесячно в Расчете амортизации основных средств. В этом документе по каждому наименованию основных средств указывают дату ввода в эксплуатацию, статью затрат, балансовую стоимость, сумму начисленной амортизации на начало месяца, сумму начисленной амортизации за отчетный месяц и остаточную стоимость объекта. В конце документа подсчитывают итоговые суммы по данным бухгалтерского и налогового учета.

В конце месяца с помощью программы «1С: Предприятие 7.7» формируется Отчет по основным средствам по документу: Начисление амортизации и погашение стоимости». В нем в разрезе групп и наименований основных средств приводят информацию о балансовой стоимости, сумме амортизации, остаточной стоимости до и после проведения документа, суммы амортизации при проведении документа.

Не подлежат амортизации также объекты основных средств, потребительские свойства которых с течением времени не изменяются (земельные участки и объекты природопользования). Сумма амортизации по полностью амортизированным основным средствам также не начисляется.

Суммы начисленной амортизации по объектам основных средств отражаются в бухгалтерском учете путем накопления соответствующих сумм на отдельном пассивном счете 02 «Амортизация основных средств». Этот счет предназначен для обобщения информации об амортизации, накопленной за время эксплуатации объектов основных средств. Счет 02 пассивный. Начисленные суммы амортизации отражаются по кредиту счета, а по дебету счета показывают списание начисленной суммы амортизации за время эксплуатации основных средств при их выбытии

Аналитический учет по счету 02 «Амортизация основных средств» ведут по видам, группам и отдельным инвентарным объектам основных средств. Кроме представленных в прил. 24 и 25 документов в конце месяца формируется оборотно-сальдовая ведомость по счету

02, в которой по каждому объекту основных средств приводят информацию о начальном и конечном сальдо, оборотах за период.

Синтетический учет по счету 02 в хозяйстве ведется в Анализе счета 02. В нем в разрезе корреспондирующих счетов указываются суммы по дебету и кредиту счета 02, начальное и конечное сальдо по счету 02.

Хозяйственные операции по учету амортизации основных средств за июнь 2012 г. в ОАО «Агрогородок «Сельцовский»

Содержание хозяйственных операций	Сумма, руб.	Дт	Кт
Начислена амортизация по объектам основных средств, используемым в основном производстве	131908	20	02
Начислена амортизация по объектам основных средств, используемым во вспомогательных производствах	156823	23	02
Начислена амортизация по объектам основных средств общепроизводственного назначения	67656	25	02
Начислена амортизация по объектам основных средств общехозяйственного назначения	4329	26	02

Итоговые данные из Анализа счета 02 за месяц после сверки с другими регистрами в разрезе корреспондирующих счетов переносят сразу в Главную книгу.

Регистры аналитического и синтетического учета амортизации основных средств в ОАО «Агрогородок «Сельцовский» ведется автоматизировано с использованием компьютерной программы 1С: Предприятие 7.7.

В результате изучения бухгалтерского учета амортизации основных средств ОАО «Агрогородок «Сельцовский» следует отметить, что бухгалтерский учет ведется на должном уровне.



БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ МАТЕРИАЛОВ В ОАО «КРАСНОГОРСКИЙ СЫРЗАВОД»

Учет материалов в настоящее время является актуальной темой, так как они составляют значительную часть стоимости имущества предприятия, а затраты материальных ресурсов в некоторых отраслях доходят до 90% и более в себестоимости продукции. Также материалы (сырье, топливо и другие), являясь предметами труда, обеспечивают вместе со средствами труда и рабочей силой производственный процесс предприятия, в котором они используются однократно.

Эффективность деятельности предприятия во многом зависит от правильного определения потребности в материалах. Оптимальная обеспеченность материалами ведет к минимизации затрат, улучшению финансовых результатов, к ритмичности и слаженности работы предприятия.

ОАО «Красногорский сырзавод» является основным промышленным предприятием в районе, и относится к средним предприятиям и занимается выработкой и реализацией цельномолочной продукции.

Уменьшение основных показателей говорит о сокращении объемов производства – стоимость основных средств уменьшилась на 21,9% в 2012 г. по сравнению с 2010 г., и на 11,9% по сравнению с 2011 г., стоимость запасов уменьшилась на 65% по сравнению с 2010 г., и на 28,9% - с 2011 г. Это обусловлено сокращением объемов выпускаемой продукции. Выручка в 2012 г. по сравнению с 2010 г. уменьшилась на 87,8%, на 52,4% - 2011 г.

Убыток предприятия в 2012 г. увеличился по сравнению с 2010 г. на 340,8%, и уменьшился на 39,1% по сравнению с 2011 г.

Кредиторская задолженность за период с 2010 по 2012 гг. увеличилась на 43735 тыс. руб. или на 48%.

Обратимся к структуре самой бухгалтерии ОАО «Красногорский сырзавод». Главный бухгалтер распределяет служебные обязанности в бухгалтерии по функциональному признаку, то есть за каждой группой работников или за отдельными работниками закрепляется отдельный участок работы.

На предприятии используется автоматизированная журнально-ордерная форма бухгалтерского учета с применением программы 1С: «Предприятие» (версия 8.0). С обязательным дублированием на бумажных носителях. Хозяйственные операции оформляются первичными учетными документами унифицированных форм первичной учетной документации. Документы, формы которых не предусмотрены в

альбомах унифицированных форм, разрабатываются предприятием самостоятельно. Применение компьютерной программы облегчает деятельность бухгалтерии, сокращает время работы с документами, составлением отчетности, получением необходимой информации из данных бухгалтерского учета.

Движение документов по учету материалов происходит следующим образом. Первичные документы по поступлению материалов являются основой организации материального учета. Именно по первичным документам осуществляется предварительный, текущий и последующий контроль за движением, сохранностью и использованием материальных запасов. Полученные первичные документы подвергаются в бухгалтерии контролю по существу операций и правильности их оформления. Именно на этой стадии бухгалтерия осуществляет действенный контроль законностью, целесообразностью и правильностью оформления операций, связанных с движением материалов.

Организация бухгалтерского учета материалов в ОАО «Красногорский сырзавод» находится на достаточно высоком уровне. Однако существует ряд недостатков, которые требуют устранения. На предприятии отсутствуют отдельные элементы организации бухгалтерского учета, от которых зависит степень его организации: положение о бухгалтерии, график документооборота, график проведения инвентаризации, учетная политика требует совершенствования.

Материалы представляют собой одну из составных частей имущества хозяйствующего субъекта, необходимую для нормального осуществления и расширения его деятельности. Разработаны и усовершенствованы участки учета необходимые для правильной и эффективной работы организации.

Материалы обслуживают сферу производства и являются его материальной основой. Они необходимы для обеспечения процесса производства продукции, образования стоимости.

В процессе выполнения работы рассмотрена организация учета, движения товарно-материальных ценностей на предприятии и аудита наличия и движения товарно-материальных ценностей в ОАО «Красногорский сырзавод», а также теоретические основы материалов. ОАО «Красногорский сырзавод» специализируется на изготовлении молочной продукции. В ассортименте предприятия более 10 наименований молочной продукции.

Для рационального учета товарно-материальных ценностей предлагается следующее.

1. Регулярно повышать квалификацию бухгалтеров, проводить учебу для специалистов организации.

2. Усилить систему внутрихозяйственного контроля.
 3. Исправить обнаруженные недостатки в оформлении первичных документов.
 4. Следить за тщательным и своевременным проведением инвентаризаций, контрольных и выборочных проверок, которые имеют важное значение в сохранности материалов.
 5. Необходимо осуществить постоянный контроль за выполнением договорных обязательств;
 6. Для совершенствования документооборота и порядка учета расчетов с поставщиками рекомендуется отражать в учете полученные товарно-материальные ценности в день их фактического поступления на склад.
 7. При отсутствии счетов-фактур от поставщиков товарно-материальные ценности следует учитывать по ценам, предусмотренным соответствующими хозяйственными договорами с поставщиками (протоколами согласования цен и пр.).
 8. Перед составлением годового отчета проводить инвентаризацию материалов, числящихся на ответственном хранении.
- При применении вышеперечисленных рекомендаций возможно улучшение бухгалтерского учета и аудита в ОАО «Красногорский сырзавод» Красногорского района и будет способствовать более точной, достоверной и полной информации.



Рыкова В.В., Прохорова Н.Н.

ОСОБЕННОСТИ КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА В ОАО «УЧХОЗ «КОКИНО» ВЫГОНИЧСКОГО РАЙОНА

Текущий учет затрат на производство продукции молочного скотоводства в ОАО «Учхоз «Кокино» завершается исчислением фактической себестоимости продукции, которая определяется исключительно на основании проведенных данных текущего бухгалтерского учета.

Под калькулированием себестоимости нередко понимают только исчисление фактической себестоимости единицы произведенной продукции. В действительности этот процесс гораздо шире и включает работы по исчислению себестоимости (по молочному скотоводству):

- продукции растениеводства, используемой в качестве кор-

мов, работ и услуг вспомогательных производств, оказанных молочному скотоводству;

- всего выпуска продукции молочного скотоводства;
- выпуска по видам готовой продукции, реализуемой на сторону;
- единицы вида готовой продукции, реализуемых на сторону, выполненных работ и оказанных услуг, оказанных молочному скотоводству.

Исчисление себестоимости единицы продукции представляет собой завершающую стадию процесса калькулирования. Важность этого этапа предопределяется тем, что на основании данных о фактической себестоимости продукции оценивается выполнение принятого предприятием задания (плана) по себестоимости, анализируются причины отклонений от этих заданий (планов), выявляются возможности дальнейшего успеха в деятельности предприятия. Кроме того, данные о фактической себестоимости продукции используются при планировании себестоимости и при определении продажной цены (в условиях конкурентной борьбы это один из важнейших элементов). Поэтому к калькулированию себестоимости предъявляются высокие требования.

В результате выращивания коров молочного стада получают как основную продукцию (молоко, приплод), так и побочную (навоз). Объектами калькуляции является молоко и приплод, калькуляционной единицей соответственно – 1 ц и 1 голова. В течение отчетного года основная продукция приходится в оценке по плановой себестоимости. Побочная продукция (навоз) в ОАО «Учхоз «Кокино» приходится только в конце года в сумме нормативных затрат на его уборку в конкретных условиях и стоимости подстилки.

В конце года производится исчисления фактической себестоимости основной продукции и корректировка плановой себестоимости до фактической. Рассмотрим порядок определения фактической себестоимости продукции молочного скотоводства в анализируемом предприятии.

Перед определением фактической себестоимости продукции молочного скотоводства на счет 20/2 списывают калькуляционные разницы с ранее закрытых счетов. Для этого в ОАО «Учхоз «Кокино» составляют группировочную ведомость под названием «Закрытие счетов за год», на основании которой на счет 20/2 были списаны:

Дт 20/2 Кт 23 – 598398,32 руб. – калькуляционная разница по вспомогательным производствам.

Дт 20/2 Кт 24 – 685572,23 руб. – калькуляционная разница по машинно-тракторному парку.

Дт 20/2 Кт 20/3 – 486163,06 руб. – калькуляционная разница по промышленным производствам.

Дт 20/2 Кт 20/1 – 724052,47 руб. – калькуляционная разница по растениеводству методом красно сторно.

Общая сумма фактических затрат по молочному стаду за 2012 год с учетом калькуляционных разниц, списанных с ранее закрытых счетов, составила 29457529,93 руб., об этом свидетельствует составленный в произвольной форме документ на расчет фактической себестоимости произведенной продукции.

Определяем калькулируемые затраты, относимые на основную продукцию. Для этого из общей суммы фактических затрат вычитаем стоимость побочной продукции (навоза):

$$29457529,93 - 234600 = 29222929,93 \text{ руб.}$$

Затем калькулируемые затраты распределяем между основной продукцией следующим образом: 90% – на молоко, 10% – на приплод.

$29222929,93 \cdot 0,9 = 26300637,00$ руб. – затраты, относимые на молоко;

$29222929,93 \cdot 0,1 = 2922292,93$ руб. – затраты, относимые на приплод.

Чтобы определить фактическую себестоимость единицы основной продукции нужно затраты, относимые на соответствующую продукцию, разделить на количество оприходованной продукции.

Фактическая себестоимость 1 ц молока = 1340,71 руб.

Фактическая себестоимость 1 головы приплода – 6908,49 руб.

Закрытие счетов учета затрат молочного скотоводства производится на основании калькуляции фактической себестоимости. Рассмотрим порядок закрытия счета 20/2 «Животноводство» аналитического счета «Молочное стадо КРС» в ОАО «Учхоз «Кокино». К моменту закрытия счета 20/2 «Животноводство» в декабре 2012 г. в производственном отчете продукции животноводства отражена следующая информация по дебету и по кредиту счета:

Дебет	20/2	Кредит
$C_1 = 0$		
Фактические затраты =		Молоко = 21595371 руб.
20497645,19 руб.		Приплод = 8232660,0 руб.
Калькуляционные разницы –		
всего = 8959884,74		Навоз = 234600,0 руб.
		Всего = 30062631,00 руб.
		Калькуляционная разница =
		<u>605101,07 руб.</u>
Об = 29457529,93		Об = 29457529,93
$C_2 = 0$		

Сопоставляя данные дебетового оборота и кредитового, получаем разницу между фактическими затратами и плановой себестоимостью – 605101,07 руб.

Отклонение фактической себестоимости полученной продукции от плановой в анализируемом хозяйстве списывают в зависимости от каналов использования продукции следующим образом:

Дт 20/2 Кт 20/2 – 645532,94 руб. – списана калькуляционная разница по молоку, использованному на корм молодняку КРС, методом «красно сторно».

Дт 90/2 Кт 20/2 – 4059733,06 руб. – списана калькуляционная разница по молоку, отпущенному в реализацию методом «красно сторно».

Дт 11 Кт 20/2 – 5310367,07 – списана калькуляционная разница по приплоду методом дополнительной записи.

В итоге на конец года аналитический счет 20/2 «Молочное стадо КРС» закрывается, и сальдо не имеет.

Таким образом, методика расчета фактической себестоимости продукции молочного скотоводства в ОАО «Учхоз «Кокино» Выгоничского района соответствует требованиям Методических рекомендаций по учету затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции в сельскохозяйственных организациях и других нормативных актов.

Устранение выявленных недостатков и применение в практике предложенных мероприятий по калькулированию себестоимости продукции молочного скотоводства позволят правильно и точно осуществлять калькуляцию себестоимости молока и приплода в ОАО «Учхоз «Кокино».



Кульбакова В.Г., Шаламова Н.А.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ ПРОДАЖ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ В СПК «СЕВЕРНОЕ» ВЫГОНИЧСКОГО РАЙОНА

Цикл выпуска и продажи готовой продукции является основным направлением деятельности любого предприятия. В этом цикле формируются значимые показатели: выручка от продажи, себестоимость проданной продукции и прибыль (убыток) от реализации. Они отражают эффективность основной деятельности хозяйствующего субъекта, спо-

способность его к расширению производственного ассортимента, удовлетворению социальных и материальных потребностей коллектива, выполнению обязательств перед бюджетом и другими организациями.

Верно учтенные объемы реализации продукции, своевременный и достоверный учет отгрузки и оплаты продукции – это основа правильно сформированной выручки, а значит и правильно рассчитанных налогов.

Аудиторская проверка продаж готовой продукции позволяет выявить ошибки, которые могут иметь место при организации бухгалтерского учета операций по реализации готовой продукции, а так же позволяет выявить искажения, которые могут возникать при составлении бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Именно поэтому учет и аудит продаж готовой продукции - актуальные и наиболее важные вопросы в хозяйственной деятельности любого предприятия.

СПК «Северное» является специализированным предприятием, с мясо-молочной специализацией с вспомогательной отраслью – производство зерновых и зернобобовых культур.

Размер производства за анализируемый период был нестабильный. Объем производства валовой продукции рос до 2011 г., а в 2012 г. сократился на 22,7% по сравнению с предыдущим годом.

Организация бухгалтерского учета в хозяйстве основывается на применении журнально-ордерной формы учета. В целом организация бухгалтерского учета в хозяйстве находится на низком уровне. Основные недостатки: отсутствует учетная политика, график документооборота в части учета продаж готовой продукции, должностная инструкция бухгалтера по учету продаж готовой продукции, положение о бухгалтерии.

Продажа готовой продукции в СПК «Северное» осуществляется на договорной основе. Хозяйство использует несколько каналов продаж, для которых применяются различные цены. Так, государству продажа продукции осуществляется по закупочным ценам, сторонним организациям по договорным, а своим работникам – по ценам, установленным распоряжением руководителя хозяйства.

Больше всего готовой продукции СПК «Северное» реализует сторонним организациям (78%).

Основными первичными документами по продаже готовой продукции являются товарно-транспортные накладные, накладные, приходные кассовые ордера, платежные поручения.

Первичный учет продажи готовой продукции оформляется документами соответствующих форм. Однако при заполнении документов

допускается ряд нарушений: заполнение бланков неаккуратно, нарушается порядок исправления ошибочных записей, в некоторых случаях отсутствует часть реквизитов, в том числе подписи должностных лиц.

Синтетический и аналитический учет продажи продукции в анализируемом хозяйстве ведется на счете 90 «Продажи». Данный счет является сопоставляющим, по дебету отражается полная (коммерческая) себестоимость проданных продукции, работ и услуг, по кредиту – выручка от их реализации. Аналитический учет продажи готовой продукции в СПК «Северное» ведется в ведомости учета реализации продукции, работ и услуг сельскохозяйственных предприятий (форма № 62-АПК), а синтетический учет – в журнале-ордере № 11-АПК.

Расходы, связанные с продажей готовой продукции, учитываются сразу на счете 90, без использования счета 44 «Расходы на продажу».

Определение финансового результата от продаж осуществляется в хозяйстве только в конце отчетного года путем сопоставления дебетовых и кредитовых оборотов.

Промежуточный финансовый результат определяется лишь условно при составлении бухгалтерской отчетности без отражения его на счетах бухгалтерского учета.

Выведение финансовых результатов от реализации готовой продукции

Наименование продукции	Полная себестоимость, тыс.руб. Дт	Выручка, тыс.руб. Кт	Финансовый результат, тыс.руб.	Корреспонденция счетов	
				Дт	Кт
Убыточная продукция растениеводства					
Рожь	61	43	(18)	99	90
Прочие зерновые и зернобобовые	78	75	(3)	99	90
Итого	139	118	(21)	99	90
Убыточная продукция животноводства					
Молоко	3603	1830	(1773)	99	90
Мясо КРС	477	270	(207)	99	90
Итого	4080	2100	(1980)	99	90
Всего	4219	2218	(2001)	99	90

По результатам проведенного анализа можно сделать вывод о том, что вся продукция, реализованная в хозяйстве, является убыточной.

Изучив состояние учета и аудита продаж готовой продукции, выявив недостатки и отклонения по этому вопросу, предлагаются следующие пути их устранения и совершенствования:

1. Разработать проект учетной политики для целей бухгалтерского учета, который представляет собой технику группировки и итоговое обобщение фактов хозяйственной деятельности.

2. Применить разработанный график документооборота в части учета продаж готовой продукции – это сократит время обработки документов и повысит ответственности лиц, оформляющих документы.

3. Разработать должностную инструкцию бухгалтера по учету продаж готовой продукции, что позволит определить функциональные обязанности, права и ответственность бухгалтера по данному участку учета.

4. Усовершенствовать план счетов, это повысит аналитичность и достоверность учета.

5. Для удобства аналитического учета применять Реестр документов по реализации готовой продукции» (форма № 63-АПК), который предназначен для накопления и систематизации данных о реализации продукции покупателям и другим организациям.

6. Следить за тем, чтобы в первичной документации заполнялись все необходимые реквизиты.

7. В случае выявления фактов необособленного списания на счет реализации потерь продукции в пути при ее доставке из предприятия покупателю, производить расчет потерь, возможных в результате естественной убыли, а разницу оформлять как недостачу с последующим отнесением на виновных лиц.

8. Следить за тем, чтобы инвентаризация на данном предприятии проводилась ежегодно.

9. Внедрение автоматизации полностью окупится и принесет прибыль СПК «Северное» в размере 55 тыс. рублей.

Реализация данных предложений на практике позволит не только улучшить бухгалтерский учет и аудит процесса продаж готовой продукции, но и организацию бухгалтерского учета в целом по предприятию, что, в свою очередь должно повлиять на производственно-финансовую деятельность СПК «Северное».



РАЦИОНАЛИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ДВИЖЕНИЯ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ В СПК «НАДЕЖДА»

Осуществление экономического контроля в условиях рыночной экономики обеспечивается как непосредственно хозяйствующими субъектами в рамках организации ими бизнес-процессов, так и специальными контрольно-ревизионными органами, представляющими собой штатные и общественные формирования трудовых коллективов, которые строят свою работу по заранее составленному и утвержденному в установленном порядке плану.

При этом само понятие контрольно-ревизионной работы означает совокупность трудовых процессов, связанных как с непосредственным выполнением контрольных функций, так и с созданием необходимых условий для их осуществления.

Для рационализации контрольно-ревизионной работы на предприятии необходимо проводить подготовку кадров, т. е. знакомить состав ревизионной комиссии с нововведениями в той или иной области контроля, что позволит внедрять на производство новые методы и способы контрольно-ревизионной работы, тем самым повысив эффективность контроля.

Результаты инвентаризации мы предлагаем оформлять следующим образом. Одним из возможных результатов ревизии является недостача имущества. Для обобщения информации о суммах недостач предназначен счет 94 «Недостачи и потери от порчи ценностей». В бухгалтерском учете недостача в пределах норм естественной убыли относится на издержки производства или обращения и отражается следующей корреспонденцией:

Дт 26 Кт 94 – списана недостача за счет текущих расходов организации.

За недостачу сверх норм отвечает материально-ответственное лицо, так как работник заключает с предприятием договор о полной материальной ответственности. В учете отражается корреспонденция:

Дт 94 Кт 10, 41, 43 – обнаружена недостача материалов, готовой продукции, товаров;

Дт 73/2 Кт 94 – недостача отнесена на виновное лицо.

Задолженность сотрудник может погасить путем внесения денежных средств в кассу, или путем удержания суммы из заработной платы (с его письменного согласия). Если взыскать сумму с работника невозможно, то недостача считается убытками предприятия и списывается на счет 91 «Прочие доходы и расходы».

Другим весьма распространенным результатом инвентаризации являются излишки имущества, т.е. объекты, которые не были своевременно поставлены на учет в силу различных обстоятельств. Такие вещи приходятся в бухгалтерском учете по рыночной цене. Внезапно выявленные ценности являются доходом, поэтому совершаются следующие операции:

Дт 10, 41, 43 Кт 91 – оприходованы излишки материалов, готовой продукции, товаров.

В бухгалтерском учете операции по отражению недостачи в пределах норм естественной убыли оформляются следующими проводками:

Дт 94 Кт 10,41,43 — на сумму фактической недостачи материально-производственных запасов (с учетом зачета пересортиц);

Дт 20,23,25,26 Кт 94 — на сумму потерь в пределах норм естественной убыли.

При проведении инвентаризации следует тщательно проверить, нет ли перекрытия недостачи товарно-материальных ценностей за счет излишков других, а также правильность определения норм естественной убыли (в случаях, если они имели место).

Мы провели оценку внутрихозяйственного контроля движения готовой продукции с помощью специального теста, который позволяет раскрыть все критерии основных показателей и выяснили на каком уровне находится внутрихозяйственный контроль в СПК «Надежда».

Подводя итог оценки можно сделать вывод о том, что внутрихозяйственный контроль движения готовой продукции в СПК «Надежда» находится на низком уровне, что не достаточно для формирования объективной и достоверной информации о движении готовой продукции. Не проверяется соответствие данных первичного, аналитического и синтетического учета, контроля товарно-транспортных документов на предмет ошибок при подсчете, а также нет классификатора по готовой продукции и единой учетной политики по ее выбытию.

В качестве совершенствования контрольно – ревизионной работы на предприятии мы предлагаем разработанный нами план проведения инвентаризации, который отличается большей детализацией и включает в себя перечень работ, связанных непосредственно с осуществлением контрольных функций.

Для контроля достоверного ведения учетной информации мы предлагаем учредить ревизионную комиссию и разработанные нами план и программу контроля готовой продукции.

План контроля готовой продукции СПК «Надежда»

Планируемые виды работ (комплексы задач)	Период проведения	Исполнители
Проверка операций по поступлению готовой продукции	Один раз в квартал	Недбайло М.И., Самусенко А.А.
Проверка аналитического учета движения готовой продукции на складах предприятия	Один раз в квартал	Недбайло М.И.
Проверка учета использования готовой продукции, списания недостач, потерь и хищений	Один раз в квартал	Недбайло М.И., Самусенко А.А.
Проверка сводного учета готовой продукции	Один раз в квартал	Недбайло М.И.
Проведение анализа использования готовой продукции	Декабрь 2013 г.	Недбайло М.И.

Изучив состояние контроля на предприятии за движением готовой продукции, можно сделать вывод о том, что он организован далеко не на должном уровне и требует усовершенствования. Поэтому предложенные нами мероприятия по его совершенствованию позволят улучшить систему внутреннего контроля в целом, и в том числе готовой продукции.



Сычев М.С., Блашкевич Л.В.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ВНУТРИХОЗЯЙСТВЕННЫЙ КОНТРОЛЬ ПРОДАЖ В ОАО «УЧХОЗ «КОКИНО» ВЫГОНИЧСКОГО РАЙОНА

Продажей продукции завершается оборот средств, затраченных на ее изготовление. Операции по продаже готовой продукции являются объектом налогообложения и соответственно основным участком контроля. Поэтому особую актуальность представляют вопросы правильности и своевременности отражения в учете реализации продукции, что, в конечном счете, способствует эффективной деятельности предприятия в целом.

ОАО «Учхоз «Кокино»» 16 января 2012 г. было преобразовано из ФГУП «Учебно-опытное хозяйство «Кокино. Хозяйство является коммерческой организацией, основной целью которой является получение прибыли.

ОАО «Учхоз «Кокино» относится к средним по размеру предприятиям, численность работников которого составляет 114 человек. Основные показатели, характеризующие размеры предприятия, в динамике увеличиваются, кроме поголовья скота и численности работников. Предприятие специализируется на мясо-молочном скотоводстве с развитым производством зерна, имеет средний уровень специализации.

ОАО «Учхоз «Кокино» финансово устойчиво и платежеспособно. Деятельность анализируемого предприятия рентабельна. Объемы продаж продукции растениеводства в динамике снижаются, а продукции животноводства растут. Аналогичная тенденция наблюдается и с уровнем товарности.

Организация бухгалтерского учета на анализируемом предприятии находится на удовлетворительном уровне. Все элементы организации разработаны, но в довольно простой форме, за исключением графика выполнения учетных работ и Положения о бухгалтерии. В рабочем плане счетов названия не всех счетов соответствуют типовому плану счетов.

Таблица 1

Динамика объемов продаж основных видов сельскохозяйственной продукции в ОАО «Учхоз «Кокино», ц

Виды продукции	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2011 г. в % к	
				2009 г.	2010 г.
Зерно – всего	14230	16517	12702	89,3	76,9
в том числе:					
рожь	5493	9147	5732	104,4	62,7
гречиха	71	30	86	121,1	в 2,9 р.
овес	1363	1760	1715	125,8	97,4
ячмень	707	377	808	114,3	в 2,1 р.
пшеница	6594	5603	4358	66,1	77,8
прочие зерновые	2	50	3	в 1,5 р.	6,0
Овощи открытого грунта	1326	840	460	34,7	54,8
Молоко	12991	13220	15304	117,8	115,8
КРС на мясо	95	129	65	68,4	50,4

Реализация продукции в ОАО «Учхоз Кокино» оформляется соответствующими договорами о продаже сельхозпродукции в зависимости от видов продукции и условий сделки. Продажа осуществляется по различным каналам реализации: населению, различным предприятиям, а также в счет заработной платы работникам.

В организации первичного и сводного учета продажи продукции в ОАО «Учхоз «Кокино» выявлено ряд недостатков: учет ведется на приспособленных бланках первичных учетных документов, не всегда заполняются все предусмотренные документами реквизиты.

Процесс продажи продукции отражается на счете 90 «Продажи». В дебет счета списывается себестоимость проданной продукции, а в кредит – выручка. Финансовый результат выявляют в конце отчетного года и относят на счет 99 «Прибыли и убытки». На предприятии к счету 90 «Продажи» рабочим планом счетов субсчета не предусмотрены.

Аналитический учет продаж ведут по видам продукции и каналам реализации в регистрах приспособленной формы – группировочной ведомости и книге учета продаж продукции. Данные книги являются основанием для заполнения регистра синтетического учета, в качестве которого в хозяйстве используют журнал-ордер приспособленной формы. Кредитовый оборот по счету 90 «Продажи» из него переносят в установленном порядке в Главную книгу.

Расходы, связанные с продажей, на отдельном счете не учитываются, а относятся сразу на счет 90 «Продажи» из-за их незначительного размера и возможности отнесения на конкретный вид проданной продукции.

Внутрихозяйственный контроль представлен инвентаризацией, в результате которой не было выявлено отклонения фактического наличия от учетных данных. Данные бухгалтерского учета по счету 90 «Продажи» могут служить основанием для составления достоверной бухгалтерской отчетности.

В качестве совершенствования организации учета, учета и внутрихозяйственного контроля продаж в работе предлагается следующее.

1. Применять разработанное Положение о бухгалтерии.
2. Разработать учетную политику организации в соответствии с предложенной структурой.
3. Хозяйственные операции оформлять новыми формами типовых документов.
4. Усовершенствовать существующий график документооборота по предложенной форме, разработать график выполнения учетных работ.
5. Привести в рабочем плане счетов название отдельных счетов в соответствие с типовым планом счетов.
6. Утвердить перечень лиц, имеющих право подписи документов.
7. Разработать для каждого работника бухгалтерии должностные инструкции по предложенной форме.
8. Полностью перейти при обработке учетной информации на автоматизированную форму учета.

9. При реализации продукции на рынке применять отчет о продаже сельскохозйственной продукции формы № 186-АПК.

10. В качестве сводного документа по учету продажи продукции применять реестр ф. № 63-АПК, для ведения аналитического учета использовать ведомость ф. № 62-АПК, в качестве регистра синтетического учета применять журнал-ордер ф. № 11-АПК.

11. Для повышения аналитичности данных по продаже продукции открыть субсчета к счету 90 «Продажи» по отраслевому признаку.

12. Для эффективного осуществления внутрйхозяйственного контроля разработать план инвентаризации и внезапно осуществлять инвентаризацию в соответствии с ним.



Бабьяк С.М., Кузюр Н.В.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАСЧЕТОВ ПО ОБЯЗАТЕЛЬНОМУ ПЕНСИОННОМУ СТРАХОВАНИЮ

Важное место в социальной защите и поддержке населения занимают государственные внебюджетные фонды (социального страхования, пенсионный, обязательного медицинского страхования). Все они образуются за счет специальных целевых отчислений и других источников, функционируют автономно от государственного бюджета, имеют определенную самостоятельность и используются на финансирование важнейших социальных мероприятий и программ.

Пенсионный фонд России (ПФР) – один из наиболее значимых социальных институтов страны. Это крупнейшая федеральная система оказания государственных услуг в области социального обеспечения в России.

Пенсионный фонд осуществляет ряд социально значимых функций, в том числе:

- учет страховых средств, поступающих по обязательному пенсионному страхованию;

- назначение и выплата пенсий. Среди них трудовые пенсии (по старости, по инвалидности, по случаю потери кормильца), пенсии по государственному пенсионному обеспечению, пенсии военнослужащих и их семей, социальные пенсии, пенсии госслужащих;

- назначение и реализация социальных выплат отдельным категориям граждан: ветеранам, инвалидам и др.;

- персонифицированный учет участников системы обязательного пенсионного страхования;

- взаимодействие с работодателями – плательщиками страховых пенсионных взносов;
- выдача сертификатов на получение материнского (семейного) капитала;
- управление средствами пенсионной системы, в том числе накопительной частью трудовой пенсии;
- реализация Программы государственного софинансирования пенсии.

Пенсия – это государственная выплата, производимая из Пенсионного фонда с целью материального обеспечения нетрудоспособных граждан в связи с их прошлой трудовой и иной общественно-полезной деятельностью в размерах, как правило, соизмеримых с размером прошлого заработка.

С 1 января 2013 г. существенно изменились нормы, затрагивающие обязательное страхование и социальное обеспечение в Российской Федерации, что, естественно, коснулось расчетов по обязательному пенсионному страхованию. Рассмотрим наиболее важные изменения.

Базовый тариф страхового взноса на обязательное пенсионное страхование в 2013 г. остался на уровне 22%. Предельный годовой заработок, с которого будут уплачиваться страховые взносы в систему обязательного пенсионного страхования, составит 568 тыс. рублей плюс 10% сверх этой суммы.

Сумма обязательных платежей (стоимость страхового года) в систему обязательного медицинского страхования для самозанятого населения (ИП, адвокаты, нотариусы и др.) в 2013 г. рассчитывается исходя не из одного, а двух минимальных размеров оплаты труда (МРОТ). С 1 января 2013 г. МРОТ установлен в размере 5205 рублей. Таким образом, тариф на обязательное пенсионное страхование для самозанятого населения составит: $5205 \text{ рублей} \cdot 2 \cdot 26\% \cdot 2 = 32479,2$ рублей в год, или 2706,6 рублей в месяц. Общая стоимость страхового года на обязательное пенсионное и медицинское страхование для самозанятых составит 35664,7 рубля.

Для того чтобы обеспечить дополнительный источник финансирования досрочных пенсий, с 2013 г. введен дополнительный тариф для работодателей, имеющих рабочие места на вредных и опасных производствах. По списку №1 (работы под землей и в горячих цехах) он составит 4%, по списку №2 (штукатуры, маляры, водители автобусов, работники производств и др.) и «малым» спискам – 2%.

Гражданам моложе 1966 года рождения, формирующим пенсионные накопления, в 2013 г. предоставлена возможность изменить та-

риф страхового взноса на накопительную часть пенсии: либо оставить 6%, как сегодня, либо снизить его до 2%, тем самым увеличив страховой тариф в солидарную часть с 16 до 20%. То есть каждый гражданин моложе 1966 года рождения может сделать выбор процента отчислений со своего фонда оплаты труда на формирование пенсионных накоплений – 2 или 6%. Если гражданин в течение 2013 г. свой выбор не сделает, что с 2014 г. по умолчанию будут действовать следующие правила. У «молчунов», то есть тех граждан, кто никогда не выбирал управляющую компанию или негосударственный пенсионный фонд для формирования пенсионных накоплений, с 2014 г. накопительная часть пенсий будет формироваться на основе 2%-го перечисления страховых взносов в накопительную часть пенсии. Если «молчуны» хотят сохранить накопительный тариф в размере 6%, в течение 2013 г. им нужно написать соответствующее заявление в ПФР о перераспределении либо о переводе средств пенсионных накоплений в НПФ или управляющую компанию.

На накопительную часть пенсии граждан, которые ранее передали свои пенсионные накопления в управляющие компании, НПФ или сменили инвестиционный портфель ВнешЭкономБанка, с 1 января 2014 г. по умолчанию будет по-прежнему перечисляться 6% от годового заработка. Если эти граждане захотят перевести 4% в солидарную часть пенсии, то им в течение 2013 г. следует написать соответствующее заявление о перечислении 2% в накопительную часть и 4% в страховую часть. Заявления должны быть поданы в ПФР. Их форма и порядок подачи в настоящий момент разрабатываются. Также стоит отметить, что 2012 г. стал последним, когда Пенсионный фонд рассылал гражданам «письма счастья» – извещения о состоянии их индивидуальных лицевого (пенсионных) счетов в системе обязательного пенсионного страхования за предыдущий год.

С этого года для индивидуальных предпринимателей действует новый специальный налоговый режим – патентная система налогообложения. При этом лица, перешедшие на патент, вправе платить страховые взносы по пониженным тарифам. В 2013 г. «льготная» ставка страховых взносов в ПФР составляет 20% (в том числе для лиц 1966 года рождения и старше: страховая часть – 20%, для лиц 1967 года рождения и моложе: страховая часть – 14%, накопительная часть – 6%).

С 2013 г. вступают в силу новые правила уплаты пенсионных взносов на иностранцев и лиц без гражданства, временно пребывающих на территории России. В 2012 г. работодатели обязаны были переводить платежи в ПФР, если такой иностранный сотрудник работает по бессрочному трудовому договору, либо если трудовой договор за-

ключен на срок не менее шести месяцев (исключение составляют высококвалифицированные иностранные специалисты).

Начиная с 2013 г., бухгалтера должны будут обращать внимание на общую продолжительность трудовых договоров, подписанных в течение года. Поправки умалчивают, придется ли платить пени и штраф в ситуации, когда срок первого договора (заключенного с иностранным работником, например, в первом квартале) не превысил шести месяцев, а общая продолжительность всех договоров с этим работником в течение года оказалась более шести месяцев. Ведь начисляя зарплату за период действия первого договора, бухгалтер еще не знает, будут ли впоследствии подписаны другие договоры.

В заключение хотелось бы отметить, что нормативное регулирование обязательного пенсионного страхования в Российской Федерации постоянно изменяется в соответствии с потребностями пенсионной системы и приоритетными направлениями социальной политики государства, что заставляет постоянно уделять внимание данной проблеме всех участников данного вида страхования.



Бердакова А.М., Прохорова Н.Н.

ПЕРВИЧНЫЙ И СВОДНЫЙ УЧЕТ ДВИЖЕНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В ОАО «СТРЕЛА» П. СУЗЕМКА

При создании предприятия вводятся в действие здания, сооружения, оборудование и другие необходимые объекты основных средств. В дальнейшем предприятие пополняет свои основные средства для наращивания производственных мощностей, для замены устаревшего оборудования, пришедшего в негодность. Этот процесс следует рассматривать как поступление основных средств.

Для организации учета основных средств важное значение имеют следующие предпосылки: классификация основных средств; установление принципов оценки основных средств; установление единицы учета предметов основных средств; выбор форм первичных документов и учетных регистров.

В ОАО «Стрела» применяется единая типовая классификация основных средств, в соответствии с которой основные средства группируются по следующим признакам: отраслевому, видам, принадлежности, использованию.

Основные средства поступают на предприятие следующим способом: путем приобретения за плату; путем собственного изготовления; внесены учредителями как вклад в уставный капитал.

При приобретении основные средства принимаются к учету по первоначальной стоимости, включающей в себя все фактические затраты по приобретению, за исключением возмещаемых налогов, в частности НДС (согласно пункту 8 Положения по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01). Поступающие основные средства принимает комиссия, назначаемая руководителем организации. Для оформления приемки основных средств комиссия составляет в одном экземпляре Акт о приеме-передаче объекта основных средств (кроме зданий и сооружений) на каждый объект в отдельности. В случае приемки в эксплуатацию здания или сооружения составляют Акт о приеме-передаче здания (сооружения) ф. ОС-1а (за анализируемый период ввода в эксплуатацию зданий и сооружений не было). Общий акт на несколько объектов можно составлять лишь в том случае, если объекты однотипны, имеют одинаковую стоимость и приняты одновременно под ответственность одного и того же лица.

Каждому объекту основных средств, принятому на учет, присваивается инвентарный номер. Он сохраняется на все время эксплуатации объекта и обозначается на нем путем прикрепления металлического жетона, нанесения краски, насечки и т.п. объекты основных средств обычно нумеруются по порядково-серийной системе, и номер указывается во всех первичных документах и регистрах бухгалтерского учета. Присваивать вновь поступившим основным средствам инвентарные номера выбывших объектов нельзя, так как это может привести к путанице и ошибкам в учете.

Акт о приеме-передаче объекта основных средств с сопроводительными документами передается в бухгалтерию организации. На основании акта бухгалтерия открывает Инвентарную карточку учета объекта основных средств.

Согласно каждой классификационной группе основных средств в картотеке следовало бы помещать карточки учета движения основных средств, в которых должны отражаться все изменения, произошедшие с объектами основных средств. Однако данный документ в анализируемом хозяйстве отсутствует.

Кроме инвентарных карточек в ОАО «Стрела» за отчетный год ведется Инвентарная книга учета объектов основных средств. В инвентарной книге указываются следующие реквизиты: наименование объекта основных средств, его инвентарный номер, первоначальную стоимость, срок полезного использования, сумму начисленной амортизации, оста-

точную стоимость, информацию о переоценке основных средств.

Перемещение основных средств из одного структурного подразделения внутри данной организации в другие оформляют накладной на внутреннее перемещение объектов основных средств (в двух экземплярах).

В результате эксплуатации основные средства постепенно изнашиваются и приходят в такое состояние, когда их дальнейшее использование становится невозможным или экономически нецелесообразным. Полностью износившиеся основные средства подлежат ликвидации и списанию с баланса. В ОАО «Стрела» списание имущества производится только в тех случаях, когда его невозможно восстановить или экономически нецелесообразно эксплуатировать, а также, когда оно не может быть в установленном порядке реализовано или передано другим организациям.

Выбытие основных средств происходит в результате их реализации или безвозмездной передачи сторонним организациям, а так же при частичной или полной ликвидации и списании вследствие непригодности для дальнейшего использования.

При реализации объекта основного средства выписывается акт на передачу основного средства в двух экземплярах. В актах на списание основных средств указывают техническое состояние и причину списания объекта, первоначальную стоимость, сумму амортизации, затраты на списание, стоимость материальных ценностей (запасных частей, металлолома и т.п.), полученных от ликвидации объекта. Материальные ценности от разборки основного средства по накладной сдаются на склад, где выписывается приходный ордер. Порядок отражения выбытия основных средств зависит от того, по какой причине основные средства выбыли.

Если списывается объект основных средств без остаточной стоимости, то достаточно заключения комиссии на списание основных средств. При списании же объектов с остаточной стоимостью кроме решения комиссии по списанию основных средств необходимо решение правления ОАО «Стрела», т.к. при списании основных средств с остаточной стоимостью убыток ложится на финансовые результаты предприятия. После утверждения акты передаются в бухгалтерию для отражения в учете.

В случае списания автотранспортного средства в бухгалтерию вместе с актом также передается документ, подтверждающий снятие его с учета в Государственной инспекции безопасности дорожного движения Министерства внутренних дел Российской Федерации (Госавтоинспекции).

При списании с баланса группы объектов основных средств составляют Акт о списании групп объектов основных средств. В нем указывают сведения о состоянии объектов основных средств на дату списания, заключение комиссии, сведения о поступлении материальных ценностей от списания объектов основных средств.

Материалы, полученные от разработки основных средств пригодные для использования приходятся по текущим рыночным ценам. Оприходование этих ценностей оформляют Накладной, о чем делают запись в Акте на списание.

В соответствии с пунктом 82 приказа Минфина России об утверждении «Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ» в случае реализации и прочего выбытия имущества организации убыток или доход по этим операциям относится на финансовые результаты.



Селиванова А.А., Шаламова Н.А.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И КОНТРОЛЬ ЗАТРАТ ЖИВОТНЫХ НА ВЫРАЩИВАНИИ И ОТКОРМЕ В ОАО «УЧХОЗ «КОКИНО» ВЫГОНИЧСКОГО РАЙОНА

Правильная организация учета и контроля затрат на производство является одним из главных направлений снижения себестоимости продукции, что является актуальным в наше время.

Анализируя размеры производства в ОАО «Учхоз «Кокино» за 2009-2011 гг. можно сказать, что прослеживается увеличение производства по всем показателям, кроме среднегодовой численности работников, что свидетельствует об увеличении производства. Из чего можно сделать вывод о том, что в течение анализируемого периода происходит увеличение стоимости валовой продукции за 2009 г. на 2,8 %, а за 2010 г. на 42,3 %. Так же происходит увеличение денежной выручки предприятия в 2009 г. на 47,8 %, а в 2010 г. на 19,4 %. Среднегодовая численность работников сокращается: в 2009 г. на 8,1 и возрастает в 2010 г. на 2,7%. Происходит увеличение стоимости основных производственных фондов в течение анализируемого периода на 34,7% в 2009 г. и на 32,4% в 2010 г., что связано в основном с приобретением техники сельскохозяйственным предприятием, в том числе за счет лизинга. поголовье скота снизилось на 12,9% в 2009 г и увеличилось на 4,2% в 2010 г.

В денежной выручке отрасли растениеводства наибольший удельный вес занимает зернопроизводство (90,8%), не значительную долю имеют такой вид продукции, как картофель – 3,8 %. В отрасли животноводства наибольший удельный вес занимает производство молока и мясо крупного рогатого скота. По данным видам продукции, можно сказать, что наибольший процент выручки за отчетный период приходится на молоко – 69,5%, по мясо крупного рогатого скота – 28,9%, меньше всего выручки приходится на свиней (0,04 %).

В целом специализацию предприятия можно охарактеризовать, как молочно-мясное скотоводство с развитым зернопроизводством.

Прослеживается снижение затрат по всем показателям. За 3 года затраты на животных на выращивании и откорме снизились на 13%, это произошло за счет снижения затрат по всем элементам. Оплата труда снизилась на 18,5%, материальные затраты на 12,8%. Затраты на электроэнергию снизились на 70,6%, что в 3,4 раза меньше в 2011 г. в сравнении с 2009 г. Так же существенно снизились затраты на нефтепродукты на 60,4%.

Организация бухгалтерского учета на предприятии ведется на среднем уровне, так как имеется ряд недостатков в учетной политике, рабочем плане счетов, не разработаны должностные инструкции, график документооборота.

Текущий учет затрат в животноводстве завершается в конце года исчислением фактической себестоимости продукции, которая определяется исключительно на основании проверенных данных текущего бухгалтерского учета. По группе животные на выращивании и откорме объектами калькулирования являются:

- расчет себестоимости 1ц живой массы;
- расчет себестоимости 1 ц прироста.

На предприятии при исчислении себестоимости наблюдаются неточности, мы рекомендуем следующую методику, предусмотренную приказом № 792 от 6 июня 2003 г. «Методические рекомендации по учету затрат и исчислению себестоимости продукции, работ услуг»

Для того, чтобы уменьшить себестоимость живой массы необходимо в расчете по исчислению себестоимости падеж отражать в натуральных и стоимостных показателях по плановой себестоимости 1 ц живой массы. Себестоимость 1 ц живой массы равна 8055,27 руб.

Внутрихозяйственный контроль в ОАО «Учхоз «Кокино» представлен инвентаризацией, которая проводится перед составлением годовой бухгалтерской отчетности. В результате инвентаризации за анализируемый период не было выявлено отклонений фактического наличия имущества от данных учета. Внешний контроль представлен

проверками со стороны налоговых органов и Фонда социального страхования РФ, аудиторской фирмой. В результате проверки недоимок и ошибок не было выявлено.

В качестве совершенствования учета и контроля затрат животных на выращивании и откорме в работе предлагается следующее.

В части организации бухгалтерского учета так же необходимо разработать положение о бухгалтерии усовершенствовать график выполнения учетных работ и разработать график документооборота.

В части учета затрат рекомендуется вести ведомости ф. №№ 48, 49, 50-АПК; заменить старые формы регистров усовершенствованными новыми; автоматизировать весь учетный процесс в ОАО «Учхоз «Кокино» с использованием возможностей программы «1С: Предприятие»; применить метод «директ-костинг»; сгруппировать элементы затрат по животным на выращивании и откорме по статьям затрат.

В части контроля затрат животных на выращивании и откорме предлагается создать контрольно-ревизионный отдел; применить разработанный график проведения инвентаризации.

В ОАО «Учхоз «Кокино» затраты по животноводству ведутся в разрезе элементов (по видам) затрат, но не совсем удобно.

Предлагаем особое внимание уделить формированию статьи «Материальные ресурсы», разбив ее на элементы затрат, предусмотренные Приказом № 792 от 06 июня 2003 г. «Методические рекомендации по учету затрат и исчислению себестоимости продукции, работ, услуг»: а) средства защиты животных; б) корма; в) нефтепродукты; г) топливо и энергия на технологические цели; д) работы и услуги сторонних организаций.

Внедрение данных мероприятий позволит улучшить обстановку в ОАО «Учхоз «Кокино», как в области бухгалтерского учета затрат животных на выращивании и откорме, так и в области внутрихозяйственного контроля.



Торшина О.В., Горло В.И.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И КОНТРОЛЬ УЧЕТА РАСЧЕТОВ С ПЕРСОНАЛОМ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА НА МАТЕРИАЛАХ КОМАРИЧСКОГО ПОСПО

Учет труда и его оплаты является одним из важнейших участков бухгалтерского учета, обеспечивающих накопление и систематизацию информации о затратах труда на производство продукции и оплату труда каждому работнику. Необходимым условием правильного опре-

деления оплаты труда и соблюдения принципа материальной заинтересованности работников является хорошо организованный бухгалтерский учет.

От правильности начислений и удержаний зависят затраты на оплату труда. Чтобы установить достоверность начислений и выплат необходимо проводить как внутренние, так и внешние проверки.

В рыночной экономике особую актуальность представляют вопросы правильности отражения в учете оплаты труда, что, в конечном счете, способствует эффективной деятельности предприятия в целом.

Основным учредительным документом на предприятии, на базе которого построена его деятельность, является Устав. В настоящее время потребительская кооперация Комаричского ПОСПО занимает прочные позиции в обеспечении населения товарами и услугами. Перед ней открываются большие возможности в наращивании объемов закупок сельскохозяйственной продукции, ее переработки и сбыта, модернизации предприятий розничной торговли, установлении новых форм сотрудничества с владельцами личных подсобных хозяйств.

На предприятии за исследуемый период времени анализ денежной оплаты труда работников показал, что фонд заработной платы увеличился за счет сокращения среднесписочной численности работников и увеличения среднегодовой заработной платы 1 работника на 116,79 руб.

Организация бухгалтерского учета на предприятии ведется правильно, однако существуют некоторые недостатки: отсутствует положение о бухгалтерии, не разрабатываются должностные инструкции на работников, отсутствует график документооборота.

В Комаричском ПОСПО применяется мемориально-ордерная форма учета. На основании первичных документов заполняются бухгалтерские регистры (мемориальные-ордера, регистры, бухгалтерские справки), данные которых переносятся в главную книгу.

Расчеты по оплате труда в Комаричском ПОСПО учитывают на синтетическом счете 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда».

В Комаричском ПОСПО осуществляется как внутренний, так и внешний контроль. Внутренний контроль представлен с помощью методов фактического контроля, а именно, путем проведения инвентаризации. Внешний контроль на предприятии осуществляется пенсионным фондом, фондом социального страхования, федеральными налоговыми органами и др.

В целях совершенствования бухгалтерского учета и контроля расчетов с персоналом по оплате труда предлагаем следующее:

- 1) для совершенствования организации бухгалтерского учета в

целом рекомендуем: разработать новую усовершенствованную учетную политику; график документооборота в соответствии с предложенным нами вариантом; положение о бухгалтерии; разработать должностную инструкцию бухгалтера;

2) обратить особое внимание на правильность составления и заполнения документов, а также соблюдать основные требования, предъявляемые к ним;

3) для оперативного учета личного состава предприятия предлагается вести ряд унифицированных форм первичной документации, утвержденных Госкомстатом Российской Федерации;

4) к счету 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» открыть субсчета;

5) включить в учетной политике пункт о формировании резерва на оплату отпуска;

6) ввести типовые формы регистров, предназначенных для ведения аналитического и синтетического учета;

7) вместо Книги учета оплаты труда целесообразно применять расчетно-платежную ведомость (ф. № 49), а также журнал регистрации платежных ведомостей (ф. № Т-53а);

8) рекомендуется перейти на журнально-ордерную форму учета с частичной автоматизацией бухгалтерского учета с использованием распространенной программы «1С: Бухгалтерия»;

9) для того, чтобы инвентаризационные проверки проводились в срок, предлагаем разработать график проведения инвентаризаций;

10) создать постоянно действующую инвентаризационную комиссию;

11) для отражения результатов инвентаризации включить в рабочий план счетов счет 94 «Недостачи и потери от порчи ценностей»;

12) для того чтобы всесторонне проводить проверку бухгалтерской и финансовой отчетности предприятия, необходимо иметь в штате предприятия высококвалифицированного аудитора;

13) проводить ревизии финансово-хозяйственной деятельности, и в т.ч. расчетов с персоналом по оплате труда, для чего разрабатывать программу ее проведения.

Предложенные мероприятия позволят повысить эффективность состояния расчетов с персоналом по оплате труда, а также пресечь различные правонарушения в процессе хозяйственной деятельности.



**БУХГАЛТЕРСКИЙ УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ И КОНТРОЛЬ
НАКЛАДНЫХ РАСХОДОВ В ООО «ДРУЖБА»
ЖИРЯТИНСКОГО РАЙОНА**

В рыночных условиях хозяйствования стало очевидным, что наиболее управляемыми с позиций поиска резервов экономии, роста прибыли и рентабельности на предприятии, определившем программу производства, постепенно становятся не основные, а накладные расходы. Недостаточно приспособленные к рыночным условиям методы учета и анализа накладных расходов отрицательно сказываются не только на текущей работе предприятия, но и приводят к принятию неверных стратегических управленческих решений.

Управленческий учет и контроль накладных расходов необходим для эффективного регулирования затрат, определения сфер ответственности менеджеров, решение проблем с выявлением наиболее точных показателей себестоимости производимой продукции.

Общество с ограниченной ответственностью «Дружба» специализируется на ведении смешанного сельского хозяйства: выращивании свиней и производстве комбикормов.

Ведение бухгалтерского учета на предприятии ООО «Дружба» осуществляется бухгалтерской службой, выделенной в структурное подразделение и возглавляемая главным бухгалтером. Для предприятия характерно ведение автоматизированной формы учета с помощью программы 1С «Предприятие».

Учет накладных расходов в ООО «Дружба» ведется на счетах 25 «Общепроизводственные расходы», 26 «Общехозяйственные расходы» и 97 «Расходы будущих периодов». По дебету этих счетов учитываются произведенные затраты, а по кредиту их списание ежеквартально на счета основного производства и продаж. Нами было выявлено отклонение в методике распределения общепроизводственных расходов и отсутствие базы распределения по общехозяйственным расходам.

Учет затрат ведут в разрезе установленных на предприятии статей затрат. Следует отметить, что вести учет накладных в разрезе данных статей затрат нерационально, так как они не соответствуют типовой их классификации.

Основной формой контроля на предприятии является инвентаризация, которая не позволяет в полной мере осуществлять контроль накладных расходов и является недостаточно эффективной формой контроля.

Рассмотрев организацию бухгалтерского учета и контроля в ООО «Дружба», следует отметить, что в целом она находится, на должном уровне.

Однако для более эффективной организации работы на предприятии можно предложить отдельные пути совершенствования действующей системы учета накладных расходов.

В учетной политике предприятия отразить базу распределения общепроизводственных расходов.

Вести учет накладных расходов в разрезе типовых статей затрат.

Формирование затрат осуществлять по центрам ответственности и центрам их возникновения для целей управленческого учета.

Использовать систему распределения накладных расходов, которая приводит к формированию полной себестоимости производимой продукции.

Для более эффективного контроля накладных расходов на предприятии на наш взгляд будет целесообразно проведение ревизии и улучшения работы инвентаризационной комиссии.

В системе управленческого учета целесообразно составлять периодически бюджет накладных расходов, от которого будет зависеть качество накладных затрат и планируемой себестоимости.

Предложенные нами мероприятия позволяют улучшить систему учета и контроля накладных расходов в ООО «Дружба» для эффективного принятия управленческих решений.



Шоя Ю.А., Казимилова Т.А.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Процесс формирования прибыли хозяйствующего субъекта зависит в значительной степени от уровня его доходности, что оказывает существенное влияние в конечном итоге на рентабельность.

Роль прибыли как источника расширенного воспроизводства, позволяющего не только развивать производство на качественно новой технологической основе, но и увеличивать благосостояние собственников в условиях рыночных отношений возрастает.

Анализ формирования прибыли и рентабельности осуществлялся на материалах СПК «Надежда», что позволило установить происхо-

дящие изменения в динамике. Отмечается рост стоимости валовой продукции предприятия в текущих ценах с 2008 по 2010 гг. на 6100 тыс. руб. что составило 48%. Данное изменение сопряжено с увеличением стоимости валовой продукции животноводства на 1924 тыс. рублей или в 2,1 раза. Доходы организации за этот период увеличились на 7416 тыс. руб., что составляет 95%.

В трехлетней динамике отмечается увеличение затрат на 7714 тыс. руб., в целом рост составил 62%. Общая сумма расходов по обычным видам деятельности составила 20107 тыс. руб.

В структуре расходов наибольшая доля приходится на материальные затраты и это неудивительно так как отрасли на которых специализируется организация являются материалоемкими, причем доля материальных затрат несколько возросла и составила 72,1%. В динамике материальные затраты также увеличились на 62% и составили 14506 тыс. руб., что выше аналогичного показателя 2008 г. на 5566 тыс. руб.

Организация практически по всем видам производимой и реализуемой продукции получает убыток и деятельность убыточна в целом, данный показатель по организации составил 17,9%, наиболее убыточна деятельность животноводства, в частности реализация мяса в живой массе и реализация в переработанном виде, по данным видам продукции убыточность достигает катастрофических размеров.

Выручка и себестоимость в динамике возрастают, но следует заметить, что темп роста выручки значительно ниже, чем рост себестоимости – выручка возросла на 73%, а себестоимость в 2 раза, что не могло не сказаться негативно на финансовом результате. В 2009 г. зафиксирован убыток от обычной деятельности в размере 268 тыс. руб. Убыток существенно возрастает в 2010 г. и составляет 1309 тыс. руб. Получение убытка это следствие убыточности производимых товаров и продукции, вследствие низких цен реализации и высокой себестоимости.

При формировании показателя чистой прибыли следует учесть финансовые аспекты деятельности СПК, что собственно и позволило предприятию в конечном итоге выйти на положительный финансовый результат в размере 1282 тыс. руб. что на 22,2% выше аналогичного показателя 2008 г. В сравнении с показателем чистой прибыли 2009 г. снижение выглядит более внушительно и составляет 3785 тыс. руб., т.е. на 74,7%.

Таким образом, для получения прибыли в целом и от продаж в частности необходимо сократить затраты на корма, сделать

их более сбалансированные, по питательным элементам во избежание перерасхода это повлечет в свою очередь снижение себестоимости молока.

Улучшить кормовую базу и соответственно сбалансированность получаемых кормов по белку возможно окультуриванием пастбищ прямым подсевом семян трав. Для нормализации режимов роста трав необходимо проведение подпокровного рыхления почв лугопастбищных угодий. Оно позволяет обеспечить повышение урожая трав за счет увеличения аккумулирующей способности почвы. Общая сумма расходов по окультуриванию пастбищ составят 330 тыс. руб.

Оптимизация рационов кормления животных позволит избежать перерасхода кормов, что в свою очередь снизит затраты на корма на 2962 тыс. руб. и себестоимость молока.

Оптимизация кормовой базы будет способствовать повышению продуктивности до 3000 кг что приведет к увеличению валового надоя на 3411 ц. Реализация дополнительно произведенного молока позволит получить прирост денежной выручки на 36,5%. Так, выручка увеличится на 3107 тыс. руб., и может составить 14766 тыс. руб. валовая прибыль увеличится до 2189 тыс. руб. перекрывая ранее полученный операционный убыток, уплатой процентов по кредиту, следовательно, проценты к уплате не возрастут и составят 209 тыс. руб..

Полученную прибыль в размере 5509 тыс. руб. организация может направить на формирование активов и наращивание оборота за счет предоставления более мягкой кредитной политики контрагентам, что также будет способствовать оптимизации денежных потоков для улучшения общего уровня платежеспособности без существенных проблем связанных с ухудшением финансового состояния. Оптимизация отрасли животноводства позволит выйти на прибыльную деятельность, что положительно отразится на общем уровне рентабельности. В частности наибольший рост характерен рентабельности внеоборотных активов на 21,2% и собственного капитала на 15,4%. Операционная деятельность может быть прибыльной по прогнозным расчетам рентабельность продукции может составить 17,4%, а каждый рубль выручки может приносить почти 15 коп. прибыли от продаж.

Таким образом, прибылью и рентабельностью необходимо управлять в неотъемлемой связи с оптимизацией производственной деятельности, способствующей росту доходности хозяйствующего субъекта.



ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ПРОИЗВОДСТВО ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА ПО СОЗДАНИЮ АГРОГОРОДКОВ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

Инвестирование в производство является неотъемлемой частью процесса воспроизводства на расширенной основе с целью роста эффективности деятельности хозяйствующего субъекта.

Исследования процессов инвестирования осуществлялось на материала колхоза «Симонтовский» Мглинского района. В динамике наблюдается положительная тенденция основных экономических показателей характеризующих производственно-финансовую деятельность. Стоимость валовой продукции увеличилась на 49%, а стоимость товарной продукции возросла на 49,9%, общая земельная площадь остается неизменной, В динамике сокращается численность работников предприятия на 20,8%. Положительным моментом является увеличение среднегодовой стоимости основных фондов на 14,5%, это свидетельствует о хорошем управленческом воздействии на инвестиционный процесс в анализируемой организации.

Уровень полученной валовой продукции в расчете на одного работника снижается, и в 2011 г. составил 5,0 тыс. руб. Чистая прибыль в расчете на одного работника уменьшилась в 3,5 раза.

Рассматривая деловую активность предприятия можно сказать, что скорость оборачиваемости собственного капитала за анализируемый период увеличилась, что свидетельствует об эффективном использовании предприятием своих средств. Коэффициент текущей ликвидности за анализируемый период постоянно варьировал. Наибольшее значение наблюдалось в 2010 г. составил 4,517, что в 1.3 раза выше базового показателя 2009 г. Это говорит о том, что предприятие платежеспособно, не испытывает дефицита собственных оборотных средств и в состоянии расплачиваться по текущим обязательствам. В результате наращивания объемов продаж, снижая себестоимость продукции, привлекая дополнительные источники финансирования, предприятию удалось улучшить свое финансовое положение и добиться оптимального соотношения коэффициента текущей ликвидности. Однако показатели рентабельности за анализируемый период демонстрируют снижение.

Процесс воспроизводства основного капитала представляет собой основу жизнедеятельности и эффективности производства. Его движение регулируется и контролируется на всех уровнях управления хозяй-

ством. Важнейшими воспроизводственными характеристиками основных фондов являются показатели их прироста, обновления и выбытия.

Рассматривая структуру основных фондов можно сказать, что наибольшую долю занимают здания – за исследуемый период она сократилась на 6,5 п.п. и в отчетном году составила 37,5%, сооружения и передаточные устройства – 5,1%; машины и оборудование – 39,7%; продуктивный скот – 0,9%.

Таким образом, для дальнейшего полноценного функционирования необходимы дополнительные инвестиции в развитие животноводства.

Вследствие изложенного, были осуществлены прогнозные расчеты целесообразности реализации инвестиционного проекта с использованием вложений в основной капитал, представляющих затраты, направленные на формирование основного стада (100 голов высокопродуктивных коров голштино-фризской породы) и техническое перевооружение имеющейся доильной установки на доильный зал «Елочка» с ручным открыванием дверей, с доильными аппаратами без автоматического снятия подвешной части с вымени коровы. Как источник инвестирования – государственное финансирование из средств областного бюджета в соответствии с приоритетным национальным проектом «Об участии Брянской области в создании открытых акционерных обществ».

Проведенные мероприятия позволят получить чистую прибыль в размере 1264 тыс. руб. и чистый дисконтированный эффект равный 2614 тыс. руб.

Таким образом, предложенный инвестиционный проект является эффективным, что подтверждают показатели окупаемости и рентабельности, например: резерв роста годовой денежной выручки составит 7074 тыс. руб., инвестиционные расходы полностью окупятся через 6 лет, при этом уровень рентабельности будущего производства составит 25%, при реализации продукции прибыльность продаж возрастет до 26 %.



БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И КОНТРОЛЬ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО КАРТОФЕЛЯ В ФГУП «ПЕРВОМАЙСКОЕ» ПОЧЕПСКОГО РАЙОНА

В настоящее время предприятия России переходят на рыночные отношения, вносятся большие изменения в бухгалтерский учет. Так, введен новый план счетов, методики бухгалтерского учета приближаются к мировым стандартам. Как важнейшая продовольственная культура картофель требует надлежащего учета затрат и методически правильного исчисления его себестоимости.

Необходимость совершенствования планирования и учета себестоимости продукции при производстве картофеля, недостаточная разработанность теоретических и организационных вопросов учета затрат и оперативного экономического анализа в условиях рыночных отношений, обусловили выбор данной темы.

Согласно Указу Президента Российской Федерации от 30 января 1992 г. № 84 «О Российской академии сельскохозяйственных наук» ФГУП «Первомайское» передано в Россельхозакадемию. Предприятие является опытно-производственной (экспериментальной) базой Государственного научного учреждения Всероссийского научно-исследовательского института картофельного хозяйства им. А.Г. Лорха Российской академии сельскохозяйственных наук.

Предприятие имеет среднюю степень специализации, производственное направление картофелеводство с развитым молочным скотоводством. Денежная выручка за анализируемый период увеличилась на 9%, за счет увеличения денежной выручки от продукции животноводства на 56%. Затраты на картофель за анализируемый период увеличились на 2568 тыс. руб. или на 10,7%. В структуре затрат на производство картофеля в 2011 г. наибольший удельный вес занимают статьи семена и посадочный материал – 19,3%, содержание основных средств – 34,6% и прочие затраты – 21,7%.

В структуре статей затрат на производство продукции растениеводства (картофель) наибольший удельный вес за анализируемый период занимают статьи содержание основных средств – 34,6%, семена и посадочные материалы – 19,3%, оплата труда с отчислениями на социальные нужды – 14,9%, прочие затраты – 21,7%. Причем, удельный вес статьи содержание основных средств за анализируемый период увеличился и в 2011 г. составил 34,6%. В 2011 г. по сравнению с 2009 г. прочие затраты увеличились на 20,9%, затраты на семена и по-

садочный материал уменьшились на 8%, затраты на удобрения минеральные и органические увеличились на 53,2%.

В ФГУП «Первомайское» как для целей финансового учета, так и для управленческого учета применяется единый план счетов, утвержденный 1 января 2001 г., то есть однокруговая (монистическая) система учета производственных затрат без использования специальных счетов управленческого учета. То есть операция отражается в общей системе записей на соответствующих бухгалтерских счетах (20, 23 и др.) и эти бухгалтерские счета являются как бы счетами управленческого учета. В системе бухгалтерского синтетического учета обороты финансового и управленческого учета отдельно не выделяются.

В плане организации труда работников бухгалтерии определяется структура данной службы, ее штат, дается должностная характеристика работнику, намечаются мероприятия по повышению квалификации, но на предприятии не составляются графики учетных работ. На предприятии определены должностные инструкции работников бухгалтерии, что способствует равномерному распределению нагрузки учетного аппарата в течение месяца.

В ФГУП «Первомайское» организационная структура учетного процесса построена на принципе полной централизации. Это означает, что весь учетный процесс сосредоточен в центральной бухгалтерии. В подразделениях хозяйства, в бригадах, на фермах ведется лишь первичный учет. Заполненные первичные документы поступают в центральную бухгалтерию, где их проверяют, обрабатывают, сверяют и все записи вносят в учетные регистры.

Проведя подробное исследование аналитического и синтетического учета в ФГУП «Первомайское» можно отметить, что организация бухгалтерского учета отвечает требованиям организации бухгалтерского учета в Российской Федерации. Специализированная Книга по счету 20/1 «Картофель» - нестандартный регистр, но на предприятии он разработан в связи со спецификой производства предприятия и имеет все необходимые реквизиты для учета картофеля. Книга по счету 20/1 «Картофель» заменяет накопительную ведомость учета затрат и производственный отчет по счету 20/1. На основании данной книги составляются корреспонденции счетов по счету 20/1 по имеющимся затратам на производство картофеля. Исчисление фактической себестоимости производится в конце года исходя из фактических затрат на производство и объема производства продукции. Учет отклонений производится в конце года путем сравнения фактической и плановой себестоимости. Списание калькуляционной разницы отражают по кредиту 20/1 методом дополнительной записи или методом красное сторно.

В то же время не соблюдается ряд требований по ведению учетных регистров. Организация первичного учета затрат на картофель имеет недостатки в оформлении документов, а именно реквизиты документов заполняются частично и используются старые формы регистров. В ФГУП «Первомайском» не ведется автоматизированный учет.

Положительным моментом является то что учет затрат по картофелю ведется в разрезе статей указанных в положении «Учет расходов организации» ПБУ 10/99.

По различным документам в плане документооборота предусматривается различный порядок их предоставления и обработки. Для четкой регламентации движения документов предлагаем применить для данного предприятия разработанный нами график документооборота.

Нами был разработан проект совершенствование бухгалтерского учета на предприятии ФГУП «Первомайское».

В ФГУП «Первомайское» имеются должностные инструкции работников бухгалтерии, где отражены только обязанности бухгалтера определенного участка. Для полной регламентации прав и обязанностей бухгалтера предлагаем на предприятии применить должностную инструкцию бухгалтера.

В целях совершенствования организации бухгалтерского учета затрат на производство картофеля в ФГУП «Первомайское» предлагаем применить разработанную нами учетную политику для целей налогового учета.

Для совершенствования действующей системы учета затрат в ФГУП «Первомайское» необходимо перейти на автоматизированный учет затрат и выхода продукции. Применение компьютерной формы учета поможет сократить затраты труда работников по учету затрат и позволит внедрить более прогрессивные методы учета затрат «Директ-костинг».

Предложенные мероприятия, в комплексе, могут улучшить качество учета в целом по хозяйству и, в частности, при учете затрат на производство картофеля.



**ЖИВОТНЫЕ НА ВЫРАЩИВАНИИ И ОТКОРМЕ:
УЧЕТ, ОЦЕНКА, ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ
В СПК «СПЕЦАВТОРЕМОНТ» ПОЧЕПСКОГО РАЙОНА**

Важнейшей отраслью сельского хозяйства является животноводство. Значение этой отрасли определяется не только высокой долей ее в производстве готовой продукции, но и большим влиянием на экономику сельского хозяйства, на уровень обеспечения населения важными продуктами питания.

Перед сельскохозяйственными предприятиями страны поставлена задача – значительно увеличить выход молодняка и обеспечить полную его сохранность, создать прочную кормовую базу и обеспечить высокие привесы в период их откорма.

В настоящее время учет животных на выращивании и откорме является весьма актуальным и важным разделом бухгалтерского учета. Это проявляется, прежде всего, в том, что животные на выращивании и откорме, являясь предметом труда, обеспечивают вместе со средствами труда и рабочей силой производственный процесс, необходимый для существования общества.

Переход экономических субъектов на рыночные отношения расширил их права и возможности в области организации бухгалтерского учета. Инфляционные процессы в экономике, безудержный рост цен как на сырье и материалы, так и на готовую продукцию резко ослабили внимание к определению себестоимости продукции. Из-за фискальных соображений внешних контролеров основное внимание в учете производственных затрат уделяется правомерности включения этих затрат в себестоимость продукции, а не точности ее калькулирования. Вместе с тем точное исчисление себестоимости — одна из предпосылок принятия обоснованных управленческих решений по организации производства и оптимизации прибыли. Контроль затрат и формирование себестоимости остаются важнейшим аспектом управленческого учета и информационного обеспечения управления.

Ускоренное развитие технического прогресса в сельском хозяйстве, внедрение более современной технологии производства, требуют дальнейшего совершенствования учета производства продукции животноводства, позволяющего, в свою очередь, обеспечить систематический контроль наличия поголовья, своевременное отражение всех изменений в составе поголовья скота, правильное определение прироста и другой продукции животных.

Актуальность для сельскохозяйственного производства достоверного и оперативного бухгалтерского учета и внутреннего контроля послужило основой для выбора темы исследования.

СПК «Спецавторемонт» является узкоспециализированным предприятием, так как отрасль животноводства занимает более 90 % в структуре денежной выручки. Специализация данного хозяйства – скотоводство с очень низким производством зерна.

Продуктивность животных – это основное хозяйственно полезное свойство. При рассмотрении продуктивности животных прослеживается динамика снижения удоя молока на 1 среднегодовую корову, приплода на 100 коров и среднесуточного прироста животных.

Выращивание молодняка животных и животных на откорме является для предприятия не эффективной. Об этом свидетельствуют показатели рентабельности по соответствующим годам, которые называют убыточность (таблица).

Все хозяйственные операции по движению исследуемого объекта отражаются в бухгалтерском учете на основе первичной и сводной документации.

Синтетический учет животных на выращивании и откорме ведется на активном счете 11 «Животные на выращивании и откорме» без ведения на нем субсчетов. Не ведется на предприятии такой важный документ как Книга учета движения животных и птицы. Аналитический учет животных на выращивании и откорме в СПК «Спецавторемонт» ведется в Отчете о движении скота и птицы, который заполняется в конце месяца на основании первичной и сводной документации.

На выращивание и откорм животные поступают по разным каналам: покупка, получение приплода от основного стада, перевод с других групп и т.д. В зависимости от каналов поступления производится оценка (дооценка), поступившего поголовья. Оприходование приобретенного молодняка животных и взрослого скота для доращивания и откорма производится по ценам приобретения с добавлением расходов, связанных с покупкой и доставкой.

Полученный приплод, привес и прирост живой массы в своем хозяйстве оценивают по плановой себестоимости в течение года. В конце года, после составления расчетов себестоимости 1 ц прироста и 1 ц живой массы, плановую оценку молодняка и животных на выращивании и откорме корректируют до уровня фактической (если фактическая себестоимость выше плановой делают дополнительную запись, если фактическая себестоимость ниже плановой, то производят уценку методом «красное сторно»).

Однако данная работа на предприятии выполняется не на должном уровне. Во-первых, формирование затрат ведется в регистрах произвольных форм по видам затрат, а не в разрезе статей. Заполняются регистры неаккуратно, что усложняет процесс чтения документа, его обработки. Во-вторых, документально не оформляется процесс исчисления себестоимости, закрытия счета, списания калькуляционных разниц. Все это, безусловно, влияет на качество данных учета и отчетности.

Основной задачей контроля является определение фактического наличия животных по их видам, внутри видов по учетным группам как в целом по хозяйству, так и материально-ответственным лицам. Фактическое наличие животных на выращивании и откорме устанавливается путем проведения инвентаризации. Результаты инвентаризации отражаются в инвентаризационных описях. Хотя качественная сторона их заполнения желает лучшего.

В целях совершенствования организации учета на предприятии, в частности, учета и внутрихозяйственного контроля животных на выращивании и откорме предлагается следующее:

1) разработать должностные инструкции работникам планово-учетного отдела;

2) усовершенствовать рабочий План счетов в части применяемых счетов 1 и 2 порядка;

3) внедрить график документооборота, усовершенствовав его форму;

4) вести учет движения животных на выращивании и откорме на бланках типовых форм;

5) добиться со стороны главного бухгалтера правильного заполнения первичной и сводной документации, путем ежеквартального проведения инструктажа лиц, участвующих в процессе их заполнения.

6) утвердить приказ о Перечне лиц, имеющих право подписи в первичных документах;

7) предусмотреть к счету 11 следующие субсчета:

11-1 – «Молодняк животных»

11-2 – «Животные на откорме»

11-3 – «Скот, принятый от населения для реализации»

8) применять для учета затрат производственный отчет по животноводству;

9) производить расчет себестоимости прироста молодняка животных и животных на откорме в калькуляционном листе;

В целях совершенствования внутреннего контроля считаем необходимым инвентаризацию животных на выращивании и откорме проводить регулярно 1 раз в квартал.

Внутреннему контролю должны подвергаться не только документы бухгалтерского учета, но и документы зоотехнического учета, для чего проводят их оценку и взаимную сверку в течение года, непосредственно после выполнения соответствующих хозяйственных операций.

Также к осуществлению внутривозвратных проверок наличия и движения животных должны привлекаться специалисты зоотехнической и ветеринарной службы.

Внедрение на предприятии автоматизации учета позволит:

- 1) значительно облегчить кропотливый труд работников бухгалтерии;
- 2) упростить и значительно сократить объем ошибок, непосредственно возникающих в процессе ручной обработки учетных данных;
- 3) сэкономить время и силы при составлении различного рода документации;
- 4) сократить затраты на хранение документов, так как в программе предусмотрены архивы, в которых документы «хранятся» в электронном виде.

Реализация на практике предложений по совершенствованию учета внутреннего контроля позволит улучшить качественные показатели бухгалтерского учета и отчетности.



Никейцева М.И., Шаламова Н.А.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И КОНТРОЛЬ РАСЧЕТОВ С ПОСТАВЩИКАМИ И ПОДРЯДЧИКАМИ В ОАО «БРЯНСКОРТСЕМОВОЩЬ», НОВОЗЫБКОВСКИЙ ФИЛИАЛ

Сельскохозяйственные предприятия ежедневно вступают в хозяйственные и договорные связи с поставщиками и покупателями, заготовительными организациями, различными дебиторами и кредиторами.

ОАО «Брянскортсеменовощ» имеет достаточную производственную базу. Денежная выручка предприятия за исследуемый период уменьшилась на 13,3% и в 2011 г. составила 1757 тыс. руб.. Незначительно снизилась среднегодовой стоимость основных фондов по сравнению с 2009 г., а вот стоимость оборотных активов за период с 2009 по 2011 гг. увеличилась на 7,9%. Снижение производства не способствовало образованию новых рабочих мест, в связи с чем, численность работников уменьшилась. Результат деятельности любого предприятия

характеризует прибыль. В Новозыбковском филиале ОАО «Брянск-сортсемевош» за последние три года получен убыток.

На предприятии наблюдается тенденция роста кредиторской задолженности на 114 тыс. руб. или в 6 раз по сравнению с 2009 г. Более половины объема кредиторской задолженности в Новозыбковского филиала ОАО «Брянсксортсемевош» составляют обязательства перед персоналом организации. Величина этих долгов увеличилась в 2011 г. в 8 раз. Кредиторская задолженность перед поставщиками и подрядчиками незначительна, а в 2009 г. вовсе отсутствует. Выявленная тенденция при снижении спроса на продукцию свидетельствует о финансовых затруднениях. Об этом же говорит и увеличение задолженности работникам по оплате труда.

Организация бухгалтерского учета в Новозыбковском филиале ОАО «Брянсксортсемевош» основывается на приказе об учетной политике организации. В учетной политике указано, что бухгалтерский учет в организации осуществляется бухгалтерией предприятия. В организации ведется децентрализованный учет. Бухгалтерии филиалов ведут синтетический и аналитический учет, составляют отдельный незаконченный баланс и отчетность. Головная бухгалтерия составляет сводный баланс и отчетность по организации.

Ведение бухгалтерского учета в хозяйстве осуществляется в соответствии с нормативными документами, имеющими разный статус. Одни из них обязательны к применению (Закон « О бухгалтерском учете», положения по бухгалтерскому учету), другие носят рекомендательный характер (план счетов, методические указания, комментарии).

Для учета расчетов с поставщиками и подрядчиками за приобретенное сырье, материалы и другие товарно-материальные ценности, а также за потребленные услуги и работы в ОАО «Брянсксортсемевош» используют пассивный счет 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками».

В ОАО «Брянсксортсемевош» применяют следующие формы расчетов: платежными поручениями с расчетных счетов, платежными требованиями, наличными деньгами, путем проведения взаимозачетов.

В регистрах журнально-ордерной формы учета расчеты с поставщиками учитываются в журнале–ордере № 6-АПК. С поставщиками, с которыми в течение месяца ведутся систематические расчеты по многим операциям, целесообразно накапливать в реестры. В конце месяца обороты по счету 60 из реестров переносят в журнал-ордер № 6-АПК, где на каждого поставщика отводят одну строку. В целях ЕСХН и для контроля за списанием сумм НДС в затраты в таблице 1 рассмотрен рекомендуемый вариант учета, который также предложен в проектах по совершенствованию учета.

В хозяйстве необходимо наладить аналитический учет по расчетам с поставщиками, подрядчиками и покупателями. С этой целью рекомендуется на каждого поставщика, подрядчика или покупателя заводить карточку клиента, где бы указывались: реквизиты организации- поставщика с отметкой работает он под реализацию или по системе предоплаты; номер и дата счета, по которому приобретены или отпущены товарно-материальные ценности; срок оплаты; сумма; фактическая оплата (сумма и дата); задолженность. Это дает возможность контролировать задолженность не только по суммам, но и по срокам погашения, вовремя выявлять просроченную задолженность и принимать все необходимые меры по ее устранению.

Для улучшения организации расчетов с поставщиками и подрядчиками в ОАО «Брянскортсемоощ» рекомендуются следующие мероприятия:

- 1) разработать учетную политику для целей налогообложения ЕСХН;
- 2) вести качественный контроль за списанием сумм НДС в затраты производства с использованием счета 19 «Налог на добавленную стоимость»;
- 3) применение накопительных реестров по отдельным поставщикам;
- 4) ведение отдельных учетных регистров для целей налогообложения ЕСХН;
- 5) ведение на каждого поставщика, покупателя карточки клиента;
- 6) следить за соотношением дебиторской и кредиторской задолженности;
- 7) контролировать оборачиваемость дебиторской и кредиторской задолженности;
- 8) внедрение автоматизированной формы учета обработки информации.

Предложенные мероприятия, в комплексе, могут улучшить качество учета в целом и в частности расчетов с поставщиками и подрядчиками.



ФОРМИРОВАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РАСЧЕТА СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ ОСНОВНОГО ПРОИЗВОДСТВА В ООО «МОЛОКО»

Финансовый результат деятельности предприятия во многом зависит не только от качества технологических процессов, конструктивного совершенства выпускаемой продукции, эффективности управления производством и квалификации кадров, но и от уровня необходимых затрат. А потому проблема учета затрат и калькулирования себестоимости продукции основного производства в настоящее время является актуальной.

Под калькулированием себестоимости в первую очередь подразумевается выявление издержек компании, их классификация и определение способа их распределения. Для этого проще всего применять детализированную аналитику к счетам и субсчетам бухгалтерского учета, позволяющие классифицировать каждый вид затрат – использование так называемых калькуляционных статей. Для упрощения распределения общих, или накладных расходов, по видам продукции (услуг, работ) опять же окажется полезной аналитическая группировка затрат.

Для организации бухгалтерского учета производственных затрат большое значение имеет выбор номенклатуры синтетических и аналитических счетов производства и объектов калькуляции.

При изучении учета исчисления себестоимости продукции особое место занимают методы калькулирования себестоимости. В настоящее время общепринятой классификации методов калькулирования не существует. В международной практике учета чаще всего принято выделять такие критерии их обособления, как полнота включения затрат (калькулирование полной и неполной себестоимости), время возникновения затрат (калькулирование фактической и нормативной себестоимости), организация производства (попроцессный, заказный методы калькулирования).

Для отечественной практики учета традиционным является метод калькулирования полной себестоимости. Его суть заключается в том, что прямые затраты непосредственно относят на себестоимость, а косвенные – пропорционально выбранной базе распределения.

Подобную ситуацию можно рассмотреть на примере ООО «Молоко», основным видом деятельности данного предприятия является переработка сельскохозяйственной продукции.

Для оценки состава производственных затрат на предприятии и

определения доли каждого вида в общей структуре затрат на производство рассмотрим таблицу.

Состав и структура затрат по элементам ООО «Молоко»

Элементы	2009 г.		2010 г.		2011 г.		2011 г. в % к	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	2009 г.	2010 г.
Материальные затраты	369942	93,4	243804	91,2	490215	93,7	132,5	в 2,0 р.
Затраты на оплату труда	19179	4,8	17771	6,6	22296	4,3	116,3	125,5
Отчисления на социальные нужды	3765	1,0	4172	1,6	6217	1,2	165,1	149,0
Амортизация	3227	0,8	1721	0,6	4294	0,8	133,1	в 2,5 р.
Итого затрат по основному производству	396113	100	267468	100	523022	100	132,0	195,5

Анализируя данные таблицы, следует отметить, что в структуре затрат по обычным видам деятельности в разрезе элементов в течение 2009-2011 гг. наибольший удельный вес занимали материальные затраты. Значительная доля в структуре расходов в течение анализируемого периода принадлежала затратам на оплату труда. Наименьший удельный вес в течение рассматриваемых лет занимала амортизация.

Принципы и порядок учета затрат на производство продукции на предприятии установлены в учетной политике. В настоящее время отечественные предприятия имеют возможность разделения бухгалтерского учета на финансовый и управленческий. В частности, организация управленческого учета служит основой для принятия верных и своевременных решений управленческого персонала на основе учетной информации, большее значение из которой принадлежит информации о затратах на производство и исчисление себестоимости продукции.

Однако в ООО «Молоко» управленческий учет не получил достаточного обособления, поэтому необходимую информацию пользователи получают из финансового учета. Тем не менее учет затрат и формирование себестоимости на предприятии отвечает основным принципам:

1. Документальное подтверждение затрат.
2. Производственное подтверждение затрат.
3. Независимость отнесения затрат на себестоимость от факта оплаты.

При осуществлении процесса производства все производственные операции находят отражение в первичной и сводной документации. Документальное оформление движения сырья и материалов осуществляется в производственных подразделениях (цехах) непосредственно начальниками цехов, затем данная документация направляется в бухгалтерию, где на основании всей информации проводится синтетический и аналитический учет затрат и исчисление себестоимости.

Учет затрат в ООО «Молоко» ведется с подразделением на прямые, собираемые по дебету счета 20 «Основное производство», 23 «Вспомогательное производство» и косвенные, отражаемые по дебету счетов 25 и 26 «Общепроизводственные расходы» и «Общехозяйственные расходы». В конце отчетного периода данные затраты включаются в себестоимость продукции в результате распределения. За базу распределения на предприятии принимается объем продукции с учетом получения положительного финансового результата от цены реализации. Однако обоснованного распределения и расчета себестоимости на предприятии нет.

К счету 20 не предусмотрено выделение субсчетов. Следовательно, учет затрат в течение месяца ведут в целом по счету - «котловым методом» без учета выпускаемых видов продукции, что не способствует анализу деятельности при производстве каждого вида продукции в момент ее выпуска.

Регистрами, в которых отражены затраты основного производства за месяц в разрезе корреспондирующих счетов выступают Анализ счета 20, Оборотно-сальдовая ведомость по счету 20 и Главная книга.

Поскольку ежедневное производство продукции представляет собой законченный процесс, результатом которого является готовая товарная продукция, то исчисление себестоимости каждый месяц целесообразно, что объясняет особенность учета в ООО «Молоко» - отсутствие планирования производственных затрат, и соответственно плановой себестоимости.

После того как проведен учет фактических затрат на производство и их распределение по видам выпускаемой продукции, осуществляется

исчисление фактической себестоимости как отношение общей суммы затрат на производство к выходу продукции данного вида. Себестоимость готовой продукции на ООО «Молоко» исчисляется в специализированном документе – Журнале себестоимости готовой продукции.

В результате осуществления этих процедур счет 20 закрывается и составляется следующая корреспонденция:

Дт 43 Кт 20 – списание стоимости произведенной продукции.

Система учета затрат и исчисления себестоимости практически полностью отвечает условиям хозяйствования ООО «Молоко», имеет необходимую основу и соответствует принципам учета, однако как и любая действующая система требует постоянного совершенствования.



КАФЕДРА ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ И ТЕХНОЛОГИЙ

Акименков А.А., Ульянова Н.Д.

РАЗРАБОТКА ЭЛЕКТРОННОГО ВАРИАНТА УЧЕБНО- МЕТОДИЧЕСКОГО ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ИНФОРМАТИКА И ПРОГРАММИРОВАНИЕ»

Вторая половина XX века стала периодом перехода к информационным обществам. Лавинообразный рост объемов информации принял характер информационного взрыва во всех сферах человеческой деятельности. Появление электронных образовательных изданий можно воспринимать как качественно новую ступень информатизации образования, поскольку развитие и совершенствование информационной среды сферы образования зависит от обеспечения системы образования как в целом, так и каждого учебного заведения в отдельности специализированными подразделениями, приспособленными для организации деятельности со средствами новых информационных технологий.

Особенность электронных образовательных изданий заключается в том, что при заочных и дистанционных формах обучения часть лекционной составляющей незначительна, так как доля самостоятельной работы вне контакта с преподавателем играет основную роль. Использование новых информационных технологий для создания учебно-методических комплексов и электронных средств обучения позволяет повысить эффективность самостоятельной работы.

Среди электронных образовательных изданий по дисциплине «Информатика и программирование» самыми распространенными являются текстовые символьные издания в виде отдельного файла, наиболее часто представленные в pdf формате. В то время как полноценные электронные издания имеют преимущество в виде способов и полноты предоставляемой информации. Самые популярными инструментами создания электронных учебно-методических пособий являются HTML-редакторы FrontPage, Dreamweaver и система управления курсами Moodle.

На базе кафедры информационных систем и технологий Брянской ГСХА выполнена разработка электронного учебно-методического пособия по дисциплине «Информатика и программирование».

При запуске электронного учебно-методического пособия на экране появляется главная страница. На ней располагаются ссылки на все основные элементы пособия. Разработка включает аннотацию, 17 лекций, 7 практических работ, 6 индивидуальных заданий, тестовые задания по двум основным темам, глоссарий, список литературы и раздел «Учебная практика».

Лекционный материал включает 3 раздела, состоящих из лекций, а так же блока контрольных вопросов. Перемещение между лекциями реализовано добавлением списка ссылок в содержание лекции.

Разделы «Лабораторный практикум» и «Индивидуальные задания» (рис. 1) включают в себя элементы «задание» и «страница», что позволяет анализировать результат работы студента.

В меню / ММ / Лабораторный практикум / 1.7. Организация ввода-вывода с помощью файла последовательного доступа

ДОБАВИТЬ БЛОК
Добавить...

1.7. Организация ввода-вывода с помощью файла последовательного доступа

Управление. Заполнение и расчет таблицы

Задача. По данным таблицы 1 рассчитать стоимость продукции по каждой культуре и общую стоимость. Результаты вычислений и исходные данные оформить в виде таблицы.

Таблица 1

Расчет стоимости продукции			
Наименование продукции	Количество продукции, кг	Цена 1 кг продукции, руб.	Стоимость продукции, руб.
Пшеница	125	3,4	
Рожь	110	2,7	
Картофель	89	2,5	
Овощи	77	14,1	
Кануства	54	3,3	
Морковь	69	3,9	
Итого	-	-	

Решение:
 Обозначим: I – номер продукции;
 PS – название продукции;
 K – количество продукции;
 C – цена 1 кг продукции, руб.;
 S – стоимость продукции, руб.;
 O – общая стоимость продукции, руб.

Тогда
 $S_i = K_i * C_i, i=1,6$

Рис. 1. Фрагмент лабораторного практикума для изучения дисциплины «Информатика и программирование»

Раздел тестовых заданий предполагает оценку знаний студентов (рис. 2).

ВОПРОСЫ

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12
 13 14 15 16 17 18 19 20

Тест окончен

Осталось время 0:28:42

Начать просмотр

ДОБАВИТЬ БЛОК
Добавить...

вопрос 1
 вопрос без ответа
 информатика
 1,00
 Считать вопрос
 Редактировать вопрос

При заданных исходных данных(A=2, B=8) определите результаты выполнения алгоритма, изображенного в виде блок-схемы:

```

    graph TD
      Start([начало]) --> Read([A=2, B=8])
      Read --> Cond{A > B}
      Cond -- ДА --> X1(X:=B)
      Cond -- НЕТ --> X2(X:=A)
      X1 --> X3(X:=X+1)
      X2 --> X3
      X3 --> Print([Вывод: X])
      Print --> End([конец])
    
```

Выберите единственный ответ:

1. X=8
 2. X=6
 3. X=10
 4. X=16

Далее

Moodle для этой страницы

Образовательный портал БГСА
 Все права защищены © 2010 - 2013

Рис. 2. Фрагмент тестовых вопросов для изучения дисциплины «Информатика и программирование»

Раздел «Учебная практика» содержит ссылку для скачивания программы учебной практики (рис. 3). Для успешного прохождения учебной практики студент имеет возможность скачать пособие как файл и (или) открыть файл в текстовом редакторе MS Word.



Рис. 3. Последовательность этапов для использования программы учебной практики по дисциплине «Информатика и программирование»

Пособие содержит глоссарий, в котором дается определение в алфавитном порядке всех понятий, встречающихся в учебно-методическом пособии. Аннотация электронного учебно-методического пособия дает краткую характеристику всех разделов.

Разработанный электронный вариант учебно-методического пособия по дисциплине «Плодоводство» будет использоваться в учебном процессе Брянской ГСХА, с размещением, как в локальной сети академии, так и на ее сайте.

Пособие располагается в системе «Moodle» Брянской БГСХА, внедрено в учебный процесс для студентов экономического факультета, что предоставляет уникальную возможность преподавателю обновления материала и контроля знаний студентов, создает благоприятные условия для активной самостоятельной работы студентов очного и заочного обучения.

СОЗДАНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ДИСТАНЦИОННОМ ОБРАЗОВАНИИ ЭЛЕКТРОННЫХ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИХ ПОСОБИЙ

В последние годы в системе образования Российской Федерации проводятся работы по интеграции средств информационных и коммуникационных технологий, научно-методического обеспечения учебного процесса и научных исследований с целью объединить наработки системы образования с новейшими информационными технологиями, что вызвано желанием сформировать в России открытое образовательное пространство, доступное для широких слоев населения.

По этой причине многие государственные и негосударственные учебные заведения приступили к освоению и внедрению в практику технологий дистанционного обучения. Использование информационно-коммуникационных технологий представляет собой новый уровень мыслительной, творческой, коммуникативной и исполнительской деятельности и ведет к коренной перестройке различных сторон деятельности, включая учебную и обучающую.

Как правило, в дистанционной форме обучения применяются электронные учебно-методические пособия, использование которых способствует решению проблемы постоянного обновления информационного материала.

По заданию Брянской ГСХА студентами специальности «Прикладная информатика в экономике» был разработан электронный вариант учебно-методического пособия по дисциплине «Базы данных» для студентов экономических специальностей.

Предварительно было изучено современное состояние использования электронных учебников в дистанционном обучении. Проведен поиск и анализ существующих электронных учебно-методических пособий по дисциплине «Базы данных». Выявлены их достоинства и детально изучена методика создания компьютерных обучающих систем.

Разработано электронное учебно-методическое пособие, отвечающее требованиям и стандартам. В качестве программного средства для разработки электронного пособия был выбран пакет программ Adobe Dreamweaver CS3 v9.0. Меню создано с помощью программного средства DTML menu 9, Visual CSS QuickMenu, тест выполнен с помощью языка Java script. Java script – это язык программирования, используемый в составе HTML страниц, с целью увеличения функциональности сайта. С помощью Java script создают функционирующие Web – страницы.

Автором текста электронного учебно-методического пособия «Базы данных» является профессор кафедры информационных систем и технологий доктор экономических наук Ожерельева М.В.

Локальные файлы	Размер	Тип	Изменен
Веб-сайт - База данных (C:\Users\...		Папка	16.05.2013 10:46
kontrol		Папка	16.05.2013 10:23
test1.htm	13KB	Chrome HTML...	24.04.2013 11:56
test2.htm	8KB	Chrome HTML...	24.04.2013 11:56
test3.htm	8KB	Chrome HTML...	24.04.2013 11:56
test4.htm	9KB	Chrome HTML...	24.04.2013 11:56
test5.htm	8KB	Chrome HTML...	24.04.2013 11:56
test6.htm	1KB	Chrome HTML...	24.04.2013 11:56
test7.htm	1KB	Chrome HTML...	24.04.2013 11:56
v1.htm	3KB	Chrome HTML...	24.04.2013 11:55
v2.htm	3KB	Chrome HTML...	24.04.2013 11:55
v3.htm	3KB	Chrome HTML...	24.04.2013 11:55
v4.htm	3KB	Chrome HTML...	24.04.2013 11:55
v5.htm	3KB	Chrome HTML...	24.04.2013 11:55
v6.htm	2KB	Chrome HTML...	24.04.2013 11:55
v7.htm	2KB	Chrome HTML...	24.04.2013 11:55
kursovaya		Папка	16.05.2013 10:23
pri1.htm	1KB	Chrome HTML...	24.04.2013 13:16
pri2.htm	1KB	Chrome HTML...	24.04.2013 13:16
picture		Папка	16.05.2013 10:23
practika		Папка	16.05.2013 10:23
teoria		Папка	16.05.2013 10:23
Pictures		Папка	16.05.2013 10:23
Tema1		Папка	16.05.2013 10:23
Tema2		Папка	16.05.2013 10:23
Tema3		Папка	16.05.2013 10:23
Tema4		Папка	16.05.2013 10:23
Tema5		Папка	16.05.2013 10:23
Tema6		Папка	16.05.2013 10:23
Tema7		Папка	16.05.2013 10:23
7.1.htm	9KB	Chrome HTML...	14.05.2013 15:13
7.2.htm	30KB	Chrome HTML...	14.05.2013 15:13
7.3.htm	15KB	Chrome HTML...	24.04.2013 12:00
test		Папка	16.05.2013 10:23
vse		Папка	16.05.2013 10:23
index.htm	2KB	Chrome HTML...	24.04.2013 12:11

Рис. 1. Файловая структура электронного учебно-методического пособия по дисциплине «Базы данных»

На рис. 1 изображена файловая структура созданного электронного учебника. Каждая папка включает в себя теоретический, практический материал, тест и контрольные вопросы по каждой теме. Также включает в себя папку «pictures», где находятся рисунки, используемые при создании электронного учебно-методического пособия.

Главная страница учебника представляет собой навигационную структуру, которая позволяет попасть в интересующий нас раздел.

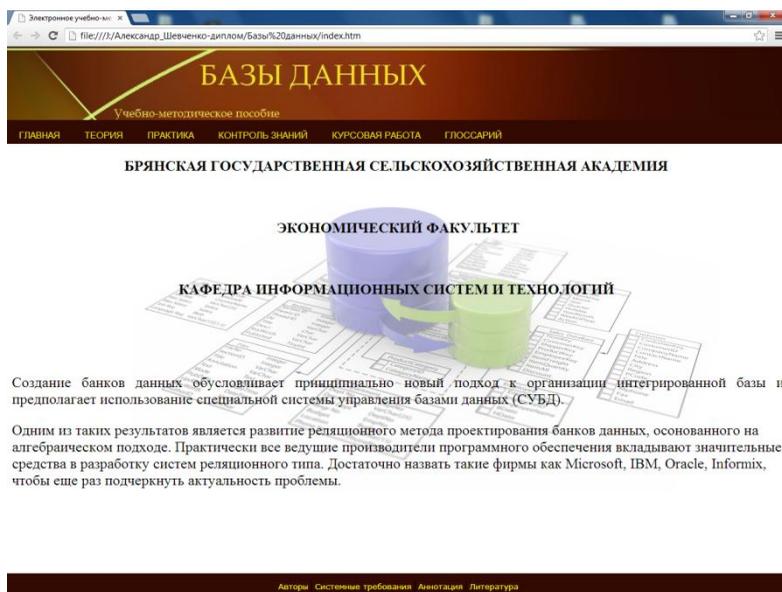


Рис. 2. Главная страница электронного учебно-методического пособия по дисциплине «Базы данных»

Учебник содержит 7 глав, каждая из которых содержит теоретический материал, контрольные вопросы, задачи для самостоятельного решения и тестовые задания по темам баз данных, глоссария, списка рекомендуемой литературы и справочных таблиц.

Изучив лекционную часть, студент при помощи кнопки «Практика» попадает на страницу практических заданий. Они представляют собой лабораторные работы, которые студент должен сделать в течение изучения данной дисциплины, служащие для закрепления теоретического материала.

Учебным планом предусмотрено выполнение курсовой работы, целью которой является закрепление знаний, полученных при изучении теоретической части. С помощью тестовых заданий студент может проверить свои знания и сразу получить оценку по выбранной теме.

Приоритетным направлением является удобство работы, как студента, так и преподавателя. Например, для удобства использования

гlossария, применяются якорные ссылки, словарь терминов открывается в новом окне, тем самым не мешая основному учебному процессу.

Внедрение электронного варианта учебно-методического пособия улучшает методическую обеспеченность учебного процесса, повышает качество усвояемости материала студентами, расширяет возможности студентов для самоподготовки к зачету, а также по выполнению индивидуальных и контрольных работ, облегчает труд преподавателя по выдаче материала, проверке текущих и итоговых знаний студентов и т.д.

Разработанный электронный вариант учебно-методического пособия по дисциплине «Базы данных» может быть использован в учебном процессе, с размещением как в локальной сети академии, так и на ее сайте, что предоставляет уникальную возможность обновления материала, создает благоприятные условия для активной самостоятельной работы студентов и облегчает труд преподавателя.



Какоша А.А., Бишутина Л.И.

АВТОМАТИЗАЦИЯ НАЧИСЛЕНИЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В МУП «СУРАЖСКИЙ РАЙОННЫЙ ВОДОКАНАЛ»

Во все времена начисление заработной платы считалось одной из сложнейших операций в любой организации. С ростом предприятий, увеличением числа сотрудников, изменением законодательства данный процесс все более усложнялся.

Но разработчики не стояли на месте, и придумывали способы упрощения процедуры начисления зарплаты. Расчет заработной платы — сложный процесс, требующий значительных усилий со стороны финансового персонала компании. Достаточно вспомнить, сколько времени и сил уходит на то, чтобы правильно рассчитать все выплаты и удержания в структуре заработной платы сотрудников, точно определить величину налоговых вычетов, начислить и уплатить социальные взносы, своевременно подготовить и сдать обязательную квартальную и годовую отчетность.

Кроме того, на бухгалтера ложится дополнительная нагрузка по отслеживанию и правильному применению всех законодательных нововведений, которые непосредственно влияют на расчет заработной платы, будь то новые алгоритмы расчетов или изменившиеся налоговые ставки.

В МУП «Суражский районный водоканал» в целях автоматизации начисления зарплаты был приобретен программный продукт «1С: «Зарплата и управление персоналом», который существенно облегчит труд бухгалтера и экономиста. Данный программный продукт разработан сравнительно недавно, практических рекомендаций по внедрению недостаточно. Возникла необходимость внедрения программного продукта, начиная с автоматизации кадрового учета, автоматизации начисления заработной платы.

Для автоматизации данного процесса необходимо проанализировать кадровый учет предприятия, справочники по доплатам, начисление пособий по временной нетрудоспособности, отпусков, авансов, формирование табелей учета рабочего времени.

Предварительным этапом начисления заработной платы является правильное и полное отражение кадрового учета по каждому работнику.

The screenshot shows a software window titled 'Сотрудники: Андросенко Валерий Николаевич'. Below the title bar is a menu bar with 'Действия' and 'Вести документ'. The main area contains a form with the following fields:

- Имя: Андросенко Валерий Николаевич
- Ф.И.О.: Андросенко Валерий Николаевич
- Трудовой договор: Договор №: 0000022 от: 03.02.2012
- Действует с: . . по . . Испытание на срок, мес.: 0.0
- Обосobl. подр.: МУП "Суражский районный водоканал"
- Подразделение: МУП "Суражский районный водоканал"
- Должность: Слесарь КНС
- График работы: Пятидневка Кол. ставок: 1.00
- Основная оплата при приеме на работу: Вид расчета: Оклад по дням Тариф \ Оклад: 4 450.00
- Группа сотрудника: [empty]

Рис. 1. Экранная форма справочника «Сотрудники», вкладка «Трудовой договор»

После внесенной в информационную базу всей кадровой документации, настройки всех справочников связанных с начислением заработной платы, можно приступить к поэтапному начислению зарплаты.

Для расчета зарплаты необходимо заполнить таблицу учета рабочего времени. В программе предусмотрено 2 вида таблиц, которые различаются способом учета рабочего времени: «по дням периода» и

«сводно, в целом за период». Для предприятия характерны оба способа учета рабочего времени.

Документ «Начисление зарплаты», в котором указываем месяц и период начисления заполняется автоматически списком сотрудников, по которым в данном периоде идет начисление зарплаты, со всеми существующими доплатами, при условии, что на предварительном этапе работы не допущено ошибок.

Следующим этапом является выплата зарплаты сотрудникам. На предприятии МУП «Суражский районный водоканал» зарплата выплачивается двумя способами: через кассу и через банк. При выплате через банк в программе создается документ «Выписка из банка на перечисление зарплаты», который подтверждает зачисление зарплаты на счета работников организации, со счета организации.

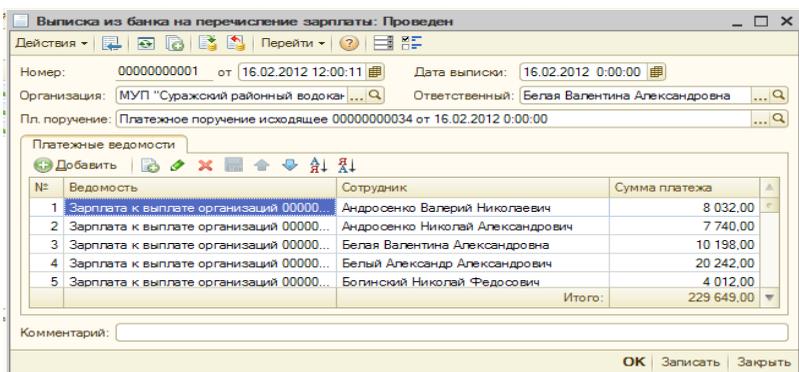


Рис. 2. Экранная форма документа «Выписка из банка на перечисление зарплаты»

В результате проведенной автоматизации предприятие МУП «Суражский районный водоканал» на данном этапе автоматизировано достаточно хорошо. На предприятии установлен ряд информационных систем, которые существенно облегчают труд работников бухгалтерии, среди которых: «1С: Предприятие 8.2», «1С: Зарплата и управление персоналом», программа подготовки отчетных документов для пенсионного фонда РФ – «Spn_Orb», программный пакет MS Office 2003, программный комплекс «Налогоплательщик», автоматизированная система «Клиент-Сбербанк».



ПРОБЛЕМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ ЗАКУПКИ МОЛОКА В ТНВ «СЫР СТАРОДУБСКИЙ»

Для руководителя любой организации стоит задача повышения прибыльности, эффективности работы персонала и оптимизации структуры управления. В ходе исполнения этих задач образуется большое количество документов, в которых отражается различная информация. Грамотное и эффективное использование информация, является важнейшим фактором развития предприятия.

Автоматизация бухгалтерского учета способствует уменьшению трудоемкости учета, но не позволяет в полной мере сделать его оперативным, сократить сроки на остальные отчетности. Наиболее полно эти вопросы решаются в условиях автоматизации всего комплекса учетных работ. Особое значение придается разработке пакетов прикладных программ, реализующих автоматизированное решение всех типовых задач бухгалтерского учета. В настоящее время автоматизация бухгалтерского учета с помощью персонального компьютера не является сложной задачей ни для разработчика, ни для пользователя бухгалтерских программ. Освоение бухгалтерами компьютеров на уровне не только пользователя, но и программирования (а сегодня это уже квалификационное требование) позволило кардинально пересмотреть стратегию бухгалтерских программ. Как оказалось, эффективнее иметь единую структуру базы данных для всех участков бухгалтерского учета. Сетевые версии бухгалтерского учета решили проблему зависимости работы участков от времени доступа к единой базе.

Актуальностью исследования заключается в том, что доступность современных компьютерных технологий и возросший уровень компьютерной образованности специалистов в области экономики и бухгалтерского учета позволяют создавать в короткое время программные приложения высокого качества с требуемым набором функций. В настоящее время для автоматизации учета сырья существуют множество программ, такие как: «Склад производства», «Склад» «ИНФО - Бухгалтер», «1С: Предприятие 8». На анализируемом предприятии для решения задач автоматизации процесса закупки молока целесообразно использовать программу «1С: Предприятие 8».

В процессе закупки молока формируются отчеты и документы. Для обработки информации о поступившем на предприятие сырья используются различные журналы, ведомости, счета-фактуры и другие документы.

Разработана технологическая схема процесса автоматизации учета закупки молока. Составлены контекстная диаграмма и диаграмма декомпозиции.

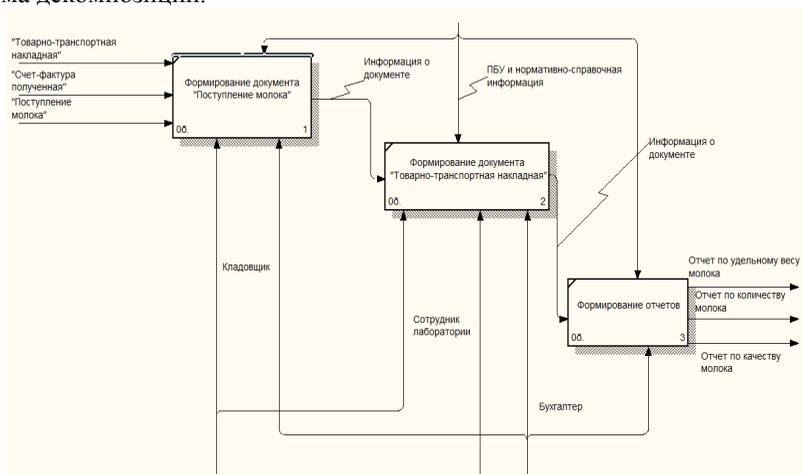


Рис. 1. Диаграмма декомпозиции

На предприятии ТНВ «Сыр Стародубский» молоко учитывается в документах: «Поступление молока», «Товарно-транспортная накладная» и оба этих документа заполняются вручную. Для того чтобы облегчить процесс заполнения документов, мы разработали приложения. Были разработаны: экранная и печатная форма документов «Поступление молока» и «Товарно-транспортная накладная».

Объекты, созданные в системе

Типы объектов	Созданные объекты
Справочники	Банки, Банковские счета, Виды контактной информации, должности, Контрагенты, Номенклатура, Сорт молока, Сотрудники, Транспортные средства, Физические лица
Документы	Поступление молока Товарно-транспортная накладная
Отчеты	По количеству молока По качеству молока По учету удельного веса поставщиков молока
Журналы	Учет закупки молока

Это позволит упростить и ускорить рабочий процесс на предприятии. Также в разработанном модуле были созданы справочники, отчеты и журнал.

Суммарные затраты на разработку системы автоматизации молока составили 47251 руб.

Косвенные эффекты, которые будут являться дополнительным преимуществом для ТнВ «Сыр Стародубский», от использования автоматизации закупки молока:

- снижение трудоемкости работ;
- обеспечение оперативного доступа к информации;
- уменьшение количества ошибок при расчетах;
- обеспечение раскрытия затрат по статьям;
- предоставление руководителю информации по качеству сырья;
- упрощает и повышает эффективность работы сотрудников организации.



Храмченков М.А., Ожерельева М.В.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИХ ПОСОБИЙ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Образовательное пространство все больше и больше становится информационным пространством, основным инструментом для формирования которого служат информационные технологии. Информационная образовательная среда позволяет модернизировать учебные методики, расширяет и выравнивает уровни доступа людей к образовательным услугам, в то время как сети дистанционного обучения соединяют и объединяют людей, накапливают и делают информацию доступной.

Для обеспечения учебно-методической литературой по дисциплине «Организация, нормирование и оплата труда на предприятиях АПК» для студентов специальностей 080502 - «Экономика и управление на предприятии АПК», 080109 – «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» было разработано электронное учебно-методическое пособие.

Для создания модели работы электронного учебно-методического пособия использовалась стандартная методика моделирования бизнес-процессов IDEF0. Основная идея, которой состоит в описании работы электронного учебно-методического пособия в целом. В виде контекстной диаграммы показан моделируемый процесс.

Модели присвоено имя «Разработка электронного варианта учебно-методического пособия».

Чтобы более детально рассмотреть моделируемый процесс была создана диаграмма декомпозиции. Она содержит семь работ. Данная диаграмма послужила основанием для разработки электронного учебно-методического пособия. Был проведен анализ теоретического материала предлагаемого к изучению студентам, разработана структура учебно-методического пособия.

На рисунке 1. изображена файловая структура разработанного электронного учебно-методического пособия «Организация, нормирование и оплата труда на предприятиях АПК». Структура электронного варианта учебно-методического пособия состоит из главной страницы, четырех корневых папок, содержащие ресурсы учебника.

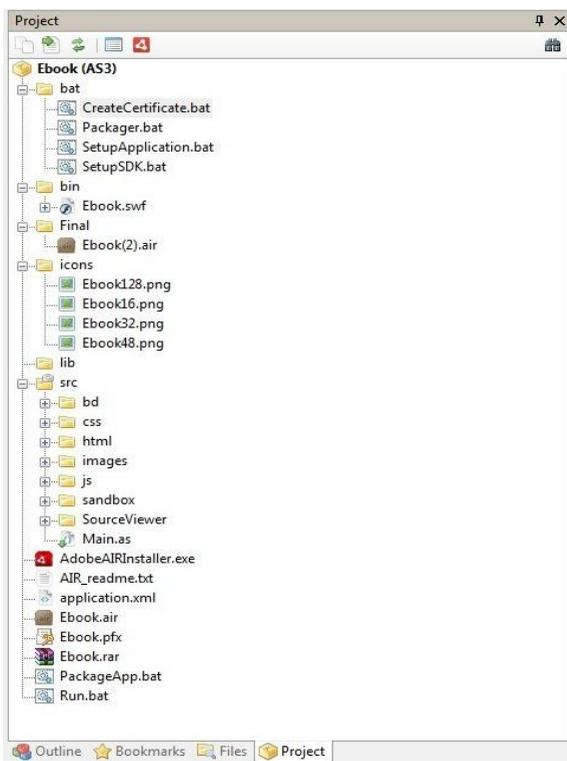


Рис. 1. Файловая структура электронного учебно-методического пособия

Для создания электронного учебно-методического пособия использовался программный продукт FlashDevelop 4.0.1 RTM. На стартовой странице электронного учебно-методического пособия размещена навигационная панель, позволяющая переместиться в пять разделов учебного пособия: в глоссарий, содержание, тестирование, в графу «Об авторе» и руководство пользователя. В левой верхней части пособия находится вертикальное меню необходимое для навигации по разделам учебника. Вертикальное меню содержит теоретический и практические курсы, а также дополнительные материалы, включающие темы по курсовым работам, приложения и список дополнительной литературы.

Закончив изучение теоретической части учебника, студент при помощи панели содержания переходит на практический курс, служащий для закрепления лекционного материала. Практический курс сопровождается приложениями, которые состоят из вспомогательных таблиц, включающие в себя показатели для расчета формул и необходимых нормативов. Практикум включают формулы, рисунки и таблицы. Электронно-учебное пособие «Организация, нормирование и оплата труда на предприятиях АПК» оснащено глоссарием с алфавитным указателем, тем самым сокращая время поиска необходимого термина. При освоении теоретического и практических курсов студент может оценить свои знания по средствам тестового контроля. Тест содержит 40 вопросов. На каждый вопрос предложено 3-5 вариантов ответов, из которых нужно выбрать один правильный.

Суммарные затраты на создание электронного учебно-методического пособия составляют – 33995 руб. Опираясь на эти результаты можно сказать, что использование в учебном процессе электронного варианта учебно-методического пособия является экономически и методически целесообразным. Кроме того, внедрение электронного учебно-методического пособия дает следующие косвенные эффекты:

1. улучшается методическая обеспеченность учебного процесса;
2. электронное учебно-методическое пособие позволяет без существенных затрат модернизировать учебный курс, в соответствии с новейшими разработками в данной области;
3. расширяется возможность самоподготовки к зачетам и экзаменам;
4. облегчается труд преподавателя по проверке знаний студентов и т.д.



ЭЛЕКТРОННОЕ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ПЛОДОВОДСТВО»

Информационный взрыв породил множество проблем, важнейшей из которых является проблема обучения. Особый интерес представляют вопросы, связанные с автоматизацией обучения, поскольку «ручные методы» без использования технических средств давно исчерпали свои возможности. Наиболее доступной формой автоматизации обучения является применение ЭВМ, то есть использование машинного времени для обучения и обработки результатов контрольного опроса знаний обучаемых. Все большее использование компьютеров позволяет автоматизировать, а тем самым упростить ту сложную процедуру, которую используют и преподаватели при создании методических пособий.

Электронные учебно-методические пособия успешно используются в системе дистанционного обучения, которая позволяет обучающимся в автономном режиме не только осваивать дисциплины, но и проверять свою готовность к прохождению аттестаций с помощью тестов самоконтроля.

В данный момент, на просторах интернета сложно найти качественное электронное издание по дисциплине «Плодоводство». В основном они выглядят в форме отсканированных страниц каких-либо книг и журналов на данную тематику. Для полного «погружения» и понимания интересующей области знаний необходимо полноценное электронное пособие.

Самые популярными инструментами создания электронных учебно-методических пособий являются HTML-редакторы FrontPage, Dreamweaver и система управления курсами Moodle.

На базе кафедры информационных систем и технологий Брянской ГСХА выполнена разработка электронного учебно-методического пособия по дисциплине «Плодоводство». При разработке были использованы следующие программные продукты: пакет MS Office, графические редакторы Adobe Photoshop, Paint, браузеры Opera и Google Chrome, система управления курсами Moodle.

Данное пособие состоит из следующих разделов: лекционный материал (11 тем), 15 лабораторных работ, тестовые задания (более 100 вопросов по 5 темам), монография ученых Брянской ГСХА «Плодоводство», дополнительные материалы, 6 учебно-методических пособий, информация о выдающихся ученых плодоводах, предлагаемая для изучения литература, систематика, глоссарий.

При изучении каждой темы лекции указываются цель и перечисляются наглядные пособия, представлен план лекции, используемая литература и контрольные вопросы. К каждому подразделу лекции можно перейти по гиперссылке. Кроме того, из каждого подраздела лекции существуют ссылки с переходом на первую страницу лекции и к другим подразделам.

Для выполнения лабораторной работы, исполнение которой предполагает заполнение страниц от руки (например, нарисовать рисунок), необходимо скачать лабораторную работу как файл, открыть файл в текстовом редакторе MS Word, распечатать и выполнить задания, затем отсканировать результаты и сохранить файл с указанием фамилии исполнителя в имени файла, загрузить файл на данной странице.

В блоке «Дополнительные материалы» можно воспользоваться презентацией «Сорта ремонтантной малины» и просмотреть альбомы с иллюстративными рисунками к размещенной монографии.

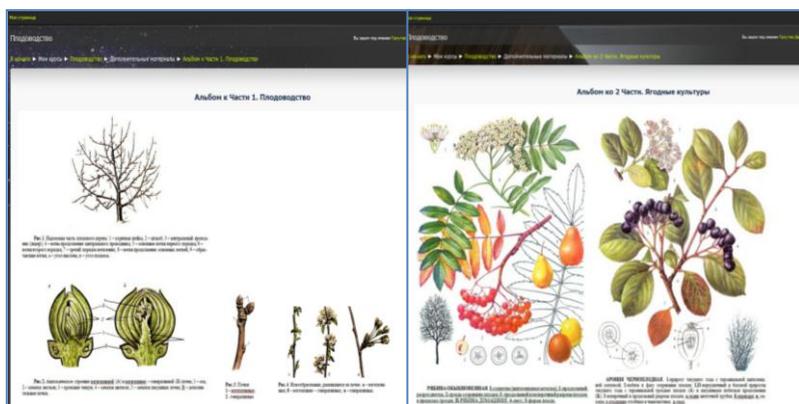


Рис. 1. Дополнительный материал для изучения дисциплины «Плодоводство»

Такие материалы как глоссарий, систематика (рис. 2) могут использоваться для расширения знаний обучаемого в области основных терминов и названий плодоводства.

Разработанный электронный вариант учебно-методического пособия по дисциплине «Плодоводство» будет использоваться в учебном процессе Брянской ГСХА, с размещением, как в локальной сети академии, так и на ее сайте,

Моя страница

Плодоводство

В начало ► Мои курсы ► Плодоводство ► Тема 14 ► Систематика

Название	Виды	Международное название
Абрикос		Armeniaca Scop.
	обыкновенный	vulgaris Lam.
	сибирский	sibirica (L.) Lam.
	маньчжурский	mandshurica(Maxim.) Skvorts.
Авокадо (персея)		Persea Mill.
	американское	americana Mill.
Айва		Cydonia Mill.
	обыкновенная	oblonga Mill.
Актинидия		Actinidia Lindl.
	аргута (кишмиш крупный)	arguta (Sieb. et Zucc.) Planch. et Mig.
	коломикта (изюм)	kolomikta (Rupr.) Maxim.
	полигамная (перчик, носатая)	polygama (Sieb. et Zuss.) Maxim.
	Жиральда (Джиральди)	geraldi Diels

Рис.2. Систематика

Разработанное электронное учебно-методическое пособие позволяет качественно и в любое время оказать помощь при обучении по дисциплине «Плодоводство». Пособие располагается в системе «Moodle» Брянской БГСХА, внедрено в учебный процесс для студентов агроэкологического факультета, что предоставляет уникальную возможность обновления материала, создает благоприятные условия для активной самостоятельной работы студентов очного и заочного обучения.



Баханцов А.Н., Лысенкова С.Н.

РАЗРАБОТКА ЭЛЕКТРОННОГО ВАРИАНТА УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЭКСПЛУАТАЦИЯ МАШИННО-ТРАКТОРНОГО ПАРКА»

Важной отличительной особенностью современного этапа развития общества является его информатизация. Не осталась в стороне и глобальная информатизация образования.

Имеющийся в настоящее время отечественный и зарубежный опыт информатизации среды образования убедительно свидетельствует о том, что она позволяет существенным образом повысить эффек-

тивность образовательного процесса. Информатизация образования создает хорошие предпосылки для широкого внедрения в педагогическую практику новых методических разработок, направленных на интенсификацию учебного процесса, реализацию инновационных идей образовательного процесса.

Использование электронно-методических пособий является одной из составляющих развития современного образовательного процесса.

Преимущество электронно-методических пособий заключается в том, что они позволяют обучаться не только «здесь и сейчас», но и дистанционно, а также, технология обновления научной и учебной информации в электронных средствах обучения, по сравнению с печатными изданиями, выигрывает в финансовом плане. Электронные пособия обладают интерактивностью, при этом студент становится субъектом образовательного процесса.

Практика использования электронно-методических пособий в образовании показала, что студенты более качественно усваивают предложенный им материал. Об этом так же свидетельствуют и результаты тестирования, проведенные в конце изучения курса.

В процессе разработки электронного-учебного пособия выполняются следующие этапы:

1. Изучение теоретических основ использования электронных учебно-методических пособий.

Анализ современного состояния использования электронных учебников в образовании и учебников по техническим специальностям в частности. Выполняется расширенный поиск всех возможных электронных учебно-методических пособий по дисциплине «Эксплуатация машинно-тракторного парка» и последующим анализом полученной информации. После анализа были определены плюсы и минусы найденных пособий.

2. Изучение технологии разработки электронных учебно-методических пособий.

В данном процессе выполняется анализ требований, которые предъявляются при создании электронных пособий. Изучаются наиболее популярные инструментальные средства, применяемые при разработке электронных учебно-методических пособий. Выполнен их сравнительный анализ с целью выбора наиболее оптимальной системы. Исходя из проделанной работы, для создания электронного учебно-методического пособия были выбраны следующие программные продукты: Web-редактор фирмы Above Dreamweaver CS4, средство для создания меню Visual CSS Quick Menu, графический редактор Fireworks.

3. Выполнение разработки электронного варианта учебно-методического пособия по дисциплине «Эксплуатация машинно-тракторного парка». В частности создание модулей «Лекционный материал», «Лабораторные задания», «Глоссарий» и др. На главную страницу пособия выносятся видеоматериал по технике фирмы Krone. Создается блок тестовых заданий. Уделено отдельное внимание кафедре-заказчику, информация по кафедре вынесена в отдельное меню.

Главная страница пособия представляет собой полноценную навигационную систему. Из главной страницы можно попасть в абсолютно любое место учебного пособия. Помимо всего этого, на странице расположены последние фотографии машинно-тракторного парка и обучающее видео от фирмы-производителя техники Krone. При необходимости, фотографии скрываются нажатием по надписи.

Учебное пособие отлично работает в браузерах Google Chrome и др. современных браузерах. При использовании пособия на компьютерах, оснащенных браузером Internet Explorer потребуется обновить версию браузера до максимальной, а также установить последнее обновление Adobe Flash Player.

Материал для изучения сосредоточен в раскрывающемся списке меню «Лекционный материал» и меню «Лабораторные задания».

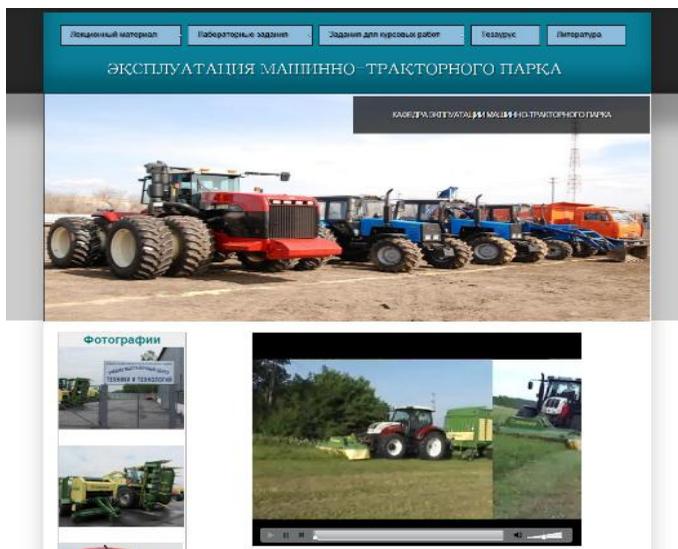


Рисунок. Главная страница электронного учебно-методического пособия по дисциплине «Эксплуатация машинно-тракторного парка»

Разработана справочная информация по кафедре «Эксплуатация машинно-тракторного парка».

Разработанный электронный вариант учебно-методического пособия по дисциплине «Эксплуатация машинно-тракторного парка» может использоваться в учебном процессе с размещением, как в локальной сети академии, так и на ее сайте, что предоставляет уникальную возможность обновления материала, создает благоприятные условия для активной самостоятельной работы студентов и абитуриентов.

Электронное учебно-методическое пособие является «эволюционировавшей» формой печатных книжных изданий.



Штолле Е.В., Бишутина Л.И.

АВТОМАТИЗАЦИЯ УЧЕТА РАБОТЫ АВТОТРАНСПОРТА

Автоматизации учета работы автотранспорта состоит в стремлении сократить до минимума рутинные операции на всех этапах работы – от внесения данных о водителях до формирования различной отчетности. Безусловно, сотрудник – заведующий гаражом должен знать принципы ведения учета документооборота, а также определять последовательность работы в зависимости от круга решаемых задач.

Для достижения поставленной цели автоматизации учета используется информационная система «1С: Предприятие 8.2», требующая наличия ряда компонентов, являющихся базовыми для любой компьютерной информационной системы: информационной базы; программного обеспечения; вычислительной техники; пользователей.

Разработка начинается с настройки и создания новой информационной базы для разработки новой конфигурации. Для удобной навигации создаются подсистемы. Подсистемы – основные элементы для построения интерфейса «1С: Предприятия». Поэтому первое, с чего следует начинать разработку конфигурации, – это проектирование состава подсистем. При этом стоит важная и ответственная задача – тщательно продумать состав подсистем, и затем аккуратно и осмысленно привязать к подсистемам те объекты конфигурации, которые будут создавать.

Для работы с документами понадобятся справочники, такие как организации, водители, автомобили, маршруты, топливо, клиенты. «Справочник» в системе «1С: Предприятие» подразумевает объект метаданных, предназначенный для хранения однородной справочной информации.

Процесс разработки документа является достаточно сложным и ответственным. Важно предусмотреть все необходимые реквизиты которые по возможности должны выбираться из ранее созданных справочников. В дереве конфигурации создадим новый объект - документ «Путевой лист». Добавим в документ нужные реквизиты. В палитре свойств задаем нужные свойства каждому реквизиту имя, тип, и т.д. На рис. 1 представлен разработанный электронный документ «Путевой лист».

В заключение разработки документа, создается его печатная типовая унифицированная форма. Печатная форма – это шаблон, в котором заданы переменные. При процессе печати вместо переменных предоставляется текст из электронного документа.

Путевой лист 000000005 от 20.05.2013 23:31:22 - Путевой лист * (1С:Предприятие)

Путевой лист 000000005 от 20.05.2013 23:31:22 *

Провести и закрыть | Все действия

Путевая

Номер: 2 | Серия: 112 | Дата: 20.05.2013 23:31:22

Водитель: Бондарев Игорь Николаевич

Класс: I

Удостоверение: 3257521462

Транспортное средство

Автомобиль: Ваз-2109

Госномер: A236CH32 | Дата выпуска: 10.01.2005 | Гаражный номер: 2 | Норма расхода: 6.10

Задание водителю

Контрагент: ООО "БрянскЗапчасть"

Адрес клиента: г. Брянск, п.т Станке-Дмитрова 95

Горючее

Горючее марка: АИ-92 | Горючее код: 0

Начальные показания спидометра: 1 500

Остаток при выезде: 10.00 | Остаток при возвращении: 29.14

Конечные показания спидометра: 1 678

Расход по норме: 10.86 | Расход фактический: 10.86

Пройдено всего км: 178.0

Заправочный лист: 2 | Выдано по заправочному листу: 30

N	Место назначения	Пройдено КМ
1	Мглин	150.00
2	Брянск	28.00

Рис. 1. Электронный документ «Путевой лист»

Для системы был создан наиболее удобный для пользователя интерфейс, где слева будут находиться список водителей, и автомобилей, а справа документ «Путевой лист». Так как это наиболее часто используемые реквизиты (рис. 2).

Пользовательский интерфейс в системе «1С: Предприятие» называется совокупность команд главного меню и панелей инструментов, настроенных на работу с конкретными объектами данных - документами, справочниками, журналами и т.д. Интерфейсы создаются в конфигураторе, средствами языка «1С: Предприятие» интерфейс нельзя добавить или удалить, но его можно включить или выключить.

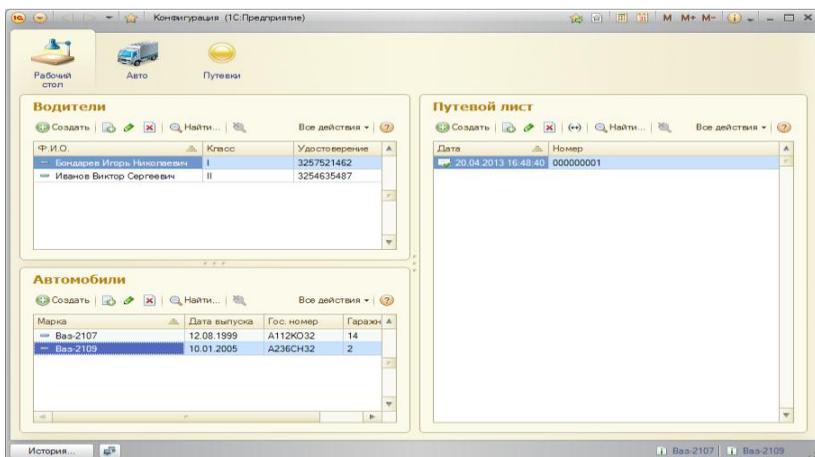


Рис. 2. Интерфейс рабочего стола

Внедрение данной системы позволят предприятию :

- реализовать возможность ведения учета структурных подразделений в единой информационной базе;
- ввести возможность переключения пользовательских интерфейсов;
- не ограничивать количество уровней иерархии справочника, справочник может иметь несколько табличных частей;
- использовать усовершенствованный механизм учета использования рабочего времени;
- реализовать инструменты учета работы автотранспорта;
- обеспечить формирование необходимых бумажных документов, бумажной и электронной отчетности, связанной с учетом работы автотранспорта.



Капустина Н.П., Войтова Н.А.

АВТОМАТИЗАЦИЯ УЧЕТА ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ

В любой организации, как большой, так и маленькой, возникает проблема организации управления данными, которая обеспечила бы наиболее эффективную работу. На сегодняшний день наиболее актуален перевод существующей информации на компьютерную основу.

Учет готовой продукции всегда был одной из важных проблем осуществления деятельности. По показателям выпуска готовой продукции определяется результат работы предприятия в процессе производства.

Для автоматизации данного участка учета следует спроектировать и разработать информационную систему по учету готовой продукции. Разработанная ИС позволит вести учет, имеющийся готовой продукции на складах, сотрудниках, но и позволит добавлять и удалять информацию.

Первым этапом проектирования является создание контекстной диаграммы (рис. 1).

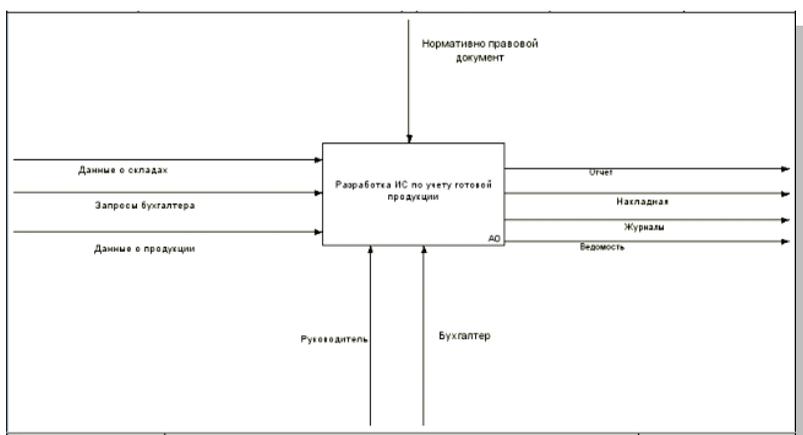


Рис. 1. Контекстная диаграмма

Как видно из диаграммы, результатом функционирования информационной системы по учету готовой продукции является формирование отчетов, накладных, журналов и ведомостей.

Но чтобы лучше понять, как функционирует ИС необходимо декомпонировать данную диаграмму. Каждая работа имеет фиксированную цель и приводит к некоторому конечному результату (рис. 2).

Следующим этапом разработки ИС является определение сущностей, а так же атрибутов, связей между сущностями, первичных и внешних ключей.

После создания логической и физической моделей на их основании необходимо сгенерировать БД, после чего спроектируем пользовательский интерфейс (рис.3). Разработанная ИС позволит вести учет, имеющийся готовой продукции на складах, сотрудниках, но и позволит добавлять и удалять информацию.

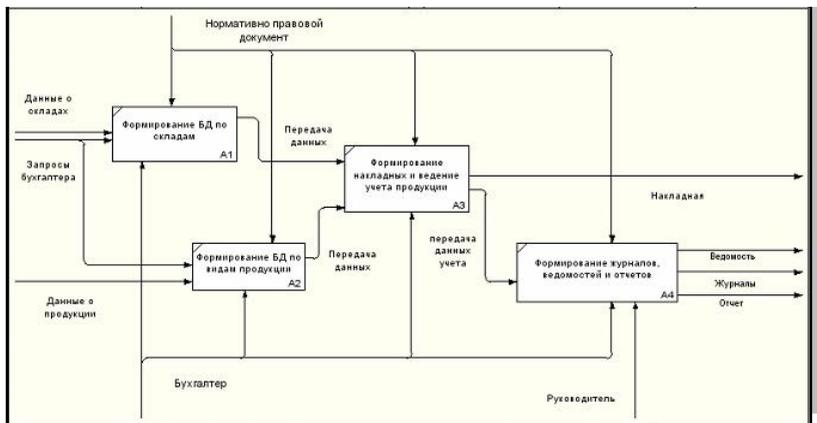


Рис. 2. Диаграмма декомпозиции

ИС позволяет формировать отчеты, накладные, журналы и ведомости.

Отчетность «Выбор продукции» отражает информацию обо всей готовой продукции, поступившей на склад, а так же ее цену при реализации 1 единицы.

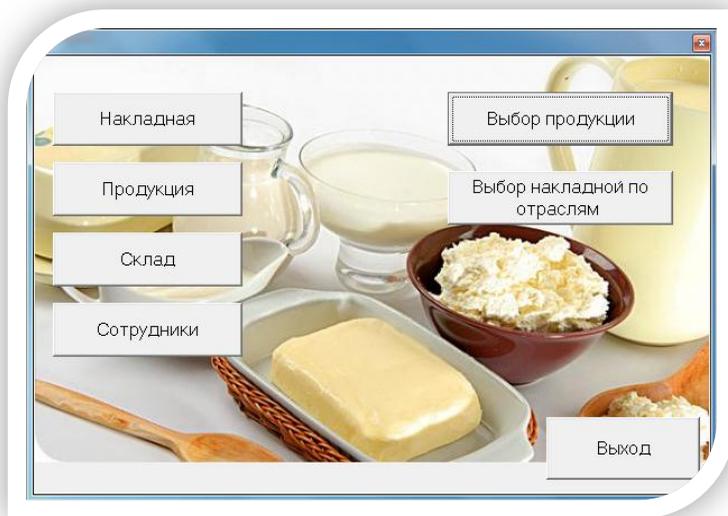


Рис. 3. Главное окно разработанной ИС

Выбранная отчетность усилит контроль над состоянием готовой продукции на складе и повысит эффективность оперативного управления складским хозяйством.

С помощью этой отчетности кладовщики могут предоставить в бухгалтерию отчет о движении готовой продукции, то есть поступление и выбытие, и ведомости, в которых указаны остатки готовой продукции на начало и конец отчетного периода.

Отчетность позволяет просматривать все торговые операции по датам их проведения и точкам реализации (складам) с разными условиями отбора и распечаткой отчета. Контролировать товарные остатки, как по всем, так и по отдельным точкам реализации (складам), а также по наименованиям товара на указанных точках, как по конкретной, так и по текущей дате. Проводить инвентаризацию.

Объем реализации продукции характеризует конечный результат работы предприятия.

Разработанная ИС по учету готовой продукции позволит автоматизировать деятельность предприятия и снизить трудоемкость процесса учета.



Капыльский В.Н., Бишутина Л.И.

РАЗРАБОТКА КОНФИГУРАЦИИ «ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ КОНТРАГЕНТА» НА ПЛАТФОРМЕ «1С: ПРЕДПРИЯТИЕ 8»

Личный кабинет – персональный раздел на сайте (в данном случае это модуль в конфигурации) компании, предоставляющей Интернет-услуги пользователям. В этом персональном разделе содержится конфиденциальная информация, доступная только индивидуальному пользователю, защищенная параметрами авторизации (логином и паролем).

При разработке конфигурации «Личный кабинет контрагента» необходимо было выполнять следующие требования: работы по созданию Модуля «Личный Кабинет» проводятся в соответствии с ГОСТ 34.601-90 «Автоматизированные системы. Стадии создания»; при создании модуля «Личный Кабинет» необходимо предусмотреть совместимость с оборудованием компании и клиентов; соответствие действующим нормативно-распорядительным документам в области предоставления услуг в электронном виде.

Идея разработки личного кабинета контрагента была предложена руководством компании «Верное решение» для снижения нагрузки

на консультантов. Реализовать данную идею на практике позволяют специальные механизмы платформы, называемые веб-сервисами. Веб-сервисы используются для интеграции с другими информационными системами. Они являются средством поддержки SOA (Service-Oriented Architecture) – сервис-ориентированной архитектуры, которая является современным стандартом интеграции приложений и информационных систем.

Значительным преимуществом сервис - ориентированной архитектуры является то, что она позволяет развивать инфраструктуру предприятия однородным образом, без разрушения уже существующих решений. Ее использование позволяет минимизировать издержки за счет интеграции разнородных и унаследованных систем в современный ландшафт предприятия. Она позволяет реализовывать слабо связанные программные компоненты с тем, чтобы максимально повысить их повторную используемость.

Прикладное решение «1С: Предприятие 8» может являться как поставщиком веб-сервисов, так и потребителем веб-сервисов, опубликованных другими поставщиками.

В конфигурацию добавляется специальный объект, - Web-сервис, - с помощью которого описывается некоторая функциональность прикладного решения, например, получение списка имеющихся на некотором складе товаров, их количества и цен. После публикации на веб-сервере такой сервис будет доступен сторонним потребителям. В качестве потребителей могут выступать системы, использующие произвольные аппаратные и программные платформы. Технология веб-сервисов является платформенно независимой. Схема работы веб-сервиса представлена на рис. 1.



Рис. 1. Схема работы веб-сервиса

В дереве конфигурации создается новый объект – обработка. Добавляется форма, в которой размещаются элементы: поля - имя пользователя и пароль; кнопки вход и завершение работы. Также в обработке необходимо создать два реквизита: login и password. Для полей имя пользователя и пароль в палитре свойств указывается путь к данным –объект.loginи объект.password соответственно. Для поля пароль в палитре свойств необходимо поставить «режим пароля», для того чтобы вводимые символы скрывались от посторонних лиц. Поскольку данное окно должно открываться при запуске системы,

В случае успешной авторизации, открывается форма обработки личный кабинет.

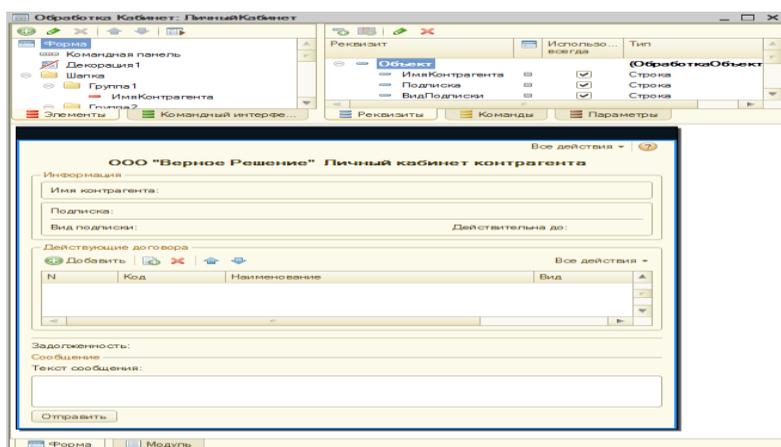


Рис. 2. Интерфейс личного кабинета

«Личный кабинет контрагента» предназначен для создания персонального информационного ресурса, содержащего данные клиента компании «Верное решение» и обеспечивающего процессы авторизованной подачи клиентами компании запросов на оказание услуг, а также предоставления результатов о выполненных услугах.

Конфигурация «Личный кабинет контрагента»: упрощает процесс подачи клиентами компании запросов на оказание услуг в электронном виде; повышает эффективность информационного взаимодействия ООО «Верное решение» и клиентов; предоставляет инструмент для получения персонализированной информации и предоставления точек входа к сервисам для зарегистрированных клиентов.



КАФЕДРА КОММЕРЦИИ И ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Черняускас Д.Н., Иванюга Т.В.

АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАТЕРИАЛЬНО- ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАПАСОВ В ОАО «НИВА»

Осуществление непрерывного процесса производства и реализации продукции на предприятии обеспечивают оборотные средства, в состав которых входят производственные оборотные фонды и фонды обращения. Первые – полностью потребляются в процессе производства продукции и переносят свою стоимость на создаваемую продукцию. К ним относят производственные запасы, незавершенное производство и расходы будущих периодов. Фонды обращения обслуживают процесс реализации продукции и включают готовую продукцию, предназначенную для продажи, денежные средства и средства в расчетах.

Своевременному выявлению и устранению недостатков в управлении оборотными средствами и нахождению резервов повышения эффективности их использования способствует оперативный анализ. Важно уметь рационально управлять оборотными средствами, разрабатывать и внедрять мероприятия, способствующие снижению материалоемкости продукции и ускорению оборачиваемости оборотных средств, в результате чего происходит их высвобождение, что дает целый ряд положительных эффектов.

ОАО «Нива» является средним по размерам сельскохозяйственным предприятием в Брянском районе, однако увеличивает размер производства, на что указывает рост стоимости валовой и товарной продукции на 30 и 49% соответственно.

Предприятие специализируется на производстве молока (55,3% в структуре денежной выручки) и зерна (26,1%). Денежная выручка от реализации этих видов продукции возросла в 1,2 и 5,9 раз.

Предприятие укрепляет материально-техническую базу, что проявляется в увеличении стоимости основных средств на 12,2%. Возрастает материальное стимулирование работников растениеводства и животноводства, что положительно влияет на производительность труда. При увеличении среднемесячной заработной платы работников этих отраслей на 23,3 и 2,1% произошел рост производительности труда на 37,7 и 12,2%.

ОАО «Нива» является прибыльным, финансово устойчивым, платежеспособным предприятием, в динамике повышает свою деловую активность в части возврата дебиторской задолженности, обрачиваемости активов и собственного капитала. В свою очередь это указывает на возможность приобретения производственных оборотных средств по мере необходимости с привлечением дополнительных источников в минимальном объеме.

Для качественного анализа материально-производственных запасов создана хорошая база – бухгалтерский учет организован на высоком уровне, в частности первичный учет их движения.

В 2009-2011 гг. произошло увеличение стоимости оборотных средств предприятия на 2280 тыс. руб. или 19,3%, стоимость запасов по отношению к предшествующим годам увеличилась на 10,7 и 11,6% соответственно.

Наибольший удельный вес в структуре оборотных средств занимают запасы – около 89%. Менее 1% приходится на денежные средства. Удельный вес дебиторской задолженности вырос за три года на 6,63 п. п. и составил в 2011 г. 10,6%.

Оборотные средства в основном приобретаются за счет собственных оборотных средств, стоимость которых увеличилась в 1,5 раза. Их удельный вес в структуре источников формирования оборотных средств составляет 82,3%.

В 2009 и 2010 гг. наблюдается недостаток собственных оборотных средств в сумме 2840 тыс. руб. и 4678 тыс. руб., а в 2011 г. излишек – в размере 1382 тыс. руб. Обеспеченность предприятия собственными оборотными средствами за анализируемый период составляет в среднем 66,7%.

Растет экономическая эффективность использования оборотных средств: на 1 рубль оборотных средств прирост выручки составил 36,9%, прибыли – 57,0%, продукции сельского хозяйства – 18,8%.

Для предприятия основным резервом увеличения материалоотдачи является увеличение производства валовой продукции сельского хозяйства за счет роста урожайности культур и продуктивности скота.

Нами рассчитаны резервы роста урожайности зерна, продуктивности коров, среднесуточного прироста молодняка КРС на выращивании. Стоимость валовой продукции сельского хозяйства с учетом резервов составит 12362 тыс. руб. и увеличится к 2011 г. в 1,53 раза, денежная выручка возрастет в 1,58 раза. При этом материалоотдача увеличится на 0,91 руб., период оборота оборотных средств сократится почти на 75 дней, что будет способствовать высвобождению из оборота оборотных средств на сумму 5084 тыс. руб.

Эффективность использования оборотных средств в ОАО «Нива»
на перспективу

Показатели	2011 г.	С учетом резервов	Отклонение, +/-
Валовая продукция сельского хозяйства по себестоимости, тыс. руб.	23266	35628	12362
Денежная выручка, тыс. руб.	24440	38733	14293
Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб.	13597	13597	0
Материалоотдача, руб.	1,71	2,62	0,91
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	1,79	2,85	1,06
Период оборота, дней	201,1	126,3	-74,8

Таким образом, уровень использования оборотных средств существенно влияет на конечные финансовые результаты деятельности предприятия, так как оборотные средства функционируют одновременно и в сфере производства и в сфере обращения, обеспечивая скорость последней стадии кругооборота – реализации готовой продукции.



Долгова Д.Г., Иванюга Т.В.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ОАО «ЛЮДИНОВСКИЙ ХЛЕБОКОМБИНАТ»

Ассортиментная политика – это разработка направлений оптимизации продуктового ряда и определения ассортимента, наиболее предпочтительного для успешной работы предприятия на рынке и обеспечивающего эффективность его деятельности в целом.

Формирование и реализация ассортиментной политики необходимы для определения условий безубыточной работы предприятия, управления объемом прибыли с целью оптимизации налогообложения и прогнозирования собственных инвестиций в развитие бизнеса.

Целью данного научного исследования является анализ товарно-ассортиментной политики ОАО «Людиновский хлебокомбинат» и разработка путей ее совершенствования.

Людиновский хлебокомбинат – это крупное предприятие пищевой промышленности Калужской области с ежегодным объемом производства продукции более 4 млн. т., выручкой до 100 млн. руб. и численностью работников 165 чел. Оно имеет 14 собственных торговых точек в г. Людиново и области, которые называются ОАО «Свежий хлеб».

Предприятие выпускает хлеб и хлебобулочные изделия, кондитерские и макаронные изделия. Производство хлеба и хлебобулочных изделий к 2010 г увеличилось на 14,9%, кондитерских и макаронных изделий – сократилось на 31,5 и 6,2% соответственно.

Ассортимент хлеба и хлебобулочных изделий представлен 18 наименованиями продукции, наибольшую долю из которых занимают: хлеба «Бородинский», «Людиновский новый», «Раменский», «Белый» и батон «Столичный». Предприятие выпускает 21 наименование кондитерских изделий. В основном это торты (например, «Бисквитно-кремовый», «Свадебный», «Подарочный»), рулеты и кексы.

На основе оценки товарно-ассортиментной политики было установлено, что все виды выпускаемой продукции соответствуют стандартам и изготавливаются из высококачественного сырья. Средняя отпускная цена хлеба и батона в течение трех последних лет не изменялась и составляла 14,6 и 15,1 руб. соответственно.

Ассортиментная политика предприятия в настоящее время направлена на сокращение малоэффективных кондитерских изделий и увеличение производства хлебобулочных изделий.

В связи с этим для устойчивого положения на рынке хлебобулочных изделий нами предлагается предприятию выпускать новые виды продукции: батон «Кефирный», хлеб «Богородский», основные преимущества которых: производство по новым технологиям и они - новинки на местном рынке.

Технология производства батона «Кефирный» связана с внесением в рецептуру большого процента кефира и уменьшенного количества прессованных дрожжей, в связи с чем улучшаются вкусовые качества, пористость, замедляется процесс очерствения. Батон обогащается полноценными высококачественными белками, а также необходимыми для организма человека минеральными веществами, в том числе кальцием. Благодаря своей рецептуре батон имеет воздушный, аппетитный вид.

Хлеб «Богородский» отличается от всех современных видов ржано-пшеничных хлебов отсутствием хлебопекарных дрожжей, обладает естественным вкусом и ароматом, содержит почти полный спектр необходимых человеку питательных веществ. Он стимулирует нервную систему, улучшает деятельность желудочно-кишечного трак-

та и осуществляет профилактику сердечно – сосудистых и онкологических заболеваний.

Благодаря фитонцидам хлеба резко снижается риск развития плесени на поверхности хлеба, что позволяет значительно увеличить срок реализации упакованных изделий без использования консервантов.

Возможность внедрения новых видов продукции нами была оценена посредством проведения анализа конкурентоспособности продукции, рисков, поставщиков, состояния материально-технической базы предприятия.

Основными конкурентами являются ООО «Умут», ООО «Журавли», ГУП «Брянский хлебокомбинат». Было установлено, что неконкурентоспособными являются только кондитерские изделия предприятия. Собственно поэтому предприятие продолжает сокращение производства этих видов продукции и расширяет производство хлеба.

Оценка степени риска при производстве и реализации хлебобулочных изделий в ОАО «Людиновский хлебокомбинат» проводилась экспертным методом.

Согласно проведенному анализу осуществление производства и реализации хлебобулочных изделий в ОАО «Людиновский хлебокомбинат» связано с незначительным риском. Наибольший риск проявляется по группе «Финансово-экономические риски» - 16,6 баллов из 31 балла. В этой группе наиболее значим риск появления новых конкурентов – 9,1 баллов, для снижения которого нами предлагается расширение ассортимента и повышение качества выпускаемой продукции, поиск новых рынков сбыта, экономия материальных затрат с целью снижения себестоимости продукции и возможности устанавливать отпускную цену ниже, чем у конкурентов.

Основными поставщиками сырья являются предприятия города Брянска и Брянской области, что объясняется местоположением ОАО «Людиновский хлебокомбинат» на границе с Брянской областью и устраивающими обе стороны договорными отношениями.

На хлебокомбинате используется новое, разнообразное, современное технологическое оборудование. Доля технических рисков не превышает 3 баллов.

Таким образом, реализация такого мероприятия как «расширение выпускаемой продукции» для анализируемого предприятия является возможным. Производство новых видов продукции будет осуществляться на имеющемся оборудовании, так как технология их выпекания аналогична выпускаемым в настоящее время видам хлеба.

Проект разработан на месячный объем производства хлеба. Отпускная цена батона «Кефирного» и хлеба «Богородского» составит

10,8 руб. и 17,6 руб. соответственно. Основными потребителями будут школы, детские сады, заводы, больницы. Продукция будет реализовываться через собственную сеть магазинов, а также через магазины, с которыми заключены контракты на поставку продукции.

От реализации батона «Кефирного» предприятие будет получать прибыль в размере 1,4 руб., хлеба «Богородского» – 2,3 руб.

**Экономическая эффективность от реализации батона «Кефирного»
и хлеба «Богородского»**

Показатели	Факт, 2011 г.	Проект	Отклонение, +,-
Выручка, тыс. руб.	87435	88032	597
Себестоимость продукции, тыс. руб.	82741	83260	519
Валовая прибыль, тыс. руб.	4694	4772	78
Уровень рентабельности, %			
- продукции	5,67	5,73	0,06*
- продаж	5,37	5,42	0,05*

* в процентных пунктах

Посредством расширения ассортимента выпускаемой продукции, предприятие увеличит денежную выручку на 597 тыс. руб., валовую прибыль – на 78 тыс. руб. Уровень рентабельности продукции и продаж увеличатся на 0,06 п.п. и 0,05 п.п. соответственно.



Кузнецова Е.Н., Иванюга Т.В.

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЛЕКАРСТВЕННЫХ
СРЕДСТВ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ**

Товарный рынок – это сфера обращения товаров или целых товарных групп, имеющих сходные потребительские или производственные признаки. Каждая такая сфера при этом является частью одного общего внутреннего рынка. На товарном рынке существует множество сегментов – групп потребителей с общими предпочтениями. Фармацевтический рынок – один из самых востребованных сегментов.

В 2011 г. развитие российского фармацевтического рынка носило достаточно предсказуемый характер, чему во многом способствова-

ла относительно стабильная экономическая ситуация. Одним из явных структурных изменений стало возобновление роста цен на лекарственные средства, что было связано с увеличением фискальной нагрузки на аптечные учреждения, которые из-за этого столкнулись с существенным снижением уровня прибыли. В свою очередь этот факт стимулировал продажу более дорогостоящих импортных препаратов. По итогам 2011 г. коммерческий розничный рынок лекарственных средств показал рост на 16% и достиг уровня 15,4 млрд. долларов США. Тенденция к росту рынка сохранилась и в первой половине 2012 г., темп роста составил 10%. В долгосрочной перспективе рынку потребуются новые драйверы роста; одним из них может стать внедрение механизма лекарственного страхования.

Специфическая особенность фармацевтического рынка Брянского региона, существенно пострадавшего от аварии на ЧАЭС, выражается в необходимости увеличения (но никак не уменьшения) числа медицинских учреждений, подведомственных государственным органам власти с целью сохранения возможности получения бесплатных медицинских услуг населением. В связи с этим весьма затруднительным является практическая реализация такого механизма повышения качества медицинских услуг, как конкуренция. В Брянской области реализуется Программа «Развитие конкуренции в Брянской области» (2010-2012 гг.), разработанная в соответствии с распоряжением Правительства Российской Федерации от 19.05.2009 г. № 691-р «Об утверждении Программы развития конкуренции в Российской Федерации», приоритеты которой нацелены на расширение региональных полномочий по процедурам лицензирования, получения сертификатов, регулирования деятельности в фармацевтическом бизнесе; более активное привлечение частных учреждений здравоохранения к исполнению Программы государственных гарантий оказания населению Брянской области бесплатной медицинской помощи.

Кроме этого препятствиями развития конкурентной среды на рынке розничной торговли фармацевтической продукцией в области является малая численность населения в муниципальных образованиях и их низкая платежеспособность.

Реализацию фармацевтической продукции в области осуществляют индивидуальные предприниматели (23% от общего числа участников рынка), предприятия и организации государственной (27%), муниципальной (8%) и частной (42%) форм собственности. Крупнейшими являются аптечные сети «МЭТР», «РИТМ» и «БрянскФармация». На рынке реализации фармацевтической продукции действует 546 аптечных учреждений.

Товарооборот аптечных сетей на 90% формируется от продажи фармацевтических товаров (53% - от реализации лекарственных препаратов по рецептам врачей, 37% – без рецепта) и на 10% - от реализации сопутствующих товаров: косметики, средств гигиены, детских товаров, реализация которых в аптеках разрешена Федеральным законом «О лекарственных средствах», принятым 22 июня 1998 г.

Каждый из участников рынка добивается того или иного успеха посредством реализации конкретных, в т.ч. инновационных, мероприятий.

Слагаемыми успеха ГУП «БрянскФармация» являются: удачная маркетинговая политика, опыт и правильная стратегия развития. Передача в 2008 г. муниципальных аптек в государственную собственность и присоединение к ГУП «БрянскФармация» предоставило возможность предприятию участвовать в государственных торгах по закупке лекарственных средств, как на уровне области, так и на уровне других регионов РФ (по результатам 2009 г. предприятие выиграло 80% всех проводимых торгов). Система закупа через электронную биржу позволила снизить цены, увеличить товарооборот и получить дополнительную прибыль. За счет пополнения оборотных средств муниципальных аптек инвестициями со стороны ГУП «БрянскФармация» был увеличен товарооборот почти в 3 раза, доходы от реализации лекарственных средств увеличились в 2,5 раза, убытки присоединенных аптек уменьшились на 3,5 млн. рублей, что позволило по итогам года получить прибыль.

Аптечная сеть «Метр» ежегодно открывает новые аптечные пункты, в которых помимо лечебных средств и приборов медицинского назначения предлагается большое количество товаров для детей, спортивное и диетическое питание, различные товары для здоровья и косметика известных марок. Предприятие ведет удачную маркетинговую политику: действует дисконтная система скидок, проводятся различные акции, дегустации (например, минеральной воды), розыгрыши (например, автомобиля), конкурсы детских рисунков. Инновационным на фармацевтическом рынке области явилось открытие аптечной сетью «Метр» единственной в Брянске аптеки самообслуживания; создание центра здоровья кожи, «кислородного бара» и солярия; внедрение конкурентоспособной услуги – бесплатного измерения артериального давления.

В аптечной сети «Ритм» большое внимание уделяется качеству товара, гарантом которого выступает крупнейший российский поставщик лекарств компания «Катрен» (аптека «Ритм» выдан специальный сертификат «Катрен»).

Санкт-Петербургская фармацевтическая компания «Фармакор», открывая на территории области несколько аптечных пунктов, делает акцент на социальную поддержку старшего поколения: пожилые люди могут приобретать лекарства по сниженным ценам.

Укреплению позиций аптечной сети «Феникс-ФАРМ» на Брянском фармацевтическом рынке будет способствовать эффективная маркетинговая политика - внедрение элементов мерчандайзинга (светодиодное освещение витрин; установка навесного светодиодного аптечного креста с «бегущей строкой»; установка специальной музыки; регулярное проведение «дней аптеки»; создание фирменного стиля аптеки: логотип «Линия Здоровья», фирменный стиль одежды с логотипом), а также перевод аптеки в г. Сельцо на самообслуживание и внедрение производства кислородных коктейлей.

После внедрения инновационных мероприятий выручка аптечной сети «Феникс-ФАРМ» может увеличиться на 22497 тыс. руб., чистая прибыль – на 3398 тыс. руб., рентабельность продаж на 9,3 п.п., рентабельность затрат на 12 п.п.

Дальнейшему эффективному развитию фармацевтического рынка Брянской области, будут способствовать:

1. Эффективная маркетинговая служба.

Отдел маркетинга должен являться обязательным составляющим организационной структуры любого предприятия, желающего успешно функционировать на рынке, быть конкурентоспособным и получать достойную прибыль.

Компетенции специалистов отдела маркетинга: - анализ рынка и результатов коммерческой деятельности организации, прогнозирование будущих продаж и рыночной доли фирмы; определение ценовой и товарной политики; разработка долгосрочных и текущих планов маркетинга для отдельных товарных групп и предприятия в целом.

2. Бизнес-планирование – процесс обработки информации по обоснованию предстоящих действий, определение наилучших способов достижения целей. Необходимо заранее составить план экономической деятельности предприятия. Для аптечных учреждений это особенно актуально для планирования закупок лекарственных средств.

3. Мерчандайзинг – ряд мероприятий по наиболее эффективному размещению товаров и информационно-рекламных материалов на полках и витринах аптек. Основной принцип мерчандайзинга – все должно быть на виду, доступно, привлекательно и удобно для покупателя.

4. Франчайзинг – «аренда» товарного знака или коммерческого обозначения.

Преимущества:

- использование проверенной бизнес-системы;
- возможность открыть собственное дело;
- возможность снизить риски;
- минимальные затраты на рекламу и маркетинг;
- гарантированная система поставок.

Для небольших аптечных сетей франчайзинг является способом удержания «на плаву», принимая помощь от крупных сетей.

5. Совершенствование ассортиментной политики аптечных учреждений.

Эффективное управление товарным ассортиментом позволяет:

- сократить количество нереализованных продаж вследствие отсутствия необходимых товарных позиций;

- снизить риск списания товаров в связи с окончанием срока годности;

- минимизировать суммарные затраты, связанные с запасами;

- ускорить товарооборот и уменьшить излишки товаров.

6. Эффективная ценовая политика.

Ценовая политика аптеки, регулируемая либо ее непосредственным руководством, либо руководством аптечной сети (если аптека в нее входит), имеет своей главной целью максимизацию прибыли, которую аптека может получить от реализации товара. Достигать этого аптечная организация может разными путями:

- понижать цены;

- повышать цены;

- использовать дифференцированный подход, при котором цены на одни позиции будут снижаться до определенного уровня, а на другие – повышаться при сохранении объемов валового дохода организации.

7. Внедрение инновационных услуг.

Для аптечных учреждений примером может стать создание аптек «открытого типа» (или самообслуживания), кислородных баров, солярия, а также бесплатное измерение артериального давления.



Демидова Д.А., Поседько Н.А.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ РАБОТЫ ПО СБЫТУ ПРОДУКЦИИ В ПО «СУЗЕМСКИЙ ХЛЕБОКОМБИНАТ»

Сбыт продукции для предприятия – это конечный этап всей производственно-хозяйственной деятельности. Он является средством достижения поставленных целей предприятия и завершающим этапом выявления вкусов и предпочтений покупателей. В процессе сбыта окончательно определяется результат работы предприятия, направленный на расширение объемов деятельности и получение максимальной прибыли.

В последнее время рынок хлебобулочной продукции демонстрировал стабильность, предсказуемость и позволял его игрокам достаточно эффективно продолжать развитие своего бизнеса. Объем российского рынка хлеба в натуральном выражении с 2007 г. медленно сокращался и составил в 2011 г. немногим более 7,0 млн.т.

В Потребительском обществе «Суземский хлебокомбинат» в динамике имеет место рост основных показателей. Так, за 2009-2011 гг. выручка предприятия увеличилась на 26,6% или на 7978 тыс. руб., себестоимость проданных товаров выросла в свою очередь на 28,9% или на 8039 тыс. руб. Темпы роста себестоимости превысили темпы роста выручки, поэтому прибыль от продаж уменьшилась на 150 тыс. руб. или на 9,3%.

ПО «Суземский хлебокомбинат» производит и реализует четыре основных вида продукции, а именно: хлебобулочные изделия, макаронные, сухарные и кондитерские изделия. Хлебокомбинат специализируется на выпуске кондитерских изделий. Это можно объяснить тем, что хлебобулочные изделия имеют относительно невысокую цену реализации, поскольку хлеб является социально значимым продуктом. Поэтому при большом объеме производства хлебобулочных изделий удельный вес выручки не превышает 31%.

Производственный ассортимент насчитывает более 45 наименований изделий.

Основными покупателями продукции Суземского хлебокомбината являются местные предприниматели, а также образовательные учреждения (две школы). Наибольший удельный вес в объеме приобретенной у предприятия продукции занимают предприниматели Курносенкова Г. С. – 28,6%, Сальникова Н.В. – 19,9%. Наименьший удельный занимает завод «Стрела» - 0,3% и Суземская школа № 1 – 0,9% . Такие пропорции характерны и для других периодов года.

Исходя из показателей финансового состояния выявлено, что в целом деятельность ПО «Суземский хлебокомбинат» является прибыльной, но в динамике уровень рентабельности уменьшается.

Анализ коммерческой работы по сбыту продукции показал, что она на предприятии отлажена, в основном покупатели постоянные и работают на принципах долгосрочных хозяйственных связей.

Поскольку покупатели известны предприятию и сотрудничают с ним не один год, то наблюдается достаточно высокая степень надежности хозяйственных связей. Вместе с тем ассортимент хлеба включает только 5 наименований и имеется спрос на хлеб с особенными свойствами, например с добавками. Конкуренты включают такие виды продукции, и она пользуется спросом у местного населения.

Расширение ассортимента продукции предприятия сдерживает материально-техническая база, которая делает затруднительным выпуск небольших партий продукции расширенного ассортимента.

Проведенные исследования позволили разработать и обосновать мероприятия по совершенствованию коммерческой работы.

Анализ показал, что на предприятии ассортимент хлеба невысок (5 наименований). Спрос на хлеб есть, в том числе на хлеб с особыми свойствами (например, различными добавками). В этом плане у предприятия большие перспективы. Следовательно, условия для развития есть. Поэтому целесообразно расширить ассортимент хлеба.

С этой целью предлагаем ввести в производство новый вид хлеба «Ароматный» с бета-каротином.

Производство хлеба «Ароматный» повысит объем выручки, получаемой предприятием. Так, согласно проведенному опросу объем реализации хлебных изделий увеличится за счет продажи нового вида продукции в среднем на 13725 тыс. руб. в месяц.

Кроме того, потребительскому обществу «Суземский хлебокомбинат» нами предлагается использовать систему скидок применительно для стимулирования оптовых покупателей кондитерских изделий. Система скидок должна быть разработана таким образом, чтобы общая сумма скидки складывалась из набора условий, выполнение которых важно для предприятия.

Рекомендуется применять прогрессивные скидки при больших объемах закупки. Данный вид скидок наиболее распространен. Предприятие устанавливает их прогрессивную шкалу в зависимости от объема партии товара или объема закупок за определенный период. Для ПО «Суземский хлебокомбинат» программа скидок зависит от расчета шкалы скидок. Ее можно рассчитать, используя статистический метод определения рядов динамики по формуле:

$$z = \frac{V_{\max} - V_{\min}}{n},$$

где z – интервал между объемом закупки в количественном выражении;

V_{\max}, V_{\min} – максимальная и минимальная сумма закупки кондитерских изделий одним торговцем, при которой будет устанавливаться скидка;

n – количество скидок.

Расчеты показали, что средняя максимальная сумма закупки равна 458 кг, а минимальная – 280 кг.

Минимальное пороговое значение, с которого будет действовать скидка, определено экспертным путем, и составило 100 кг. Следовательно, закупки будут концентрироваться в пределах данного количества.

Исходя из расчетов видно, что предоставление скидки позволит ПО «Суземский хлебокомбинат» получить дополнительную прибыль с 1 кг в размере 10,5-12,5 руб. Предлагаемые скидки дадут предприятию прибыль в размере 2100-3750 руб. при реализации от 200 до 300 кг кондитерских изделий.

Экономическая эффективность выпуска нового хлеба «Ароматный» и введения системы скидок

Показатели	Факт	Проект	Отклонение
Выручка, тыс. руб.	37952	38747	795
Себестоимость, тыс. руб.	35828	36153	325
Коммерческие расходы, тыс. руб.	666	695	29
Прибыль от продаж, тыс. руб.	1458	1899	441
Рентабельность продаж, %	3,8	4,9	1,1 п. п.

В результате проведенных мероприятий выручка увеличится на 795 тыс. руб., а прибыль возрастет на 441 тыс. руб. Это позволит увеличить уровень рентабельности на 1,1 п.п. Это будет способствовать дальнейшему развитию и росту предприятия.

В результате предлагаемых мероприятий выручка увеличится на 795 тыс. руб., а прибыль возрастет на 441 тыс. руб. Это позволит увеличить уровень рентабельности на 1,1 п.п., что будет способствовать дальнейшему развитию и росту предприятия.

Другим направлением совершенствования коммерческой работы по сбыту продукции являются дополнительные инвестиции в оборудование. Проведенные исследования показали, что в ПО «Суземский хлебокомбинат» используется старое оборудование, которое не позволяет маневрировать ассортиментом, сужая его. Это происходит потому, что объем загрузки достаточно большой, а перед предприятием стоит задача выпуска небольших партий, но с широким ассортиментом.

В этой связи предприятию необходимо инвестировать средства в материально-техническую базу. В работе проведен расчет бизнес-плана инвестиций ПО «Суземский хлебокомбинат» в оборудование под названием «Приобретение печи «Муссон-ротор-55».

Затраты на проект – 500 тыс. руб., из них 470 тыс.руб. – стоимость печи и 30 тыс.руб. – установка. Планируется взять в форме

средств инвестора – 180000 руб., займы – 273900 руб., собственные средства – 46100 руб. Расчеты показали, что срок окупаемости проекта – 6 месяцев.

Валовой объем продаж составит 3017 тыс. руб. Суммарные прямые издержки составят 1331 тыс. руб. Валовая прибыль рассчитывается как разность между чистым объемом продаж и суммарными прямыми издержками ее величина будет 990 тыс. руб.

Рассчитанное значение нормы рентабельности составляет 101,70 %, что выше нормы рентабельности определенной инвестиционной политикой предприятия. Это свидетельствует о приемлемости данного проекта.



Бородавко А.М., Кузьмицкая А.А.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДАЖ ТОВАРОВ В РОЗНИЧНОМ ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Экономическая эффективность торговли – сложная и многогранная категория, которая полно может быть выражена системой показателей, отвечающих ряду требований.

Для торговых организаций розничный товарооборот – основной показатель, характеризующий как количественную, так и в определенной мере качественную сторону их деятельности; наряду с прибылью розничный товарооборот является целевым показателем хозяйственной деятельности торговой организации.

ООО «Удача» является средним по размерам розничным торговым предприятием города Клинцы. Общая площадь предприятия составляет 151,4 м², в том числе торговая площадь 84,6 м².

Выручка от реализации товаров за 2011 г. снизилась на предприятии по сравнению с 2009 г. на 42%. Убыток от реализации продукции за последний год составил 13 тыс. руб. В 2010 и 2011 гг. торговая деятельность на предприятии была убыточной, что объясняется, прежде всего, снижением объема розничного товарооборота.

Общее снижение розничного товарооборота по предприятию составило в 2011 г. 42% по сравнению с 2009 г., в том числе в разделе отдельных товарных групп наибольшее снижение товарооборота наблюдается по бакалейным товарам, мясным изделиям, рыбе и морепродуктам.

Другим важным негативным моментом в деятельности розничного торгового предприятия является отсутствие должности товароведа, что негативно влияет на организацию всего процесса продаж товаров и эффективность работы предприятия в целом.

Таблица 1
Показатели торговой деятельности ООО «Удача»

Показатели	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2011 г. в % к:	
				2009 г.	2010 г.
Выручка от реализации, тыс. руб.	2486	1614	1440	58,0	89,0
Себестоимость проданных товаров, работ, услуг, тыс. руб.	1866	1279	1323	71,0	103,0
Издержки обращения, тыс. руб.	393	372	456	116,0	123,0
Общая площадь, м ²	151,4	151,4	151,4	100,0	100,0
в т. ч. торговая площадь, м ²	84,6	84,6	84,6	100,0	100,0
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	283	283	281	99,0	99,0
Среднесписочная численность работников, чел.	14	12	13	93,0	108,0
Прибыль (убыток) от реализации продукции, тыс. руб.	24	-249	-13	-37	262
Уровень рентабельности (убыточности) продаж, %	1,0	-15,0	-1,0	-2 п.п.*	14 п.п.*

* - процентных пунктов

Для оценки качества торгового обслуживания населения необходимо иметь информацию об ассортименте и качестве реализуемых товаров, соблюдении ассортиментного минимума, культуре и скорости обслуживания покупателей. Получить указанную информацию можно путем проведения специальных обследований и анкетного опроса покупателей. Для обобщающей оценки результатов обследования определяют комплексный показатель оценки качества обслуживания покупателей

лей ($K_{\text{кач}}$), который в нашем случае равен 0,88, что позволяет говорить, о хорошем, но не об отличном качестве обслуживания покупателей.

В магазине ООО «Удача» для повышения объема продаж товаров необходимо проведение рекламных мероприятий и демонстраций.

Особо важное значение имеет реклама обновленных и новых товаров, которая способствует их выходу на рынок и формированию новых потребностей у населения.

В условиях насыщения рынка потребительскими товарами растет конкурентное соперничество. Это предопределяет организацию конкурентной рекламы, целью которой является показ преимущественных признаков рекламируемых товаров.

Одной из новых форм рекламных мероприятий для ООО «Удача» является проведение дегустаций.

Дегустации в основном используют для продвижения продовольственных товаров, которые появились на рынке, либо, по мнению изготовителей, обладают особыми характеристиками, позволяющими выделить их из ряда аналогичных товаров. Кроме того, в магазине могут быть организованы дегустации блюд, изготовленных из продуктов, не пользующихся спросом покупателей по причине незнания ими способов их изготовления.

В магазине «Удача» возможным и целесообразным является проведение дегустации колбасных изделий торговой марки ОАО «Глобал-Витебск». Данная белорусская товарная марка является новой на российском рынке. Продукция белорусских товаропроизводителей является качественной, востребованной и приемлемой в плане цены для покупателей с разным уровнем платежеспособности. Для дегустации были представлены образцы различных видов колбасных изделий. Практика проведения подобных мероприятий показала, что применение рекламных кампаний по дегустации колбасных изделий, способствует увеличению объема продаж на 13-15%.

ООО «Удача» формирует торговый ассортимент товаров с учетом своей специализации, потребительского спроса и материально-технической базы. Предприятие закупает товары более чем у 30 поставщиков - производителей, находящихся в Брянской и Гомельской областях. Доставка товаров осуществляется как централизованно, так и децентрализованно. Важную роль при формировании ассортимента играет цена продаваемых товаров. Поэтому необходимо следить за тем, чтобы ассортиментный перечень удовлетворял покупателей с разными финансовыми возможностями.

Одной из приоритетных товарных групп на предприятии является – молочная продукция, для которой необходимо выделить

наилучшие место торгового зала, расширить ассортимент и площадь выкладки продукции.

Таблица 2

Экономическое обоснование предлагаемых мероприятий

Показатели	Факт (2011г.)	Проект	Отклонение (+.-)
Розничный товароборот, тыс. руб.	1440	1503	+62,7
в том числе:			
- за счет проведения дегустаций	-	15	+15
- за счет расширения ассортимента молочной продукции	-	37,7	+37,7
- за счет мерчандайзинговых мероприятий	-	10	+10
Валовой доход, тыс.руб.	117,0	162,4	+45,2
Издержки обращения, тыс. руб.	456	465	+9
Общая площадь, кв. м.	151,4	151,4	0
Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	-13	81	+94
Уровень рентабельности (убыточности) продаж, %	-1,0	+5,0	6 п.п.*

* - процентных пунктов

Вследствие того, что в магазине представлен узкий ассортимент молочной продукции целесообразным является провести мероприятия по расширению ассортимента данной продукции и дополнить ассортимент продукцией белорусского производства с возможностью ее дегустации.

Особую значимость для повышения эффективности продаж имеют мерчандайзинговые приемы, связанные с правильным размещением товаров на полках. При правильной расстановке товаров эффективность продаж может быть повышена от 5 до 10%.

Таким образом, с учетом всех вышеперечисленных мероприятий на перспективу планируется увеличение товарооборота и валового дохода. Ожидаемый уровень рентабельности продаж составит 5,0%.



БИЗНЕС-ПЛАН МАГАЗИНА ОАО «МЕБЕЛЬ»

В последнее время бизнес-планирование занимает немалое место в деятельности фирмы. Бизнес-план необходим как при создании малого, среднего, или крупного бизнеса, так и для его модернизации или реструктуризации. Он является одним из основных документов, определяющих стратегию развития бизнеса, в нем более подробно разбираются экономические и финансовые вопросы, дается технико-экономическое обоснование конкретных мероприятий.

Магазин открытого акционерного общества «Мебель», расположен в г. Брянске и осуществляет розничную продажу мебели. Выручка в 2011 г. увеличилась более чем на 50%, себестоимость выросла на 56,2 %. Имеет место уменьшение уровня рентабельности на 0,7 п.п.

В ОАО «Мебель» значительную долю продаж занимает продажа мягкой мебели для отдыха, которая составляет в 2009 г. 34,1% от общего объема продаж. В 2011 г. ее доля выросла до 40,3%. На втором месте по продажам корпусная мебель. В 2011 г. ее доля продаж составила 21,4 %. Третье место занимает мебель для спальни – 20,7% продаж. Постепенно расширяется и обновляется ассортимент офисной мебели, но пока уровень его продаж занимает четвертое место. Самый низкий объем денежной выручки у кухонной мебели. Доля продаж данного вида товара постепенно сокращается.

ОАО «Мебель» относится к числу специализированных предприятий, т.к. ориентируется на продаже одного вида товара – мебели, в большей степени мягкой мебели для отдыха.

Для изготовления мебели используются различные материалы: древесина, ДСП, ламинат.

Магазин использует различные методы продажи: по каталогу, по образцам, путем индивидуального обслуживания. Кредит покупателям на мебель выдается банком «Хоум кредит».

Ассортимент товаров растет. Коэффициент широты составил 106,9, коэффициент обновления 3,7. На мебель и мебельную фурнитуру уровень торговой надбавки в магазине «Мебель» в среднем составляет 25% от отпускной цены изготовителя.

В организации принят лозунг «Достойная мебель – доступные цены».

Основными плановыми показателями, характеризующими работу магазина являются: товарооборот, издержки обращения, прибыль и рентабельность.

Основные показатели деятельности ОАО «Мебель»

Показатели	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2011 г. в % к:	
				2009 г.	2010 г.
Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб.	9565	11837	14513	151,7	122,6
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб.	6124	7467	9568	156,2	128,1
Среднесписочная численность работников, чел.	19	19	19	100,0	100,0
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	646	602	557	86,2	92,5
Прибыль (убыток), тыс. руб.	109	236	187	171,6	79,2
Уровень рентабельности (убыточности), %	1,1	2,0	1,3	0,2 п.п.	-0,7 п.п.

Основной метод планирования – по опыту прошлых лет с учетом корректировки. Так товарооборот планируется с увеличением товарооборота текущего года в среднем на 15%. Процент увеличения определяется экспертным путем.

План товарооборота в 2011 г. составлял 12170 тыс. руб. Фактически по итогам 2011 г. он был перевыполнен на 19,3%. Рассматривая состояние планирования в магазине «Мебель», можно отметить отдельные недостатки.

Организация планирования находится не на должном уровне. Эту работу выполняет начальник торгового отдела, у которого достаточно много других обязанностей, что не позволяет ему уделять много внимания вопросам планирования. В этой связи целесообразно ввести штат экономиста, который бы выполнял эти функции.

На предприятии осуществляется только краткосрочное планирование, что не позволяет сопоставить стратегические и тактические цели. Было бы рациональным в дополнение к имеющемуся применять бизнес-планирование, которое позволило бы ставить и решать конкретные задачи.

Так, в магазине «Мебель» долгое время не проводился ремонт и его внешний вид и внутреннее состояние не отвечают современным требованиям.

Предложен и обоснован бизнес-план реконструкции магазина. Проведение комплексной реконструкции позволит полностью изменить облик магазина, обеспечить нормальную выставку, расширить ассортимент. Общая стоимость проекта составляет 3132000 руб. Собственные средства 46 тыс. руб., сумма кредита – 3086 тыс. руб. Бизнес-план разработан с помощью компьютерной программы Project Expert 7.21 Professional.

Период окупаемости проекта составит 12 месяцев. С учетом того, что длительность проекта 24 месяца, получен хороший результат. Практически через 12 месяцев предприятие окупит все издержки на реконструкцию. Рассчитанное значение нормы рентабельности 216,5%, что выше нормы рентабельности определенной инвестиционной политикой предприятия.

Основные показатели деятельности предприятия в перспективе увеличатся. Рост рентабельности продаж составит 1,7 п. п. Предложенные мероприятия будут способствовать более грамотному планированию и повышению эффективности деятельности предприятия.



Сухорученкова Е.Ю., Иванюга Т.В.

ВИДЫ И МЕТОДИКА РАСЧЕТА НАЛОГОВ И СБОРОВ, УПЛАЧИВАЕМЫХ ООО «КУПРУЖ»

Сельскохозяйственные предприятия начисляют и уплачивают следующие виды налогов:

1. Налог на доходы физических лиц.

Налогоплательщиками налога на доходы физических лиц признаются физические лица, являющиеся налоговыми резидентами Российской Федерации, а также физические лица, получающие доходы от источников в Российской Федерации, не являющиеся налоговыми резидентами Российской Федерации. Объектом налогообложения является доход, полученный налогоплательщиками.

При определении налоговой базы учитываются все доходы налогоплательщика, полученные им как в денежной, так и в натуральной форме, а также доходы в виде материальной выгоды.

В качестве налоговой базы выступает сумма начисленной оплаты труда работника за исключением налоговых вычетов. Налог на доходы физического лица исчисляются и удерживаются в размере 13% от налоговой базы.

Налоговыми агентами осуществляется учет дохода в налоговой карточке формы № 1-НДФЛ. Они обязаны ежегодно предоставлять в налоговые органы сведения о доходах физических лиц, а сумма исчисленных и удержанных налогов (ф. № 2-НДФЛ) предоставляется в срок не позднее 1 апреля года следующего за истекшим.

Налог исчисляется по каждому работнику ежемесячно и перечисляется в бюджет РФ: (Доход – Льготы) · 13%.

Например, в 2012 г. доход Ефимовой Н. И. составляет 90000 руб., льготы на ребенка за год -16800 руб. Соответственно было уплачено 9516 руб. Льгота работнику с 01.01.2012 г. отменена, льгота на первого и второго ребенка – по 1400 рублей, на третьего и последующих – по 3000 рублей до достижения суммы дохода самого работника 280 тыс. руб.

2. Налог в субъекты РФ (плата за негативное воздействие на окружающую среду).

Законом «Об охране окружающей среды» установлена плата за негативное воздействие на окружающую среду, которую вносят организации и физические лица, деятельность которых оказывает негативное воздействие на окружающую среду. Плата за негативное воздействие на окружающую среду (или плата за загрязнение окружающей среды) является формой компенсации ущерба, наносимого загрязнением окружающей природной среде, и перечисляется предприятиями, учреждениями, организациями в бесспорном порядке.

Плата за негативное воздействие на окружающую среду взимается с природопользователей, осуществляющих следующие виды воздействия на окружающую природную среду:

- выброс в атмосферу загрязняющих веществ от стационарных и передвижных источников;
- сброс загрязняющих веществ в поверхностные и подземные водные объекты;
- размещение отходов.

Налог рассчитывается и уплачивается ежеквартально. Для исчисления платы за выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух передвижными объектами необходимо количество использованного дизельного топлива в 4 квартале текущего года умножить на норматив платы (2,5), затем полученное значение умножается на коэффициент экологической значимости (1,9), затем полученная вели-

чина умножается на дополнительный коэффициент (1,2) и полученное значение умножается на коэффициент инфляции.

Для исчисления суммы платы за размещение отходов производства и потребления необходимо количество работников предприятия умножить на коэффициент 0,3, затем полученная величина делится на 4 (квартала) и умножается на коэффициент 0,23. Затем полученное значение умножается на норматив платы за размещение отходов в пределах установленного лимита (248,4), затем полученная величина умножается на коэффициент к нормативу платы (5), далее полученное значение умножается на коэффициент экологической значимости (1,6), затем умножается на дополнительный коэффициент (1) и в конечном счете умножается на коэффициент инфляции.

3. Земельный налог.

Земельный налог является местным налогом. Налогоплательщиками признаются организации и физические лица, обладающие земельными участками на праве собственности, праве постоянного (бессрочно) пользования или праве пожизненного наследуемого владения.

Объектами обложения земельным налогом служат конкретные земельные участки, предоставленные гражданам и юридическим лицам в собственность или пользование. Налоговая база определяется как кадастровая стоимость земельных участков, признаваемых объектом налогообложения. Кадастровая стоимость земельного участка определяется в соответствии с земельным законодательством.

Земельный налог исчисляется отдельно по каждому земельному участку, предоставленному юридическому лицу в собственность, владение или пользование, а за земли, занятые жилищным фондом - отдельно по каждому жилому дому.

Сумма налога исчисляется по истечении налогового периода как соответствующая налоговой ставке процентная доля налоговой базы.

В ООО «КупРуж» декларация сдается один раз в год до первого февраля. Авансовые платежи уплачиваются ежеквартально. Налог платит только собственник земельного участка, имеющий свидетельство права собственности, где указан кадастровый номер земельного участка. В кадастровом паспорте указана стоимость этого участка и площадь.

Расчет налоговой базы и суммы налога: кадастровая стоимость земельных участков умножается на коэффициент 1- получается налоговая база, которая умножается на налоговую ставку 0,3%, затем делится на 12 и умножается на количество месяцев пользования земельным участком. И так по каждому участку. В ООО «КупРуж» таких участков 32.

4. Единый сельскохозяйственный налог.

Единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН) представляет собой специальный налоговый режим, введенный на всей территории России с 1 января 2004 г.

Сельскохозяйственными товаропроизводителями признаются организации и индивидуальные предприниматели производящие сельскохозяйственную продукцию при условии, что в общем доходе от реализации товаров, работ и услуг доля дохода от реализации сельскохозяйственной продукции составляет не менее 70%. Используя главу 26.1 Налогового кодекса ООО «КупРуж» принял решение о переходе на уплату единого сельскохозяйственного налога. Объектом налогообложения признаются доходы, уменьшенные на величину расходов.

Доходы, подлежащие налогообложению делятся на доходы от реализации и внереализационные доходы.

К доходам от реализации относятся:

- выручка от реализации продукции растениеводства;
- выручка от реализации продукции животноводства;
- выручка от реализации животных на выращивании и откорме;
- выручка от реализации продукции подсобных производств;
- доходы (выручка), полученные за выполненные работы и оказанные услуги (перевозка грузов, обработка приусадебных участков).

Все иные доходы, относящиеся к доходам от реализации, являются внереализационными.

Налогоплательщик уменьшает полученные доходы на следующие расходы:

- расходы на приобретение, сооружения и изготовления основных средств;
- расходы на оплату труда, выплату пособий по временной нетрудоспособности;
- расходы на обязательное страхование работников;
- расходы на приобретение нематериальных активов и т.д.

Налоговая ставка, согласно статье 436. 8 НК РФ установлена в размере 6%. Налоговым периодом является календарный год. Налогоплательщики исчисляют налоговую базу по итогам каждого отчетного (полугодового) периода.

Уплата данного налога заменяет собой совокупность налогов, подлежащих уплате при применении общепринятой системы налогообложения.

Переход на уплату единого налога не влияет на выполнение плательщиками их обязанностей как налоговых агентов: они обязаны исчислять, удерживать у налогоплательщиков и перечислять в соот-

ветствующий бюджет налоги. В соответствии с этим на ООО «КупРуж» возлагаются следующие обязательства:

- правильно и своевременно исчислять соответствующие налоги и перечислять в бюджеты;

- в течение одного месяца письменно сообщать в налоговый орган по месту своего учета о невозможности удержать налог у налогоплательщика и о сумме задолженности налогоплательщика, если такая имеется;

- вести учет выплаченных налогоплательщикам средств, удержанных и перечисленных в бюджеты налогов, в том числе по каждому налогоплательщику отдельно;

- предоставлять в налоговый орган по месту своего учета документы, необходимые для осуществления контроля за правильностью начисления, удержания и перечисления налогов.

Окончательный расчет по итогам года по единому сельскохозяйственному налогу производится ООО «КупРуж» до 31 марта.

ООО «КупРуж» уплачивает налог и предоставляет налоговые декларации в налоговый орган по своему местонахождению, т.е. в городе Карачев. Суммы единого сельскохозяйственного налога зачисляются на счета органов федерального казначейства, которые распределяют их в соответствии с бюджетным законодательством РФ.

Уплачивая единый сельскохозяйственный налог ООО «КупРуж» не освобождается от обязанностей, установленных действующими нормативными правовыми актами РФ, по предоставлению в налоговые органы бухгалтерской и иной отчетности, предусмотренной законодательством РФ о налогах и сборах.

В ООО «КупРуж» начисление налога автоматизировано. Налог подсчитывается и отражается в Книге учета доходов и расходов.



Илюсина Е.Н., Шевердина Е.Л.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАГАЗИНА «ЛЮКС» ООО «ЛЮКС» КОМАРИЧСКОГО РАЙОНА

В современных условиях хозяйствования все большее значение в России приобретает коммерческая деятельность торгового предприятия. Объектами коммерческой деятельности являются товары и услуги, реализация которых возложена на оптовые и розничные предприятия. От

организации и совершенствования коммерческой деятельности в области реализации готовой продукции зависят результаты деятельности предприятия, а в частности такие показатели как величина доходов, прибыли, уровень рентабельности. В связи с этим на современном этапе возникает объективная необходимость поиска путей совершенствования коммерческой деятельности, поэтому данная тема является актуальной.

Розничная торговля магазина «Люкс» общества с ограниченной ответственностью «Люкс» п. Комаричи Брянской области осуществляется в четырех магазинах – «Люкс», «Зодиак», «Радуга», «Солнечный». Основные показатели деятельности общества за последние годы имеют тенденцию к увеличению. Так, выручка от продажи товаров, работ, услуг увеличилась в 1,6 раза, а товарооборот в фактических ценах увеличился на 75,0%. При этом рентабельность продаж составила почти 1,0%, что на 0,7 п.п. меньше чем в 2009 г. и на 2,1 п.п. больше по сравнению с 2010 г.

Основным показателем работы предприятия является товарооборот, так как он влияет на формирование ассортимента. Объем которого в магазинах общества «Люкс» имел тенденцию к росту, так в магазине «Люкс» в динамике лет товарооборот увеличился почти на 4 млн. руб. (3886 тыс. руб.), в магазине «Зодиак»- около 1 млн. руб., в магазине «Радуга» товарооборот увеличился почти на 1,5 млн. руб., а в магазине «Солнечный»- более чем на 1,5млн. руб. Таким образом, на магазин «Люкс» приходится 40% товарооборота общества.

Закупочная деятельность является важнейшим звеном торговли. Так как розничное торговое предприятие является последним и самым важным звеном во всей цепи движения товаров от производителя к потребителю, то завоз товаров осуществляется с производственных и оптовых торговых предприятий.

Товарооборот магазина «Люкс» возрос в динамике лет более чем в 2 раза. На основании вышеизложенного необходимо отметить, что деятельность анализируемого предприятия эффективна, однако, имеются резервы по совершенствованию коммерческой деятельностью.

Так, для изучения покупательского спроса было предложено составление анкеты и проведение по ней опроса потенциальных покупателей. Проведенный опрос респондентов во время прохождения производственной практики, показал, что 75% покупателей, посещают магазин «Люкс» ежедневно (т.е. постоянные покупки). Большинство покупателей отдали предпочтение качеству товаров (67%). Качество товаров, реализуемых в магазине, оценивается как отличное (100%). Покупатели хотели бы в ассортименте магазина видеть товары высокого качества по ценам не выше чем в других магазинах. Таким обра-

зом, анкетный опрос подтвердил высокий имидж магазина «Люкс».

Реализация товаров в магазине «Люкс» нуждается в совершенствовании. Для более эффективного продвижения товаров можно предложить использование рекламных средств. Более рациональным будут являться следующие виды: радиореклама и реклама в местной газете. Преимущество данных средств в высоком уровне охвата местного рынка и низкой цене. Видно, что товарооборот после рекламных мероприятий увеличится на 75 тыс. руб., (в месяц), таким образом, реклама на местном радио и в газете является эффективной.

Функционирование розничной торговой сети не будет эффективной без наличия хорошо развитой маркетинговой деятельности, поэтому предприятию необходимо ввести должность мерчендайзера, который по совместительству будет выполнять должностные обязанности маркетолога. Мерчендайзер занимается расположением товаров таким образом, чтобы по возможности максимально повысился сбыт товаров через их эффективное размещение на прилавке.

Так размер товарооборота при работе мерчендайзера в магазине «Люкс» увеличится более чем на 2 млн. руб., средний товарный запас уменьшится почти на 171 тыс. руб., а время обращения товаров уменьшится более чем на 4 дня.

Экономическая эффективность деятельности магазина «Люкс»

Показатели	Факт	Проект	Отклонение (+, -)
Выручка от продажи товаров, работ, услуг, тыс. руб.	14723	15460	+737
Себестоимость проданной продукции, товаров, работ, услуг, тыс. руб.	10368	11301	+933
Коммерческие расходы, тыс. руб.	2878	3024	+146
Среднесписочная численность работников, чел.	4	5	+1
Прибыль от продаж, тыс. руб.	140	238	+92
Рентабельность продаж, тыс. руб.	1,05	1,54	+0,59 п.п.

Таким образом, предлагаемые мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности эффективны, так как выручка от реализации товаров (работ, услуг) возрастет на 737 тыс. руб., товарооборот увеличится на 2863 тыс. руб., прибыль от реализации товаров по-

высится на 92 тыс. руб., а рентабельность продаж увеличится на 0,59 п.п. Следовательно, предлагаемые мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности могут быть применены в условиях анализируемого предприятия.



Сухорученкова Е.Ю., Иванюга Т.В.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ОБЩАЯ МЕТОДИКА АНАЛИЗА РАСЧЕТОВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ПО НАЛОГАМ И СБОРАМ

Информационное обеспечение анализа расчетов по налогам и сборам основывается на данных бухгалтерского учета, финансовой и налоговой отчетности. Новым источником являются регистры налогового учета – сводные формы ведомостей для систематизации данных первичных учетных документов по элементам расходов или доходов, сформированных в соответствии с требованиями налогового законодательства. Кроме первичных учетных документов для их составления могут использоваться регистры бухгалтерского учета, справки бухгалтера и промежуточные налоговые расчеты, которые представляют собой таблицы с расчетами показателей, необходимых для заполнения аналитических регистров налогового учета. На основе информации аналитических регистров формируются сводные регистры налогового учета.

Состав, содержание и качество информации, которая привлекается к анализу, имеют определяющую роль в обеспечении действенности анализа. Анализ не ограничивается только экономическими данными, а широко использует техническую, технологическую и другую информацию. Все источники данных для анализа делятся на плановые, учетные и внеучетные.

К плановым источникам относятся все типы планов, которые разрабатываются на предприятии (перспективные, текущие, оперативные, хозрасчетные задания, технологические карты), а также нормативные материалы, сметы, ценники, проектные задания и др.

Источники информации учетного характера – это все данные, которые содержат документы бухгалтерского, статистического и оперативного учета, а также все виды отчетности, первичная учетная документация.

Ведущая роль в информационном обеспечении анализа налогов принадлежит бухгалтерскому учету и отчетности, где наиболее полно

учитываются и отражаются хозяйственные явления, процессы, их результаты. Своевременный и полный анализ данных, которые имеются в учетных документах (первичных и сводных) и отчетности, обеспечивает принятие необходимых мер, направленных на улучшение выполнения планов, достижение лучших результатов хозяйствования.

Данные статистического учета, в которых содержится количественная характеристика массовых явлений и процессов, используются для углубленного изучения и осмысления взаимосвязей, выявления экономических закономерностей.

Оперативный учет и отчетность способствуют более оперативному по сравнению со статистикой или бухгалтерским учетом обеспечению анализа необходимыми данными (например, о производстве и отгрузке продукции, о состоянии производственных запасов) и тем самым создают условия для повышения эффективности аналитических исследований.

Учетным документом является экономический паспорт предприятия, где накапливаются данные о результатах хозяйственной деятельности за несколько лет. Значительная детализация показателей, которые содержатся в паспорте, позволяет провести многочисленные исследования динамики, выявить тенденции и закономерности развития предприятия.

С расширением компьютерной техники появились и новые машинные источники информации. К ним относятся данные, которые содержатся в оперативной памяти ПЭВМ, на гибких дисках, а также выдаются в виде разнообразных машинограмм.

К внеучетным источникам информации относятся документы, которые регулируют хозяйственную деятельность, а также данные, которые не относятся к перечисленным ранее:

- официальные документы, которыми обязано пользоваться предприятие в своей деятельности: законы государства, указы Президента, постановления Правительства и местных органов власти, приказы вышестоящих органов управления, акты ревизий и проверок, приказы и распоряжения руководителей хозяйства;
- хозяйственно-правовые документы: договора, соглашения, решения арбитража и судебных органов, рекламы;
- материалы изучения передового опыта, приобретенные из разных источников информации (радио, телевидение, газеты и т.д.);
- техническая и технологическая документация;
- материалы специальных исследований состояния производства на отдельных рабочих местах (хронометраж, фотография и т.п.);
- устная информация, которая получена во время встреч с чле-

нами своего коллектива или представителями других предприятий.

К организации информационного обеспечения анализа предъявляется ряд требований: аналитичность информации, ее объективность, единство, оперативность, рациональность и др.

Смысл первого требования заключается в том, что вся система экономической информации независимо от источников поступления должна соответствовать потребностям анализа, т.е. обеспечивать поступление данных именно о тех направлениях деятельности и с той детализацией, которая в этот момент нужна аналитику для всестороннего изучения экономических явлений и процессов, выявления влияния основных факторов и определения внутрихозяйственных резервов повышения эффективности производства. Поэтому вся система информационного обеспечения анализа должна постоянно совершенствоваться: постоянно пересматриваются формы документов, их содержание, организация документооборота, появляются принципиально новые формы накопления и сохранения данных (имеется в виду компьютерная техника).

Из принципа единства информации вытекает необходимость устранения обособленности и дублирования разных источников информации. Это означает, что каждое экономическое явление, каждый хозяйственный акт должны регистрироваться только один раз, а полученные результаты могут использоваться в учете, планировании, контроле и анализе.

Эффективность анализа может быть обеспечена только тогда, когда есть возможность оперативно вмешиваться в процесс производства по его результатам. Это значит, что информация должна поступать к аналитику как можно быстрее. В этом и состоит сущность еще одного требования к информации - оперативность. Повышение оперативности информации достигается применением новейших средств связи, обработкой ее на ЭВМ и т.д.

И, наконец, система информации должна быть рациональной (эффективной), т.е. требовать минимума затрат на сбор, хранение и использование данных. Вместе с тем, она должна максимально полно обеспечивать запросы анализа и управления. Из данного требования вытекает необходимость изучения полезности информации и на этой основе совершенствование информационных потоков путем устранения лишней информации и введения нужных.

Таким образом, информационная система анализа налогов и платежей должна формироваться и совершенствоваться с учетом перечисленных выше требований, что является необходимым условием повышения действенности и эффективности анализа.

Для ООО «КупРуж» можно предложить следующую методику анализа расчетов по налогам и сборам.

Первоначальным этапом анализа налогообложения организации является изучение и оценка динамики налогов и других обязательных платежей. При этом используют как абсолютные, так и относительные показатели. Относительными показателями, в частности, являются удельный вес (доля) отдельных видов обязательных платежей в общей их сумме, темпы роста или снижения их в динамике. Считаем, что анализ динамики обязательных платежей целесообразно проводить по всем обязательным платежам как в разрезе источников их уплаты, так и по каждому налогу.

Далее в ходе анализа необходимо оценить структуру налогов и других обязательных платежей в зависимости от источника их уплаты: налогов, уплачиваемых из выручки (косвенные налоги) и налогов, относимых на расходы по реализации, проанализировать налоговую нагрузку.

За анализируемый период сумма всех налогов увеличилась в 2,2 раза, в том числе земельный налог возрос в 2,6 раза, другие налоги и сборы – в 2,4 раза. По сравнению с 2011 г. величина налогов и сборов увеличилась на 10,1% или на 104 тыс. руб., на 15,8% увеличился НДС, на 13,4% увеличились другие налоги и сборы, а земельный налог сократился на 32,3%.

В 2012 г. в структуре налогов и сборов, вносимых предприятием в бюджет, наибольший удельный вес занимают другие налоги и сборы – 48,6% и НДС – 25,3%.

Предприятие ежегодно имеет задолженность по уплате всех видов налогов. За анализируемый период задолженность по налогам и сборам увеличилась в 7,8 раз и составила 1502 тыс. руб. К 2011 г. задолженность увеличилась в 10 раз. Наибольший удельный вес по задолженности занимает задолженность по единому сельскохозяйственному налогу – 98,5%.

Взаимоотношения с государственным бюджетом строятся таким образом, что наряду с уплатой в бюджет налогов и прочих сборов ООО «КупРуж» получает из бюджета дотации и компенсации на производство продукции растениеводства, на приобретение минеральных удобрений и средств химической защиты.

Общая сумма дотаций и компенсаций из бюджета в 2012 г. сократилась по сравнению с 2010 г. на 1148 тыс. руб., а по сравнению с 2011 г. увеличилась на 1059 тыс. руб. На протяжении 3-х лет была оказана существенная государственная поддержка на мероприятия по

повышению плодородия почв. Более 1 млн. руб. было получено на возмещение затрат по уплате процентов.

За анализируемый период величина перечисленных в бюджет платежей возросла в 2,2 раза, величина бюджетных ассигнований для предприятия сократилась на 15%, но сумма бюджетных ассигнований превышает величину платежей: в 2010 г. – в 8 раз, в 2011 г. – в 2,3 раза, в 2012 г. – в 3,1 раза. Удельный вес налогов в денежной выручке сократился на 1,1 п.п. Удельный вес бюджетных ассигнований в денежной выручке также сократился на 23,2 п.п.

Средства, получаемые из бюджета, оказывают большую финансовую поддержку, хотя выделяемых для всего сельского хозяйства средств явно не хватает, и получает их хозяйство с большим опозданием. В рыночных условиях государственная финансовая поддержка может оказываться только на возвратной основе, а это значит, что даже среди рентабельных предприятий агропромышленного комплекса государственные дотации должны получать не все, а только те, которые стабильно имеют высокую экономическую эффективность сельскохозяйственного производства. Это позволит укрепить экономику аграрного сектора.



Сашенкова М.В., Иванюга Т.В.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТА ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ В ОАО «ДЯТЬКОВО-ХЛЕБ»

Важнейшим этапом деятельности предприятия является организация сбыта продукции – завершающей стадии деятельности фирмы по созданию, производству и доведению товара до потребителя. В процессе сбыта окончательно определяется результат работы предприятия, направленной на расширение объемов деятельности и получение максимальной прибыли. В связи с этим изучение организации сбыта хлебобулочной продукции, разработка предложений по повышению его эффективности являются актуальными.

ОАО «Дятьково-хлеб» относится к предприятиям пищевой промышленности. Основной профиль его деятельности – производство и реализация хлебобулочных и кондитерских изделий.

На предприятии сбытовую функцию осуществляет отдел сбыта, работа которого строится исключительно на сбытовой стратегии, принятой на предприятии.

Организация сбыта включает следующие элементы:

- сбор информации о спросе на товар;
- заключение с потребителями договоров на поставку продукции;
- выбор формы реализации продукции;
- подготовка продукции к отправке потребителям;
- технология товародвижения (вид транспорта, маршрут);
- организация стимулирования сбыта.

Сбыт готовой продукции осуществляется в форме оптовой продажи товаров по каналу нулевого уровня, или прямой продажи - бюджетным организациям (27%) и одноуровневому каналу – торговым организациям и частным предпринимателям (73%).

Доставка продукции осуществляется кольцевым развозом автотранспортом предприятия.

В настоящее время производственно-хозяйственная деятельность предприятия эффективна, но показатели эффективности имеют тенденцию к снижению.

Повышению эффективности деятельности предприятия будет способствовать совершенствование отдельных элементов сбыта продукции, а именно:

- активное стимулирование сбыта посредством расширения рекламной деятельности;
- изменение структуры реализации продукции на рынках сбыта в пределах и за пределами Дятьковского района;
- организация розничной продажи продукции через собственную торговую сеть – киоски.

В настоящее время реклама продукции осуществляется посредством печатной рекламы-проспектов, логотипа, слогана, рекламных щитов, интернет-сайта, участия в выставках и ярмарках. Затраты на рекламу составляют 1,5% в структуре затрат предприятия.

Мы предлагаем *совершенствование интернет-сайта хлебозавода, рекламирование продукции в прессе и на собственном транспорте предприятия.*

Лицом компании в Интернете является его корпоративный сайт, оформление и информационное содержание которого могут как привлекать потребителя, так и отталкивать его. С этой точки зрения предлагаем изменить структуру и контентное наполнение сайта ОАО «Дятьково – хлеб». Сайт должен быть разделен на две зоны – B2B (Business-to-Business) и B2C (Business-to-Customer). В зоне сайта, нацеленной на конечного потребителя, следует создать портал, посвященный вопросам хлебопечения, здорового питания, на котором пользователи могли бы найти не только актуальную подробную информа-

цию о продукции хлебозавода, но и материалы по истории и современному состоянию хлебопечения, статьи о пользе новых сортов хлеба, кулинарные рецепты. Здесь же может размещаться информация о планируемых промо-акциях на предприятия. Все это позволит внедрять в сознание покупателей торговую марку «Дятьково – хлеб» и создавать положительный имидж предприятия. Раздел сайта, предназначенный для работы с оптовыми и мелкооптовыми покупателями, должен информировать об ассортименте, ценах, возможных скидках, условиях поставки, предоставлять возможность заказов продукции.

Расходы на рекламу в сети Интернет составят 75580 руб. за год. Предполагаемое увеличение объема продаж составит 5%.

Реклама в прессе является одним из наиболее часто используемых каналов рекламы. К основным ее преимуществам можно отнести большой охват, неназойливость, в отличие от телевидения, и небольшую стоимость размещения. В настоящее время распространены газеты и журналы, в которых размещаются только рекламные объявления. Это специализированные рекламно-информационные издания, которые адресованы в основном оптовым покупателям. В этих изданиях можно периодически давать информацию в виде строк об ассортименте выпускаемых товаров, их ценах, стоимости услуг транспортировки и пр., предназначенную для оптовой и розничной торговли.

Предлагается включить в рекламную кампанию рекламу на транспорте. При этом следует помнить, что хлеб как таковой в рекламе не нуждается, поэтому использовать этот канал распространения рекламы лучше всего в целях рекламы предприятия-производителя высококачественной продукции. В качестве носителя рекламы на транспорте можно использовать собственный автомобильный парк предприятия. В этом случае не придется платить за размещение рекламы. На ОАО «Дятьково-хлеб» уже практикуется размещение на автомобилях стикеров, выполненных в определенной цветовой гамме, содержащих фирменный знак и слоган завода.

Изменение структуры реализации продукции на рынках сбыта в пределах и за пределами Дятьковского района обосновано нами посредством изучения спроса на продукцию.

В 2012 г. в пределах Дятьковского района объем продаж составил 90,4%, в г. Брянске и г. Людиново – 9,6%.

Возможно изменение структуры продаж в г. Брянске и г. Людиново в пользу кондитерских изделий по причине большего спроса на них за счет сокращения объема реализации хлеба. Предполагается повышение объема продаж кондитерских изделий за пределами Дятьковского района на 35%, снижение объема реализации хлеба на 16%, что

позволит увеличить денежную выручку против уровня 2012 г. на 2% или 1,7 млн. руб. В настоящее время предприятие реализует продукцию преимущественно через магазины города (73%) и бюджетные организации (27%).

Совершенствование сбыта возможно посредством *реализации продукции через собственные киоски*. В поддержании развития этого направления необходимо: увеличить объем производства продукции, подготовить продавца-кассира для работы в киоске, приобрести киоск и перспективно его разместить.

Затраты на приобретение киоска и последующее его оборудование составят 250 тыс. руб. и они будут взяты из резервного капитала предприятия. Режим работы киоска: ежедневно с 8-00 до 18-00 ч. Размещение: около автобусной остановки. Уровень рентабельности продаж увеличится на 2,07 п. п.

В результате предложенных мероприятий по повышению эффективности сбыта объем реализации может увеличиться на 979,8 т., выручка – на 22,5%, рентабельность продаж – на 2,85 п. п.

Стимулирование сбыта по отношению к собственному персоналу преследует цель поощрить наиболее эффективно работающих сотрудников; дополнительно мотивировать их труд; способствовать обмену опытом между сотрудниками и т.д.

Таблица 2
Эффективность деятельности ОАО «Дятьково – хлеб» на перспективу

Показатели	2012 г.	Проект	Отклонение от 2012 г.
Объем реализации, т	2857	3836,84	+979,84
Выручка, тыс. руб.	89593	109733,76	+20140,76
Себестоимость, тыс. руб.	74654	93279,7	+18619,7
Прибыль, тыс. руб.	1198	4554,1	+3356,1
Рентабельность продаж, %	1,3	4,15	+2,85*
Выручка в расчете на:			
- 100 руб. основных средств, руб.	320,5	392,6	+72,1
- 100 руб. оборотных средств, руб.	831,9	1018,9	+187,0
- 1 среднегодового работника, тыс. руб.	484,3	593,2	+108,9

* отклонение, процентных пунктов

Основными средствами этого направления стимулирования сбыта являются:

1. Премии лучшим работникам.
2. Предоставление лучшим сотрудникам дополнительных дней отпуска.
3. Организация развлекательных поездок для передовиков за счет предприятия и др.

Для усиления конкурентных позиций на рынке ОАО «Дятьково-хлеб» необходимо оптимизировать такие параметры, как «цена – качество», а также продумать стратегию выведения нового продукта на рынок, с целью усиления товарной политики и расширения ассортимента.



Белякова Н.В., Раевская А.В.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ИЗГОТОВЛЕНИЯ ПРОДУКЦИИ ИЗ ОТХОДОВ ПРОИЗВОДСТВА МЕБЕЛИ

К отходам производства в деревообрабатывающей промышленности относят кусковые и мягкие отходы лесопиления и деревообработки, мебельного и фанерного производства, шпалопиления, кору и др. К отходам отнесены также сучья ветви, вершины, древесная зелень, пни и корни.

Идея производства биотоплива из древесных отходов является актуальным, прибыльным и своевременным направлением работ для мебельных фабрик.

Получение готовой продукции из древесины сопряжено с огромными потерями, которые принято называть отходами. Типичная лесопилка превращает около 60% древесины в доски, при этом 12% уходит в отпил, 6% - концевые обрезки и 22% - горбыль и обрезки кромок. Объем отпила и стружки при изготовлении мебели достигает 12% от исходного сырья. Одним из основных направлений утилизации древесных отходов является их использование для получения тепловой энергии. Это связано с тем, что древесные отходы являются СО₂-нейтральными, имеют низкое содержание серы, относятся к возобновляемым источникам энергии. Все это привело к тому, что технологии получения энергии из древесных отходов в последние годы развиваются и совершенствуются. Технологии переработки опилок и древесных отходов способны сделать деревообрабатывающее производство безотходным и экологически чистым. Переработка древесных отходов в топливные брикеты решает многие проблемы, связанные со вторичной переработкой отходов древесины в процессе производства.

Брикеты – спрессованные изделия цилиндрической, прямоугольной или любой другой формы, их длина обычно 100-300 мм не должна превышать в пять раз их диаметр, который является большим, чем 25 мм, а обычно 60-75 мм.

В основе технологии производства древесных топливных брикетов лежит процесс прессования мелко измельченных отходов древесины (опилок) под высоким давлением при нагревании, связующим элементом является легнин, который содержится в клетках растений. Брикеты получаются прямым прессованием на гидравлическом или механическом прессе. Кроме того, можно использовать метод шнекового прессования, когда продукция выходит непрерывно (как на мясорубке).

Спрос на топливные брикеты в странах Европы постоянно высокий и нет предпосылок к насыщению. Существует мнение, что за рубежом спросом пользуются больше гранулы. Однако, спрос на топливные брикеты в Европе также постоянно высокий и цены на него непрерывно растут и они не меньше, чем за брикеты. Брикеты, выполненные методом шнекового прессования, более предпочтительны у покупателей по сравнению с простой.

Технология производства топливных брикетов из отходов состоит из следующих этапов: 1) дробление; 2) сушка до влажности 8-12%; 3) прессование шнековым методом.

Для производства топливных брикетов необходимы следующие условия: площадь помещения от 120 м², электричество – 100 кВт, минимальное аспирационное оборудование.

Стоимость подготовительных работ (общие затраты) составят 100 тыс. руб. Таким образом, на установку, наладку и запуск оборудования ОАО «Клетнямебель» необходимо 2160 тыс. руб.

Себестоимость производства готовых брикетов евро-стандарта с учетом стоимости сырья – максимум 2580 руб. за 1 т. Окупаемость проекта 11,2 месяца.

Расчет чистой прибыли при цене продукции – 4500 руб. за 1 тонну

Показатели	Количество	Цена, руб.	Сумма, руб.
Производство в сутки, т	4	4500	18000
Производство в месяц (в среднем 24 дня), т	96	4500	432000
Затраты на производство в месяц	96	2580	248680
Прибыль от продаж в месяц	х	х	183320
Рентабельность продукции, %	х	х	73,7

При работе оборудования в одну смену предложенный проект окупится чуть более чем за 11 месяцев. Рентабельность топливных брикетов составляет 73,7%.

Поскольку, топливные брикеты пользуются большим спросом в странах Европы, то предприятие имеет реальную возможность выйти со своей продукцией на международный рынок.



Коновалова Е.Н., Раевская А.В.

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ МАГАЗИНА «ЛИМОН»

Магазин «Лимон» является розничным торговым предприятием и функционирует на основе свидетельства индивидуального предпринимателя Куприковой Е.Н.

Целями деятельности магазина является насыщение потребительского рынка товарами и услугами, а также извлечение прибыли. Магазин «Лимон» действует на рынке Комаричского района. Основными конкурентами магазина являются мелкорозничные торговые предприятия. Магазин является смешанным, обслуживает контингент покупателей с различным уровнем дохода. Это и пожилые люди, трудоспособное население, молодежь, дети. Но в основном магазин ориентирован на покупателей со средним уровнем достатка.

Магазин «Лимон» не имеет возможности на своей торговой площади разместить все возможные группы товаров и организовать полную систему обслуживания всех категорий покупателей, так как каждая из них требует разные уровни торгового ассортимента и сервиса.

По-нашему мнению, для более рационального использования площадей магазина можно использовать другую концепцию построения торгового зала. Нужно разделить магазин на три части. В первой (самой дальней части от входа) расположить продукты, которые нужны каждый день – хлеб, молоко. Во второй зоне разместить продукты, которые приобретаются каждую неделю, а в первой (самой ближней к входу) – продукты, которые покупаются изредка. Планировка зала нами предусмотрена таким образом, чтобы покупатель, войдя в магазин, мог видеть весь торговый зал.

Минимально необходимое пространство между стеллажами для того, чтобы разминулись два человека с корзинами, составляет два метра. Кроме того, в случае если ширина прохода небольшая, а высота

стеллажей довольно значительная, покупатель, скорее всего, будет испытывать дискомфорт и даже волнение. В связи с этим, необходимое соотношение данных параметров – три к четырем, где первая цифра – относительная ширина прохода, а вторая – относительная высота торговой мебели.

Сразу же после входа в магазин необходимо оборудовать специальную зону, где покупатель может остановиться на некоторое время и определить свой дальнейший маршрут. С учетом того, что место входа и выхода территориально совпадают, то это пространство должно быть достаточно большим для того, чтобы те, кто еще не зашел в торговый зал и те, кто совершил необходимые покупки, не мешали друг другу.

Предлагая размещение отделов, мы исходили из следующего положения, что большая часть покупателей движется по периметру магазина, не уделяя достаточного внимания товарам, расположенным в центральных областях торгового помещения. Для того чтобы принудить покупателя пройти по всему пространству торгового зала и заставить его уделить внимание другим группам товаров, кроме необходимых ему в данный момент, следует располагать стеллажи с наиболее востребованными продуктовыми товарами в разных концах торгового зала. К таким товарам относятся, к примеру, мясные и молочные продукты, а также хлебобулочные изделия. Чем большее расстояние между такими центрами притяжения, тем больший путь между стеллажами магазина проделает покупатель, тем больше товаров он увидит, а возможно и купит.

Предложенная нами концепция построения торгового зала предусматривает изменение существующего метода продаж в магазине. Как было указано ранее, в магазине используется традиционный метод продаж – продажа через прилавок. Мы же предлагаем перевести магазин на метод самообслуживания. При этом мы считаем необходимым организовать отдел овощи и фрукты.

В настоящее время распределение существующих площадей между отделами строится на принципе равенства. Причина этого, существующая организационная структура, при которой каждый отдел имеет для магазина равное значение. Данный факт говорит об отсутствии целенаправленной торговой стратегии предприятия.

Мы же предлагаем распределить торговые площади между отделами согласно их доли в розничном товарообороте и с учетом того, что площадь магазина «Лимон» планируется увеличить на 120 м² (табл. 21).

В результате перераспределения площадей между отделами уменьшается на 20 м² площадь рыбного отдела, на 4 м² – мясного, на 34 м² – бакалейного, на 6 м² – молочного, на 23 м² – кондитерского от-

делов и на 8 м² – площадь отдела непродовольственных товаров. При этом увеличивается площадь колбасного отдела на 4 м², хлебного отдела на 22 м² и 41 м² увеличивается площадь отдела, где продаются сигареты и вино-водочные изделия. Площадь вновь образованного отдела «Овощи и фрукты» по расчетам должна составить 28 м².

Планируемый розничный товароборот по каждому отделу и по магазину в целом, рассчитанный исходя из его тенденции за последние три года значительно возрастает. Сокращение товароборота планируется по рыбному отделу на 17,6%, по бакалейному отделу – в 2 раза, по кондитерскому отделу – на 25,8%, по молочному отделу – на 5,7% и по непродовольственным товарам – на 7,2%.

Наибольший прирост розничного товароборота дадут продажи колбасных изделий (19,8%), хлеба и хлебобулочных изделий (65%), сигарет и вино-водочной продукции (почти в 2 раза).

В целом по предприятию розничный товароборот может вырасти на 959 тыс. руб. (31,9%) или на 2 тыс. руб. в расчете на 1 м² торговой площади.

Далее рассмотрим преимущества метода самообслуживания над традиционным методом – продажа через прилавок.

Преимущество метода самообслуживания выражается социальной и экономической эффективностью. Покупатели затрачивают времени на покупку товара на 3 мин. меньше, чем при индивидуальном обслуживании через прилавок. Это характеризует социальный эффект самообслуживания (т.е. экономия времени на приобретение товаров).

В магазине самообслуживания могут осматривать и отбирать товар практически все покупатели, которые находятся в торговом зале, что позволит ликвидировать очереди в ожидании обслуживания.

Увеличение установочной и демонстрационной площадей в магазине самообслуживания позволит расширить в торговом зале ассортимент предлагаемых товаров и тем самым увеличить комплексность покупок. Следовательно, экономический эффект при самообслуживании достигается за счет увеличения пропускной способности магазина, роста его экономических показателей (товароборота, валового дохода, прибыли), сокращения численности торговых работников и повышения производительности труда, снижения уровня издержек обращения.

Специалисты отмечают, что внедрение самообслуживания увеличивает пропускную способность магазина на 15-20%.

Кроме того, сокращается количество рабочих мест продавцов. При продаже через прилавок площадь рабочего места колеблется от 16 до 20 м² и на этой площади продавец может обслуживать покупателей по одному, а в это время другим покупателям приходится ждать. По

подсчетах специалистов, товарооборот на одного работника магазина при самообслуживании увеличивается на 15%, а продажа товаров в расчете на 1 м² торговой площади возрастает в 1,5-2 раза.

При самообслуживании достигается не только абсолютная экономия времени (самообслуживание бережет время покупателей на 20-30%), но и улучшается структура использования времени. Если при традиционном методе продажи основная часть времени уходит на ожидание обслуживания, то при самообслуживании – на выбор необходимых товаров.

Исходя из всего вышесказанного, магазин «Лимон» целесообразно использовать метод самообслуживания, так как он положительно повлияет на хозяйственную деятельность торгового предприятия и повысит качество торгового обслуживания покупателей.

Смена формы продажи вызовет определенные финансовые затраты и сокращение численности работников. Затраты будут, прежде всего, связаны с перепланировкой торгового зала, простоем магазина в дни ремонтных работ и покупкой дополнительного оборудования.

Перепланировку помещения будет выполнять бригада из 5 человек (данного количества работников вполне достаточно для этого вида работ). Кроме того, им будут помогать имеющиеся на предприятии грузчики, так как у них в связи с закрытием магазина не будет основной работы. Грузчиков можно использовать для перестановки оборудования, демонтажа старого оборудования, сборки и установки нового оборудования, на отдельных отделочных работах.

Затраты на заработную плату строительным рабочим составят 17500 руб. из расчета, что ремонт торгового зала будет произведен за 10 дней. Суммарные затраты на заработную плату персонала за время простоя магазина составят 4328,3 тыс. руб. Товарооборот за август составляет 241 тыс. руб. За 10 дней простоя магазин недополучит 80,3 тыс. руб.

Для заполнения торгового пространства нужны островные горки 2,5 метровой длины в количестве 4 штук. Горки будут расположены в длину в центре торгового зала, обеспечивая линейную планировку, которая наиболее рациональна для самообслуживания.

Для хранения продуктов в охлажденном виде целесообразно приобрести холодильные горки в количестве трех штук, так как они позволят увеличить площадь выкладки товаров: под выкладку молока и молочных продуктов, выкладку рыбных продуктов, мясопродуктов.

Чтобы покупатели за выбранные товары рассчитывались в одном месте, потребуется организовать 2 расчетно-кассовых терминала, имеющих системы считывания штрих кодов, обработки и передачи информации на главный компьютер, выдачи кассовых чеков. Расчет-

но-кассовые терминалы позволят покупателям производить расчет в одном месте, тем самым будет экономиться время покупателей, и не будет создаваться очереди около отделов. На закупку нового оборудования потребуется на сумму 165,20 тыс. руб., что составляет 5,3% от суммы годового товарооборота.

В целом для смены формы продажи магазину «Лимон» требуются затраты на сумму 257 тыс. руб., что составляет 8,3% от суммы годового товарооборота или 40,5% от валовой прибыли, полученной в 2011 г.

Прибыль от продаж в первый год внедрения мероприятий увеличится на 525 тыс. руб. или в 1,8 раза к уровню 2011 г. Экономический эффект от предлагаемых мероприятий положительный, так как затраты на мероприятия в размере 257 тыс. руб. увеличат выручку на 1023 тыс. руб.

В первый год внедрения на каждый рубль вложенных средств на реализацию мероприятий по повышению эффективности работы магазин получит 2,98 руб. дополнительной выручки.

Следовательно, затраты на предложенные мероприятия окупятся и ожидаемый эффект от предложенных мероприятий не заставит себя долго ждать.

Таким образом, выше представленный план мероприятий будет способствовать улучшению имиджа торгового предприятия, увеличению объемов продаж, даст предприятию дополнительную прибыль и в результате повысит его конкурентоспособность.



Чуйко Е.В., Раевская А.В.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ В ООО «ВАКСОЙЛ»

ООО «Ваксойл» - предприятие химической промышленности, которое осуществляет следующие виды деятельности: производство масла, стеклоочистителей, тормозных жидкостей для автомобилей, продукции из полиэтилена и оптовая торговля товарами химической промышленности.

Анализ финансового состояния и экономического потенциала ООО «Ваксойл» позволяет выделить приоритетное направление его организационно-экономического и финансового развития, реализация которого: позволила бы сократить период оборачиваемости запасов; дала бы рычаги активного контроля над дебиторской задолженностью; привела бы к

резкому снижению финансово-эксплуатационных потребностей и снижению себестоимости продукции; давала бы резкое увеличение массы прибыли, получаемой с оборота продукции; увеличило рентабельность; давала бы возможность расширить производство и объемы продаж.

Рассмотрим применение практических методов разработки и анализа товарной стратегии предприятия на основе внутренней вторичной информации (на основе классической матрицы). Предлагаемая ниже методика позволяет модифицировать матрицу таким образом, чтобы, с одной стороны, сохранить ее основные достоинства, включая простоту визуального восприятия и привычную терминологию, а с другой стороны, использовать при ее построении внутреннюю информацию, которая всегда доступна, точна и достоверна.

Базовой единицей для дальнейшего рассмотрения и анализа эффективности производства является «группа продукта». В качестве характеристики каждой группы продукта (горизонтальной оси модифицированной матрицы) предлагается параметр K -удельный вес продукта в общем объеме производства» в течение базового периода (наиболее характерный период – один год).

Для проведения анализа также необходимо учитывать следующее. Объем продаж предприятия фактически и является объемом его (предприятия) рынка в каждый конкретный период. Для каждого предприятия ключевой задачей является абсолютный рост собственных объемов сбыта, даже если при этом доля рынка сокращается. В условиях динамичных и не всегда предсказуемых изменений объемов рынка возможна ситуация, когда доля рынка может расти при падении объемов сбыта. Параметр K как раз и лишен указанных выше недостатков, что делает его вполне пригодным для среднесрочного стратегического анализа значимости групп продукта в общем ассортименте продукции предприятия.

К слабо реализуемым товарам можно отнести FORT Антифриз зеленый «Ваксойл», тормозную жидкость «Ваксойл», которые в совокупности дают предприятию 5,2%. Как показывают расчеты, к хорошо реализуемым товарам относится только три позиции FORT Масла «Ваксойл», которые дают предприятию более 50% выручки.

Процесс продаж характеризуется наличием жесткой конкуренции. Кроме того, конкуренция в планировании ассортимента и разработке новых образцов, следует отметить конкуренцию цен, по которым товары предлагают на рынке. Чтобы лучше понять проблемы в процессе выбора ассортиментной политики предприятию следует остановиться на основных факторах определяющих его формирование.

ABC-анализ продукции по объему продаж показывает, что производство и реализация только трех видов изделий дает более 50%

выручки и прибыли. В группу от 50 до 80% входят по выручке FORT Масло «Ваксойл», омыватель летний для стекол, изделия из полиэтилена, промывочная жидкость «Ваксойл», а также FORT Антифриз синий «Ваксойл», который не подает в группу *B* по прибыли.

Следовательно, при формировании ассортиментной структуры выпускаемой продукции ООО «Ваксойл» необходимо обратить внимание именно на эти виды изделия. Но это не значит, что их следует исключать из ассортимента. Эти виды изделий также пользуются спросом, следовательно, привлекают покупателя.

Реализацию остальных видов изделий, которые вошли в группу *C*, следует проанализировать и определиться, насколько эффективно их производство для предприятия. Конечно широкий ассортимент нельзя полностью сокращать. Необходимо лишь разумно формировать ассортимент и исключать ту продукцию, которая залеживается, т.е. контролировать товарные запасы и, соответственно, сокращать издержки обращения.

Но, по-нашему мнению, FORT Тосол «Ваксойл», этикетки самоклеющиеся и FORT Масло «Ваксойл» (объем 1 л) с производства надо снять. Они хотя и приносят прибыль, но доля их в этом показателе составляет лишь 1,4%. Не пользуется спросом у покупателей и FORT Вода дистиллированная «Ваксойл», которая приносит предприятию лишь 0,05% прибыли. Она занимает по эффективности продаж последнее место. Поэтому этот вид изделий необходимо снять с производства в первую очередь.

Более целесообразно расширить ассортимент и увеличить объемы производства рентабельных и хорошо продаваемых масел FORT «Ваксойл» объемами 3 и 5 литров, тем более что производственные мощности предприятия это позволяют.

Три вида FORT Масло «Ваксойл» дают предприятию 54% выручки и 61,3% прибыли. Реализация еще пяти видов продукции позволяет получить 24,6% денежной выручки и 25,2% прибыли от продаж. 21,4% выручки и 13,5% прибыли формирует вся остальная продукция, выпускаемая ООО «Ваксойл».

В заключение отметим, что в целом резкое увеличение объемов производства изделий на предприятии маловероятно. Скорее, стоит говорить об изменении структуры объемов производства и большего разнообразия в ассортименте продукции. Это, в свою очередь, усилит значение именно маркетинговой политики предприятия, его способности определять нужды потребителей, и, как следствие, способствовать повышению прибыли.



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТНВ «СЫР СТАРОДУБСКИЙ» Г. СТАРОДУБ

Предприятия молочной промышленности являются одним из важнейших элементов продуктовой структуры агропромышленного комплекса России. Огромная роль этих предприятий определяется высокой ценностью их конечной продукции в структуре питания населения.

В хозяйственной деятельности любого перерабатывающего предприятия основными вопросами являются снабжение, производство и сбыт (реализация) готовой продукции; последняя подразумевает законченные производством на данном предприятии изделия, работы и услуги, которые могут быть предложены рынку как товары.

В процессе сбыта окончательно определяется результат работы предприятия, направленный на расширение объемов деятельности и получение максимальной прибыли. Перерабатывающие предприятия, создавшие у себя хорошо отлаженный сбытовой аппарат, обладают большим преимуществом в конкурентной борьбе.

ТНВ «Сыр Стародубский» - это единственное молокоперерабатывающее предприятие Стародубского района и крупнейший сыродельный завод России, занимающий на рынке сыров лидирующую позицию, зарекомендовавший себя как стабильно развивающееся предприятие.

Основными видами деятельности ТНВ «Сыр Стародубский» являются: производство цельномолочной продукции, сыра, сметаны, жидких сливок, сливочного масла; оптовая и розничная торговля.

Анализ размеров производства предприятия свидетельствует о том, что в динамике за 3 года выручка от реализации продукции, работ и услуг увеличилась в 1,5 раза или на 1019180 тыс. руб., что связано с ростом объемов производства цельномолочной продукции и сыров. Произошло увеличение себестоимости проданных товаров, продукции, работ, услуг в 1,6 раза или на 1145286 тыс. руб. Среднесписочная численность работников с расширением ассортимента и ростом объемов производства увеличилась на 34 человека. Рост среднегодовой стоимости основных средств составил 14,2%, что связано с вводом в эксплуатацию нового оборудования и переоценкой стоимости имеющихся фондов.

Но вместе с тем снизилась эффективность производства. На 75% сократилась прибыль предприятия, что объясняется снижением темпов роста денежной выручки по сравнению с себестоимостью продукции.

Таблица 1

Основные показатели деятельности ТнВ «Сыр Стародубский»

Показатели	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2011 в % к:	
				2009 г.	2010 г.
Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб.	2138791	3021723	3157971	147,7	104,5
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб.	1878537	2710945	3023823	161,0	111,5
Среднесписочная численность работников, чел.	626	650	660	105,4	101,5
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	384606	538431	439153	114,2	81,6
Коммерческие расходы, тыс. руб.	57881	39303	77612	134,1	в 2 р.
Прибыль (убыток), тыс. руб.	220951	252897	56536	25,6	22,4

Анализ ассортимента продукции свидетельствует о том, что в динамике объем производства продукции увеличился на 19,7 %. Наибольший рост наблюдается по таким видам продукции как, мягкие сыры (на 36 %), кондитерские изделия (на 35 %), цельномолочная продукция (на 34 %). Ширина ассортимента продукции представлена 7 товарными группами, а глубина – 170 наименованиями.

Предприятие выпускает продукцию под известными торговыми марками: «Березка» - для цельномолочной и кисломолочной продукции, «Усадьба» - для молочных продуктов в упаковке пюр-пак, «Стародубские сыры» - для различных видов сыров.

В ТнВ «Сыр Стародубский» внедрена система качества «ТРАСТСЕРТ», соответствующая требованиям международной стандартизации ИСО 9001-2008.

Сбытовой деятельностью в ТнВ «Сыр Стародубский» занимается коммерческий отдел, в состав которого входят коммерческий директор, 7 менеджеров по продажам и маркетолог. Главной целью коммерческого отдела является увеличение прибыли за счет роста объема

продаж. В связи с этим работники отдела выполняют следующие функции: прием и обработка заявок, оформление заказов на продукцию, заключение договоров с покупателями, разработка графиков работы и учет рабочего времени водителей и экспедиторов, стимулирование и выявление эффективных рынков сбыта.

За каждым работником отдела закреплены крупные промышленные центры и регионы, куда предприятие осуществляет поставки. География поставок ТнВ «Сыр Стародубский» достаточно широка: продукция поставляется не только в города России, но и в страны Ближнего Зарубежья. А в 2011 г. клиентами предприятия стали Кемерово, Киров, Владимир, Приморский край, Великий Новгород, Пенза, Самара, Волгоград, Иваново и Рязань.

Предприятие осуществляет доставку продукции собственным и наемным специализированным транспортом. Парк специализированных автомашин представлен изотермическими фургонами для перевозки готовой продукции и вагон-цистернами для доставки сырья. Автопарк представлен автомобилями различной грузоподъемности и марок: КАМАЗ, ГАЗ, SCANIA, IVECO, ДАФ, MAN.

В целом организация сбытовой деятельности ТнВ «Сыр Стародубский» осуществляется на достаточно высоком уровне, но вместе с тем имеется ряд недостатков.

Изучение ассортимента продукции предприятия показало, что в его состав включены только два вида творожных продуктов: паста фруктово-творожная и помазанка. С целью расширения ассортимента продукции предлагается освоить производство зерненого творога.

Для его производства необходимо установить линию Obram (Польша), в состав которой входят: сыроизготовитель, трубчатый охладитель, модуль частичного отделения сыворотки и закрепления форм, тележка для творога, автомат для упаковки, модуль централизованной мойки. Стоимость данного оборудования с учетом доставки и монтажа составляет 3,335 млн. руб.

Производственное и складское помещения уже имеются на предприятии. В 2011 г. был сдан в эксплуатацию производственный цех площадью 640 кв.м. Данное помещение соответствует всем санитарным нормам. Для производства нового вида продукции предусмотрено создание 5 рабочих мест. Размер зарплаты одного работника в год 180 тыс. руб.

Себестоимость 1 кг зерненого творога составит 85 руб. 36 коп. В процессе реализации данного проекта ТнВ «Сыр Стародубский» получит дополнительную прибыль в размере 1036,8 тыс. руб. Проект окупится через 2,4 года.

Таблица 2

Экономическая эффективность предложенных мероприятий
в ТнВ «Сыр Стародубский»

Показатель	2011 г.	Проект	Проект в % к 2011 г.
Объемы поставки молочной продукции, т	53161	54000	101,6
Денежная выручка, тыс. руб.	3157971	3560742	112,8
Общая себестоимость продукции, тыс. руб.	3023823	3247739	107,4
Прибыль, тыс. руб.	56536	97130	171,8
Уровень рентабельности, %	1,8	2,7	0,9 п.п.

На данный момент между специалистами коммерческого отдела предприятия не распределены их функциональные обязанности. В связи с этим нами предлагается реорганизовать работу данного отдела следующим образом: для организации оптимальных маршрутов и графиков движения транспортных средств включить в состав коммерческого отдела еще одного работника – логиста и закрепить за каждым сотрудником отдела определенные функции. Дополнительные расходы предприятия, связанные с реорганизацией коммерческого отдела, - 215700 руб.

Изучение работы коммерческого отдела предприятия показало, что при формировании заказа и комплектации транспорта для отправки нескольким клиентам продукции одновременно возникает проблема оптимизации маршрутов и графиков движения транспортных средств. Для ее решения предлагается использовать систему спутникового слежения и навигации GloNASS/GPS, которая позволит дополнительно снизить транспортные риски. Данная система уже установлена на предприятии. Имеется центральный сервер и оператор, осуществляющий работу с программой. В настоящее время система установлена только на 4 машинах предприятия из 11, поэтому предлагается доукомплектовать оставшиеся машины. Расходы на покупку и установку системы GloNASS составляет 70 тыс. руб.

Таким образом, благодаря внедрению вышеперечисленных мероприятий объемы поставки молочной продукции увеличатся на 1,6%, денежная выручка – на 12,8%, прибыль предприятия – на 71,8% или на 40594 тыс. руб. Уровень рентабельности увеличится на 0,9 п.п.



**ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЕКТ ПО ОРГАНИЗАЦИИ
МИНИ-ПЕКАРНИ В ООО «СНЕЖКА-РЕЧИЦА»
ЖУКОВСКОГО РАЙОНА**

Мини-пекарня преимущественно будет поставлять хлеб в близлежащие магазины, и для них не очень важен объем поставок. Задача мини-пекарни в этом вопросе заключается в том, чтобы обеспечить сбыт всей произведенной продукции.

Налаживание данного вида производства не требует высокой квалификации специалистов. Обучение персонала производится за несколько дней, что позволяет легко решать проблему с наймом рабочей силы. Кроме того монтаж оборудования также осуществляется за очень короткий период времени (до 1 месяца в зависимости от поставщика оборудования).

Еще одна особенность мини-пекарни в том, что поскольку все магазины находятся близко от нее, то продукция будет поступать в них почти сразу после выпечки, что способствует ее хорошей реализации.

Кроме того, в силу небольших объемов производства, у мини-пекарни будет не очень много магазинов, что позволяет постоянно изучать спрос на свою продукцию, производя опрос работников магазинов. В результате таких опросов делается предпочтение тем или иным видам хлебобулочных изделий, что опять же увеличивает привлекательность мини-пекарни с точки зрения магазинов.

Основным сырьем для производства хлебопродуктов является мука, вода, соль и дрожжи. Это те компоненты, без которых ничего не получится.

Ежегодно ООО «Снежка-Речица» передает в переработку от 5 до 7 тыс. ц зерна озимой пшеницы и ржи. Из 10 ц зерна получается 800 кг муки.

Анализ оборудования для мини-пекарен показал, что целесообразнее приобретать оборудование у совместного предприятия «Синдика-Курал». Выбор был сделан в пользу этой фирмы, так как при сравнительно невысоких ценах, это оборудование позволяет производить до 3000 батонов за восьмичасовую смену, что значительно выше, чем производительность аналогичного оборудования такой же стоимостью. Стоимость необходимого оборудования 2023 тыс. руб. Данный комплект оборудования включает в себя все необходимые элементы для выпечки хлеба. Сюда входит оборудование пекарен (от тестомесильной машины до печей), оборудование

для хранения, разделывания и обработки теста (столы, шкафы, полки), мелкие инструменты, такие как ножи, скребки, щетки, посуда для приготовления теста, другими словами купленного комплекта оборудования будет достаточно, чтобы начать производство продукции.

Однако, кроме оборудования для производства хлебобулочных изделий, которые относятся к пищевым продуктам, необходимо получение сертификата качества и разрешения на производственную деятельность. Для получения такого разрешения сначала нужно иметь гигиенический сертификат на продукцию. Стоимость такого пакета документации составляет 3000 тыс. руб.

После приобретения гигиенического сертификата, необходимо получить сертификат соответствия нашей продукции нормам, указанным в гигиеническом сертификате. Для этого нужно изготовить образцы продукции, которые отдаются на экспертизу в одну из экспериментальных лабораторий Москвы, например фирму «МосТест». Сертификация хлеба проводится на соответствие ГОСТ 13657-68, ГОСТ 12582-67, ГОСТ 12583-67. Процедуру подтверждения сертификата необходимо повторять не реже одного раза в квартал.

Для устойчивого производства хлебобулочных изделий необходимо обеспечить запас сырья из расчета недельной производственной программы. Для хранения такого запаса требуется помещение площадью 20 м^2 и высотой 3,2 м.

Требуемая площадь для хранения готовой продукции рассчитывается из дневной выработки и составляет 8 м^2 . Площадь склада сырья рассчитана исходя из необходимости хранения недельного запаса сырья. Требуемая площадь 6 м^2 . Итого, общая площадь необходимого помещения под мини-пекарню составляет 97 м^2 .

Основная составляющая текущих затрат – это заработная плата работников пекарни. Штат пекарни должен состоять из следующих должностей: заведующий производством; пекарь; разнорабочий; водитель. Общий фонд заработной платы в месяц составляет 123900 руб. От фонда заработной платы производятся начисления налогов на заработную плату: в пенсионный фонд и единый социальный налог. В сумме эти налоги составляют 40%. Таким образом, налоговые отчисления из фонда заработной платы составят 49560 руб.

Помимо заработной платы есть и другие статьи расходов, входящих в текущие затраты. Амортизация основных фондов служит для учета износа оборудования. Она рассчитывается как 10% в год от стоимости оборудования. В месяц мы получаем 0,8%, что при стоимости основных средств в 2023,0 тыс. руб. составляет 1618,40 руб.

Помимо амортизации предприятие обязано платить налог на имущество в сумме 2,2% годовых. В месяц это получается 0,183% от стоимости имущества, т.е. 370,21 руб.

Еще одной большой статьёй расхода является стоимость сырья. Для производства 1 тонны продукции необходимо сырье общей стоимостью 7581 руб. В нашем случае при производстве 3000 батончиков в смену массой 0,4 кг, в месяц получается объем производства равный 126 т. Стоимость сырья для производства такого количества хлеба равна 955206 руб.

Далее необходимо учесть расходы на автомашину. Сюда входят стоимость бензина, замены масел, мелкий и крупный ремонт автомашины, замены резины и других запчастей, изнашивающихся в процессе эксплуатации. Заложим среднемесячные затраты в сумме 6000 руб.

Кроме этого будут расходы на электроэнергию. При двух сменной работе пекарни это будет около 6000 руб. в месяц.

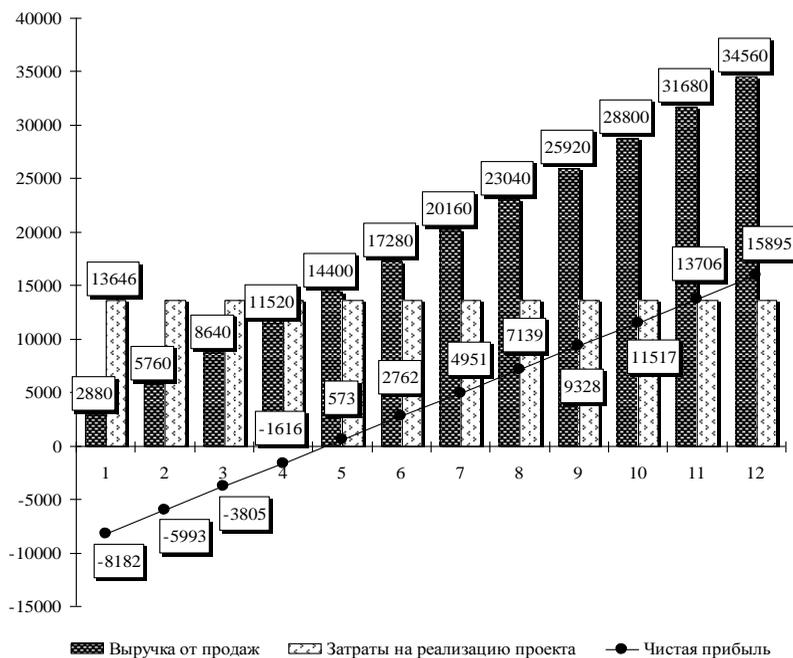


Рисунок. Окупаемость инвестиционного проекта

К ежемесячным расходам следует отнести затраты на обновление сертификата качества. Как уже упоминалось, что анализы продук-

ции необходимо производить 1 раз в квартал. Таким образом, в месяц на эти цели будет расходоваться 1500 руб.

Сложив все статьи расходов мы получаем, что в месяц затраты будут составлять 1138 тыс. руб., а в год – 13646 тыс. руб.

Отпускная цена батона устанавливается на среднем уровне по Брянской области и составляет 16 руб.

При объеме производства 3000 батонов за смену и двухсменной работе пекарни, месячная выручка будет составлять 2880 тыс. руб., а годовая – 34560 тыс. руб. Валовая прибыль – 20914 тыс. руб. Так как производственная деятельность облагается налогом на прибыль 24%, то его сумма составит 5019 тыс. руб. Чистая прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, составляет 15895 тыс. руб. Эту прибыль предприятие может использовать на любые нужды. Например, можно расширять производство или возвращать проценты по кредиту, взятому на покупку оборудования. Также можно будет приобрести автомашину для доставки хлеба и сырья в пекарню, чтобы уменьшить текущие затраты.

Главный критерий, по которому предприятие определяет приоритет того или иного направления деятельности, это срок его окупаемости.

Как видно из графика, первое превышение результата над затратами происходит на пятом месяце работы пекарни и равно 573 тыс. руб. Это значит, что срок окупаемости пекарни равен пяти месяцам.



Чмель Ю.Н., Раевская А.В.

ПРОГНОЗ ВЛИЯНИЯ ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ СТАРОДУБСКОГО РАЙОНА

Значительные изменения в экономическом развитии Стародубского района в последние годы требуют формирования новых подходов в вопросах оценки влияния развития населения на его экономику. Население является, с одной стороны, потребителем товаров и услуг, а с другой стороны, рабочей силой, производящей товары и услуги, т.е. непосредственно участвует в процессе создания валового национального продукта. Поэтому при анализе и прогнозировании экономического развития важно учитывать характер и тенденции развития демографической ситуации в районе, а также основные факторы воспроизводства населения.

По оптимистическому прогнозу численность населения Стародубского района возрастет к 2015 на 2140 чел. (5,3%) по отношению к уровню 2011 г. По инерционному и пессимистическому прогнозам будет продолжаться убыль населения соответственно на 1620 чел. (4%) и на 3109 чел. (21,1%). Что окажет негативное влияние на объем ВРП.

Далее рассмотрим влияние демографических факторов на экономический рост с использованием экономико-демографического анализа, одним из подходов которого является моделирование. При моделировании роль эндогенной переменной выполняет среднедушевой валовой продукт.

Как следует из проведенного анализа, экономическое развитие Стародубского района, уровень которого диагностируется валовой продукт, имеет характер нелинейной динамики. Поэтому лучше всего для устранения влияния случайной ошибки использовать для этого среднее значение логарифма эндогенного показателя и среднее значение логарифма времени. Воспользовавшись этим подходом и данными о валовом продукте района, которые приведены во втором разделе выпускной квалификационной работы, мы построили регрессионную модель тренда региона.

Построенный тренд хорошо описывает сложившуюся тенденцию и может выступать моделью, прогнозирующей общую тенденцию экономического развития региона на некоторую перспективу (в нашем случае на 4 года). По оптимистическому прогнозу к 2015 г. ВРП района может достигнуть уровня 7,14 млрд. руб. Таким образом, превысив уровень 2011 г. на 2,02 млрд. руб. (39,5%).

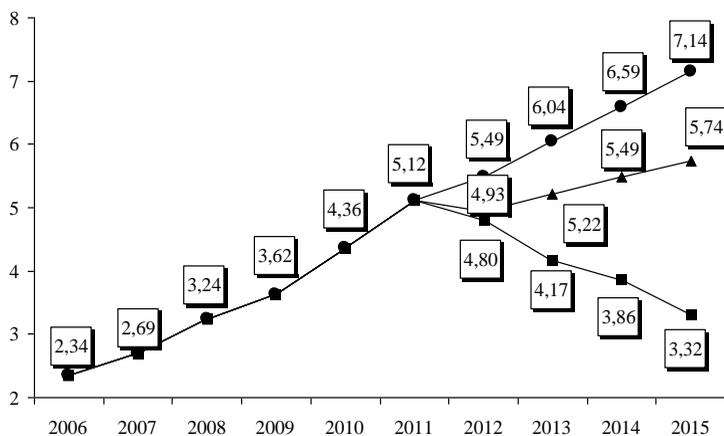


Рис. 1. Прогноз валового продукта Стародубского района, млрд. руб.

Инерционный прогноз показывает, что к 2015 г. ВРП района увеличится на 0,62 млрд. руб. (12,1%) и составит 5,74 млрд. руб. По пессимистическому прогнозу к 2015 г. уровень валового продукта района снизится по сравнению с 2011 г. на 1,8 млрд. руб. (3,9%) и составит 3,32 млрд. руб.

В нашем случае в основе модельного инструментария использовалась экономико-демографическая модель, как одна из наиболее надежных и статистически устойчивых моделей для экономики дотационных регионов. Она предназначена для оценки влияния динамики населения и ее компонентов на различные аспекты экономического развития. Модель, также позволяет выявить характер и силу влияния демографических процессов на экономический рост в условиях развивающейся рыночной экономики.

Очень высокая связь наблюдается между коэффициентом рождаемости и валовым продуктом на душу населения. Средняя теснота присуща связи между коэффициентом смертности и результативным показателем. Очень слабая связь наблюдается между валовым продуктом и темпами изменения численности населения района.

Как показывают расчеты (все экзогенные переменные статистически значимы), увеличение численности населения на 1% приведет к повышению валового продукта на 11,5 млн. руб.

Прошлая рождаемость и сохранение на относительно высоком уровне текущей рождаемости оказывает положительное влияние на экономический рост, поскольку если рождаемость увеличится в расчете на 1000 человек населения на 1 человека, то роста валового продукта на душу населения повысится на 16,5 млн. руб., что приводит к увеличению экономической значимости каждого рождения.

Тем не менее, политика увеличения рождаемости имеет свои недостатки, поскольку простое увеличение рождения детей не позволяет решать в комплексе проблемы социально-экономического характера, т.к. избыток детей еще не гарантирует приток в экономику полноценных членов общества и работников, если не обеспечены условия для их всесторонней социализации. К тому же имеют место объективные законы демографического развития, в частности, теория демографического перехода, которая научно объясняет складывающиеся в обществе тенденции снижающейся у родителей потребностью в детях. В связи с этим более продуктивным и перспективным направлением в демографической политике является политика улучшения здоровья населения, увеличения продолжительности жизни и сокращения смертности в трудоспособных возрастах.

Этот вывод подтверждает и проведенный анализ. В свою очередь, снижение смертности оказывает позитивное влияние на темпы

экономического роста. Так, снижение смертности на 1 человека в расчете на 1000 населения может повысить экономический рост валового продукта на 6,6 млн. руб.

Для снижения уровня смертности и увеличения продолжительности жизни, которые позволят более эффективно использовать в экономике человеческий потенциал необходимо руководствоваться приоритетами демографической политики в области охраны здоровья и увеличения продолжительности жизни населения. И основной из них активное внедрение и популяризация в массовом сознании принципов самосохранительного поведения одновременно с обеспечением условий для повышения ценности и качества жизни у всех категорий населения.

В результате расчетов регрессионного уравнения по полученным коэффициентам, определим расчетное значение валового продукта за анализируемый период с учетом влияния демографических факторов и сравним с фактическим значением валового продукта Стародубского района за этот же период.

Далее на основе корреляционно-регрессионного анализа построим уравнение влияния числа зарегистрированных браков и разводов на экономический потенциал района. Как показывают расчеты связь выбранных факторов с валовым продуктом высокая, при этом каждый из факторов оказывает достаточно сильное влияние на уровень валового продукта района.

При увеличении числа браков на единицу, валовой продукт района снижается на 9,1 млн. руб. При увеличении числа разводов на единицу валовой продукт района сокращается на 8 млн. руб.

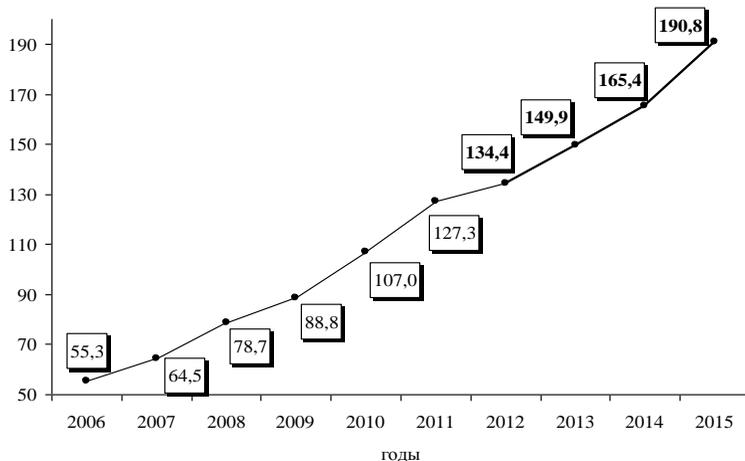


Рис. 2. Прогноз валового продукта Стародубского района, млн. руб.

Обратная зависимость этих показателей с результативным признаком объясняется тем, что при увеличении числа браков повышается рождаемость, а это ведет к снижению валового продукта. Рост показателя разводимости оказывает прямое и высокое влияние на уровень смертности населения. А как показывают расчеты, с ростом уровня смертности снижается валовой продукт района.

Как видно из прогноза к 2015 г. валовой продукт на душу населения составит 190,8 тыс. руб. Прогнозный показатель выше уровня 2011 г. на 63,5 тыс. руб. (в 1,5 раза). Однако такой рост валового продукта района произойдет при условии сохранения темпов изменения численности населения, роста уровня рождаемости и числа заключенных браков, снижения уровня смертности и числа разводов.

Однако надо заметить, что тенденция роста ВРП района сохраниться, при условии, что региональные власти не будут реализовывать на территории района какой-либо крупной экономической или социальной программы. В противном случае показатель валовой продукт может резко возрасти.

В заключение отметим, что государственное регулирование демографического развития необходимо для формирования региональной кадровой стратегии, призванной обеспечить оптимальный баланс процессов обновления и сохранения численного и качественного состава рабочей силы в соответствии с потребностями региона, требованиями действующего законодательства и состоянием рынка труда, учитывающей складывающиеся и прогнозируемые тенденции развития демографической ситуации. При этом следует оптимально использовать возможности процессов воспроизводства человеческих ресурсов, трудовой миграции, с одной стороны не перегружая рынок труда избыточным предложением рабочей силы, а с другой – постоянно обеспечивать процесс восполнения высвобождающихся специалистов в соответствии с их профессионально-квалификационной характеристикой.



Никишаев А.В., Дьяченко О.В.

ОРГАНИЗАЦИЯ И ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СБЫТА ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ В ООО «КОМАРИЧСКИЙ ХЛЕБОКОМБИНАТ»

Общество с ограниченной ответственностью «Комаричский хлебокомбинат» является перерабатывающим предприятием, основным видом деятельности которого является хлебопечение.

Оно является небольшим предприятием по численности работников (менее 50 человек), однако среди предприятий хлебопекарной отрасли района и Брянской области оно является средним по своим размерам.

В целом для предприятия за исследуемый период времени характерна отрицательная тенденция снижения всех показателей размеров производства. Так выручка от продаж уменьшилась в 5,6 раз, прибыль от продаж – в 5,5 раз, среднегодовая стоимость основных и оборотных средств – на 35%, среднесписочная численность работников – на 24,5%.

Причиной такого резкого снижения показателей, особенно за два последние года стало сокращение объема производимой продукции в результате поломки печи для выпуска ржаного хлеба и тестомесильной машины, на восстановление которых у предприятия отсутствовали денежные средства, а также падение спроса на хлебобулочную продукцию. В результате предприятие было вынуждено сократить персонал работников.

Кроме того, ООО «Комаричский хлебокомбинат» в 2011 году закрыл единственную свою торговую точку (магазин), через который реализовывалась значительная часть своей продукции, а также других продовольственных товаров.

Предприятие является специализированным на производстве хлебобулочной продукции, доля которой в выручке от продаж составила в 2011 году более 75%. Также спросом пользуются и кондитерские изделия. Хлебокомбинат имеет широкий ассортимент кондитерских изделий, а также хлебобулочной продукции.

За исследуемый период времени на предприятии наблюдается тенденция сокращения показателей эффективности работы. Так эффективность продаж сократилась в 2,7 раза, эффективность трудовой деятельности – на 34,2%, что в конечном итоге отрицательно отразилось на финансовом состоянии предприятия.

Оценивая организацию сбыта хлебобулочной продукции ООО «Комаричский хлебокомбинат», отметим, что в основном продукция поставляется Потребительскому обществу Комаричское и ПОСПО Комаричское, доля которых в общих поставках составляет около 60%. Индивидуальные предприниматели покупают около 29%.

В структуре сбыта хлебобулочной продукции продажа хлеба занимает наибольший удельный вес – 54%, или 240,2 тонны, а батоны и булки – 46%, или 207,1 тонны.

За последние три года объем производства и сбыта хлебобулочных изделий на предприятии сократился на 44%. Одной из причин снижения сбыта продукции является неудовлетворительная ассортиментная политика предприятия.

Сбыт хлебобулочной продукции обеспечивает предприятию прибыль, однако у предприятия есть возможности дальнейшего повышения эффективности продаж данного вида продукции.

В качестве предложений по улучшению организации сбыта продукции мы предлагаем:

1. Обновить и расширить существующий ассортимент хлеба и предлагаем внедрить производство двух новых видов хлеба: хлеб «Фитнес» гречневый Витаминизированный и хлеб «Аромат» с изюмом Витаминизированный с применением витаминно-энзимного премикса «Витазим».

Комплексная пищевая добавка «Витазим» является из последних инновационных запатентованных разработок компании «Валетек Продимпэкс» г. Дедовск Московской области и предназначена не только для повышения пищевой ценности, но и существенного улучшения потребительских свойств и качества пшеничной муки и хлебобулочных изделий.

Премиксы «Витазим» представляют собой сухие смеси, содержащие поливитаминную смесь, в состав которой входят витамины группы В – тиамин, рибофлавин, витамин В6, ниацин, фолиевая кислота, а также аскорбиновая кислота и ферменты различного спектра действия (α -амилаза, эндоксилаза, липаза и др.). В качестве технологического носителя использованы пшеничная мука или сахарная пудра.

При создании рецептур комплексной пищевой добавки – витаминно-энзимного премикса (ВЭП) «Витазим» использовано оригинальное решение – сочетание в одном продукте витаминов группы В, дефицит которых постоянно выявляется при проведении регулярных эпидемиологических обследований детского и взрослого населения России, и ферментных препаратов различного спектра действия, полученных биотехнологическим путем.

Премиксы «Витазим» обладают высокой технологической эффективностью и предназначены для применения в хлебопекарной промышленности:

- для повышения качества, пищевой ценности и потребительских свойств широкого ассортимента хлебобулочных изделий;
- при периодическом и непрерывном способах тестоприготовления.

Калорийность комплексных пищевых добавок будет колебаться в пределах 243-328,5 ккал на 100 г в зависимости от используемого носителя.

При использовании рекомендуемых дозировок комплексных добавок «Витазим» в 100 г готового изделия будет содержаться от 5 до 20% витаминов группы В.

Несомненно продажи данных видов продуктов хлеб «Фитнес» гречневый Витаминизированный и хлеб «Аромат» с изюмом Витаминизированный привлечет покупателей.

В ООО «Комаричский хлебокомбинат» объем производства и продаж данных видов хлеба можно запланировать на уровне 500 и 250 штук ежедневно. Учитывая, что фасовка одной буханки будет составлять 0,3 кг, объем дополнительного выпуска и продаж хлеба за год может составить 54,8 и 27,4 тонн соответственно.

Совокупный резерв роста объемов продаж хлеба составит 82,1 тонны, а выручка от его продажи – 4026,7 тыс. руб.

2. Освоить технологию производства замороженного слоеного теста и организовать собственные торговые точки розничной продажи готовых изделий.

Для освоения данной технологии предприятию необходимо закупить необходимое оборудование. В частности для заморозки тестовых заготовок и готовых изделий ООО «Комаричский хлебокомбинат» потребуется закупить морозильное оборудование на сумму 900 тыс. руб.

Для организации торговой точки предприятию потребуется около 80 тыс. руб. на покупку торгового оборудования и выпечки готовых изделий.

Стоимость нового торгового ларька Тонар в среднем может составить 200 тыс. руб. Оборудование для торговой точки (мини-пекарни) будет состоять из:

- конвекционной печи (27 тыс. рублей);
- расстоечного шкафа (25 тыс. рублей);
- противней из нержавеющей стали (400 рублей);
- морозильного ларя (22 тыс. рублей).

Производительность – около 100 штук в час.

Заработная плата торгового персонала может составить 96 тыс. руб. в год.

Совокупный резерв роста объемов продаж слоеных изделий 110 тонн, а выручка от их продажи – 8800 тыс. руб.

Совокупные затраты на освоение технологии производства замороженных хлебобулочных изделий и организацию сбыта этой продукции могут составить 1276 тыс. руб.

Также на обновление ассортимента хлеба и улучшение его качества предприятие понесет затраты на покупку витаминно-энзимного премикса (ВЭП) «Витазим» в размере 275 тыс. руб. за год.

Совокупные затраты на повышение эффективности продаж могут составить 1551 тыс. руб., в том числе единовременные 1180 тыс. руб.

Предложенные мероприятия по совершенствованию сбытовой

деятельности предприятия позволили бы увеличить прибыль от продаж хлебобулочных изделий на 4326,1 тыс. руб. Затраты на оборудование для производства замороженного слоеного теста и организацию торговой точки окупятся через 4,1 месяца.

Разработанные нами мероприятия могли бы положительно сказаться и в целом на показателях эффективности сбыта производимой продукции в ООО «Комаричский хлебокомбинат». Так выручка и прибыль от продаж в расчете на одного среднегодового работника могла бы вырасти 302,7 тыс. руб. и 104,9 тыс. руб., на 100 руб. основных средств – на 117,7 тыс. руб. и 48 тыс. руб. соответственно.

Рентабельность продаж хлебобулочных изделий на перспективу могла бы составить 20%, что на 15,8 п.п. выше уровня 2011 года, а рентабельность продаж в целом по предприятию увеличиться на 11,9 п.п.



Попкова М.С., Дьяченко О.В.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДАЖ ТОВАРОВ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ В МУП «ОТДЕЛ РАБОЧЕГО СНАБЖЕНИЯ КОЖАНОВСКОГО ТОРФОБРИКЕТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ» ГОРДЕЕВСКОГО РАЙОНА

Проблема определения эффективности предприятий всегда была актуальна для руководителей и владельцев предприятий. Наиболее простое определение эффективности, преобладавшее долгое время, - это отношение затраченных ресурсов к полученным результатам, то есть чем выше доход и чем меньше затраты предприятия, тем оно эффективнее.

Эффективность продаж товаров в розничной торговле зависит от множества факторов, как внешних, так и внутренних. Однако, залогом успешной деятельности в значительной степени является грамотная и активная работа специалистов отдела продаж по налаживанию каналов сбыта, поддержанию необходимого для реализации объема товаров и недопущению затоваривания складских помещений. Важно следить за производительностью труда, численностью персонала, коммерческими расходами и т.д.

Экономическая эффективность – результат экономической деятельности, экономических программ и мероприятий, характеризуемый отношением полученного экономического эффекта, к затратам факторов, ресурсов, обусловившим получение этого результата, достижение

наибольшего объема производства с применением ресурсов определенной стоимости.

Правильная и четкая организация процесса купли-продажи товаров выступает предпосылкой эффективного управления продажей товаров. Для успешной деятельности розничного торгового предприятия целесообразно осуществлять анализ прибыльности коммерческой деятельности с целью выявления причин, негативно влияющих на уровень рентабельности продаж и определять направления повышения эффективности продаж товаров, резервы увеличения прибыли.

Муниципальное унитарное предприятие «Отдел рабочего снабжения Кожановского торфобрикетного предприятия» Гордеевского района является коммерческой организацией. Оно создано в целях удовлетворения общественных потребностей в результатах его деятельности и получения при-были. Для достижения данных целей предприятие осуществляет в установленном законодательством РФ порядке следующие виды деятельности (предмет деятельности предприятия):

- торгово-закупочная деятельность;
- розничная торговля;
- организация общественного питания;
- другие виды деятельности, не запрещенные действующим правительством РФ.

Предприятие производит отпуск продуктов из магазинов в детский сад п. Мирный, школу, приют для детей и подростков, дом интернат для пожилых людей. Основными его конкурентами являются ИП «Визит», ИП «Для Вас», ИП «Курочкина».

В состав МУП «Отдел рабочего снабжения Кожановского ТБП» в настоящее время входят три продовольственных магазина («Гастроном», «Продукты», «Хлеб»), один – непродовольственный магазин («Промтовары»), столовая, кафе, закусочная. На балансе предприятия имеется собственная хлебопекарня с подсобными помещениями.

По численности работников МУП «ОРС Кожановского ТБП» является крупным розничным торговым предприятием в Гордеевском районе.

Отрицательным в деятельности розничного торгового предприятия отметим увеличение убытков от продаж на 1034 тыс. руб., что связано с увеличением управленческих расходов.

Магазины, входящие в МУП «ОРС Кожановского ТБП» специализируются на продаже продовольственных товаров, т.е. продуктов питания. В структуре розничного товарооборота данная товарная группа в среднем за 2009-2011 гг. занимала 90,9%.

В 2011 г. наибольший удельный вес в структуре товарооборота

продовольственных товаров приходился на алкогольные напитки и пиво – 32,3%, мясо – 16,0%, хлебобулочные, кондитерские изделия и молочные продукты – 9,7 и 8,5% соответственно.

Анализируя конкурентов, было выяснено, что несомненным лидером на рынке продовольственных товаров в п. Мирный Гордеевского района является магазин «Гастроном». Претендентом на лидерство выступает ИП «Для Вас». Продовольственный магазин ИП «Визит» занимают примерно 11% от общей доли рынка. ИП «Куручкина» является аутсайдером данного рынка и занимает нишу, в которой избегает конкурентной борьбы.

Покупателями продукции МУП «Отдел рабочего снабжения КТП» является сельское население, из которых основными выступают женщины в возрасте от 40 и выше лет, работающие в разных сферах деятельности и пенсионеры. Они предпочитают посещать магазины данной организации, так как сеть магазинов данного розничного торгового предприятия существует довольно таки давно, потребители довольны их обслуживанием и вся реализуемая продукция качественная.

По ценовым уровням реализуемых товаров исследуемые магазины можно отнести к магазинам среднего уровня цен. Цена на реализуемую продукцию устанавливается на основании калькуляции затрат. Наценка на продаваемый товар составляет 10-18% в зависимости от вида товара. Такие магазины рассчитаны на обслуживание наиболее массовых покупателей и имеют наибольшие возможности построения широкого ассортимента товаров с ценами, удовлетворяющими различные контингенты покупателей.

Показатели эффективности продаж товаров в МУП «ОРС Кожановского ТБП» в целом увеличились. Так розничный товароборот в расчете на 1 магазин и на 1 кв.м. торговой площади увеличился на 4,3 и на 4,4%, на 100 руб. основных средств и на одного среднегодового работника – на 3,1 и 8,9% соответственно. Однако по отношению к 2010 г. данные показатели снизились в среднем на 6,5%.

Отрицательным служит также и то, что в 2011 г. предприятие получило убытки от продаж. Все это свидетельствует о неэффективной работе торгового предприятия в отчетном году.

За анализируемый период рентабельность продаж сократилась на 3,3 п. п. за счет уменьшения выручки от продаж и снизилась на 0,6 п.п. и за счет увеличения управленческих расходов.

В такой ситуации одним из главных резервов увеличения уровня рентабельности товарооборота в МУП «Отдел рабочего снабжения КТП» служит увеличение розничного товарооборота и оптимизация управленческих расходов.

В качестве увеличения розничного товарооборота предприятия мы предлагаем:

1. повысить производительность труда торговых работников за счет сокращения потерь рабочего времени, привлечение работников на неполный рабочий день. Таким образом, за счет данных резервов розничный товарооборот организации мог бы увеличиться на 135,1 тыс. руб.

2. оптимизировать время работы магазина «Продукты» путем продления времени работы с 12 до 24 часов. Удлинение времени работы магазина «Продукты» анализируемого предприятия позволило бы увеличить выручку от продажи товаров в предстоящем году на 2247,7 тыс. руб.

3. проводить выставку продажи товаров, ярмарки, осуществлять развозную торговлю;

4. внедрить форму самообслуживания в магазине «Гастроном». Данное мероприятие позволило бы увеличить розничный товарооборот предприятия на 3363 тыс. руб. Объем дополнительного финансовых затрат на переходе магазина на самообслуживание составит около миллиона рублей. С учетом предполагаемой прибыли от продаж осуществленные затраты окупятся через 5,2 месяцев.

В конечном итоге это позволит увеличить товарооборот на 9957,7 тыс. руб., или на 37% , а прибыль от продаж – на 1252 тыс. руб. В результате розничный товарооборот в расчете на 1 магазин и 1 кв. м торговой площади могли бы вырасти на 1879,3 тыс. руб. и 51,8 тыс. руб. соответственно, на одного среднегодового работника - на 163,4 тыс. руб., на 100 руб. основных средств – на 29,6%. Рентабельность продаж на перспективу могла бы составить 2,1%, что на 4 п.п. выше уровня 2011 года.

Повышению эффективности продаж товаров в МУП «ОПС Кожановского ТБП» будут способствовать также следующие мероприятия:

- обеспечение системы налаженного учета, контроля и анализа всех видов ресурсов организации;

- постоянный мониторинг производительности труда, разработка мер по повышению мотивации торгового персонала и повышению эффективности стандартизации его деятельности;

- тщательное изучение покупательского спроса на продукцию;

- проведение среди поставщиков внутримагазинных тендеров на закупаемую продукцию;

- улучшение выкладки товаров.

В совокупности реализация всех предложенных мероприятий положительно могла бы сказаться на эффективности продаж товаров и в целом на финансовом состоянии МУП «ОПС Кожановского ТБП».



ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА В ООО «ДЕСНЯНСКИЕ ЗОРИ» ВЫГОНИЧСКОГО РАЙОНА

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. Молоко является практически незаменимой основой питания в детском возрасте, как людей, так и животных. В нем содержатся все необходимые питательные вещества. По многообразному составу с ним не может конкурировать ни один из известных человеку пищевых продуктов. В молоке имеются почти все известные в настоящее время витамины.

Особенностями, которые характеризуют молочное скотоводство, является повсеместность производства молока и молочных продуктов для бесперебойного снабжения ими населения, необходимость органического сочетания молочного скотоводства с другими отраслями сельского хозяйства, значительная трудоемкость и большая доля продукции этой отрасли во всем объеме производства сельскохозяйственной продукции в большинстве регионов страны. Молочное животноводство оказывает большое влияние на экономику всего сельского хозяйства, поэтому производство молока имеет большое народнохозяйственное значение.

В связи с этим повышение эффективности производства молока является актуальной проблемой, особенно в современных условиях развития АПК.

Оценивая деятельность ООО «Деснянские Зори», отметим, что за 2009-2011 гг. молоко составляет в среднем 60,2% стоимости всей животноводческой и 42,2% сельскохозяйственной продукции. На производство молока затрачивается в среднем 65,1% затрат труда отрасли и 44,5% затрат труда на производство сельскохозяйственной продукции.

Значение молочного скотоводства в экономике предприятия за 2009-2011 гг. увеличивается. Так увеличивается доля выручки от продажи молока в общей ее массе с 78,5 до 79,8%, а в выручке от продажи сельскохозяйственной продукции с 72,3 до 78,2%.

Молоко является единственным прибыльным видом продукции отрасли животноводства. Однако убыточность мясного скотоводства обуславливает нерентабельность животноводства и сельскохозяйственного производства в хозяйстве в 2011 г., а также в целом финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Доля коров молочного направления в стаде КРС составляет в среднем 50% и она увеличивается в динамике по годам. Размеры поголовья стада тесно связаны с показателями его воспроизводства. Для предприятия за исследуемый период времени характерен рост показателей обеспеченности коров ремонтным молодняком (нетелями) и снижения выхода приплода на 100 голов маточного поголовья: так если в хозяйстве на начало 2009 г. на 100 коров приходилось 12 нетелей, то к началу 2010 г. данный показатель уменьшился до 11 голов. В результате сокращения яловости маток снизился выход приплода на 100 голов маточного поголовья с 87 до 68 телят.

Трудоемкость производства 1 ц молока в хозяйстве сравнительно низкая и в среднем за 2008-2010 гг. составила 3,7 чел. час., причем наблюдается четкая тенденция снижения показателя. Низкая трудоемкость производства продукции в 2011 г. обусловила более высокую часовую выработку в отрасли, которая была на 28% выше по сравнению с 2009 г. и на 1% ниже, чем в 2010 г.

Производственные затраты на 1 голову скота в молочном скотоводстве ежегодно растут и за анализируемый период они увеличились на 27,8%, что привело к росту себестоимости производства 1 ц молока на 24,6%.

Уровень товарности молока на предприятии в среднем составляет 86%. Объем реализации в 2011 г. по сравнению с 2010 г. увеличился на 622 ц. Средняя цена реализации и полная стоимость 1ц резко снизилась на 151 и 38 руб. соответственно. За счет этого в организации сократилась прибыль на 15,5%. Уровень рентабельности существенно снизился с 27,3 до 0,6%, что обусловлено высокими темпами снижения средних цен реализации молока.

В качестве предложений по повышению эффективности производства молока в ООО «Деснянские Зори» в хозяйстве необходима реализация комплекса мер по повышению эффективности производства и сбыта продукции, к которым в первую очередь следует отнести перевооружение производства, внедрение новых инженерно-технологических и организационно-экономических мероприятий, повышение качества продукции, внедрение модуля по переработке молока цельного и другие.



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МУП «РОГНЕДИНСКИЙ ДОМ»

В настоящее время направленность торговой деятельности любой фирмы стала более разносторонней и сложной в виду огромного разнообразия товаров и желаний покупателя. В рыночной экономике выживают, как известно, те фирмы, чья продукция работы, услуги находят сбыт.

Муниципальное унитарное предприятие «Рогнединский Дом» является предприятием оптовой торговли, основным видом деятельности которого является продажа лесоматериалов. Оно является небольшим предприятием по численности работников (менее 50 человек), и по размерам своей деятельности

В целом для предприятия за 2010-2012 гг. характерна положительная тенденция роста всех показателей размеров производства. Однако за 2011-2012 гг. выручка от продаж уменьшилась на 29%, валовой доход – в 8,8 раз, среднесписочная численность работников – на 13%. Причиной такого резкого снижения показателей, особенно за последние два года стало сокращение объема продаж пиломатериалов в результате снижения спроса на продукцию.

Предприятие является специализированным на оптовой продаже пиломатериалов, доля которых в выручке от продаж составила в среднем за 2010-2012 гг. около 88%. За последние три года объем сбыта лесоматериалов на предприятии в целом сокращался за исключением пиломатериалов, по которым произошел рост в 3,2 раза. По штакетнику и оцилиндровке наблюдалось уменьшение в 5 и 8,5 раза соответственно. Среди пиломатериала наибольшим спросом пользуется обрезной, продажи которого выросли в 3,6 раза. По необрезному пиломатериалу продажи увеличились в 2,3 раза. В течение года объем продаж пиломатериалом в основном стабилен и сезонности продаж не наблюдается.

МУП «Рогнединский дом» закупает деловую древесину у ООО «Дубровский лес», а после ее переработки продает строительным организациям и прочим юридическим лицам Рогнединского района. Однако сбытовая деятельность предприятия неэффективна, о чем говорит убыточность продаж. Причинами такой ситуации служат как внешние причины: рост конкуренции, падение платежеспособного спроса, изменение покупательских предпочтений, так и внутренние причины: незаинтересованность работников в результатах деятельности фирмы;

низкая квалификация торгового персонала; недостаток собственных оборотных средств, зависимость от поставщиков, низкий уровень маркетинговых исследований, недостаток необходимого оборудования.

Однако у предприятия есть возможности повышения эффективности сбытовой деятельности. В качестве предложений по совершенствованию сбытовой деятельности мы предлагаем.

Во-первых, более эффективно управлять сбытом продукции, осваивать новые рынки сбыта, расширять существующие посредством выбора наиболее эффективных каналов сбыта, эффективного продвижения товаров. На перспективу необходимо расширение числа партнеров-строителей, а также переход на следующий (более высокий) уровень взаимоотношений с предприятиями. Наиболее привлекательными рынками сбыта являются строительство и стройиндустрия. В качестве стимула для продаж фирма также должна принимать участие в выставках, ярмарках.

Во-вторых, в целях улучшения ситуации необходимо оптимизировать структуру товарного ассортимента и предлагать те товары, которые имеют постоянный спрос и по той цене, по которой покупатели готовы приобретать товары, то есть разработать сбытовую политику.

В-третьих, необходимо развивать новые виды деятельности целью привлечения кредитов банка для кредитования части затрат, необходимых для оснащения предприятия современным технологическим оборудованием и насыщения его товарным ассортиментом.

В-четвертых, необходимо запланировать увеличение объема производства пиломатериалов и продукции из него, и сократить выпуск по устаревшим позициям ассортимента, увеличив производство более усовершенствованных их видов. Наиболее перспективным видится расширение ассортимента изделий из липы, предназначенные для оборудования саун.

В-пятых, целесообразно предложить переработку отходов лесоматериалов, которыми являются опилки. В настоящее время опилки накапливаются, захламляют территорию предприятия.

Мы предлагаем перерабатывать опилки в гранулы (пеллеты), которые могут пользоваться спросом у владельцев домашних животных. Пеллеты также широко используются для растопки печей и для отопления, а также в быту, например, для жарки шашлыков. Их также используют садоводы для удобрения и разрыхления почвы, так что их можно реализовывать через магазины для садоводов и фермеров.

Для организации производства наполнителей не требуется больших площадей, и в этом его большое преимущество. Чтобы установить оборудование необходимо помещение площадью в пределах 50

кв. м, также не нужно большое складское помещение, поскольку гранулы в упакованном виде не занимают много места.

Для производства пеллет понадобится мини-линия, которая будет производить около 100-150 кг гранулята в час. Она обойдется в 200 тыс. руб., однако каждые три месяца необходимо производить замену некоторых запчастей общей стоимостью 18 тыс. руб., то есть на 1 год затраты составят 72 тыс. руб. В качестве сырья будут использоваться древесные опилки определенной влажности (до 16%) и фракции.

Готовую продукцию необходимо будет упаковать (лучше всего в пакеты весом 2, 5, 10 и 36 кг), для чего также потребуются дополнительное оборудование стоимостью от 150 тыс. руб. Целесообразно использовать для фасовки простые прозрачные пакеты Zip Lock (от 1-2,5 руб./шт.) с наклейками (стоимость от 50 коп./шт.).

Таким образом, совокупные затраты на покупку оборудование могут составить для предприятия 350 тыс. руб. Кроме того, затраты на оплату труда работников (2 человека) за год могут составить 192 тыс. руб. Также предприятие понесет прочие расходы на сумму около 300 тыс. руб. за год (на электроэнергию, расходный материал и т.д.)

Учитывая, что производительность оборудования – 150 кг гранул в час, то при 8 часовой работе оборудования за смену возможный объем производства продукции – 1200 кг, а за год – 316,8 тонн. При оптовой цене продажи гранул в 5 тыс. руб. за тонну возможная выручка от продаж могла бы составить 1584 тыс. руб.

Учитывая, что затраты на производство гранул за год – 664 тыс. руб., возможная сумма прибыли от продажи гранул могла бы составить 920 тыс. руб. Предлагаемый проект окупится через 4,6 месяца.

В результате выручка от продаж предприятия смогла бы увеличиться на перспективу на 2995 тыс. руб., что в 2,1 раза выше уровня 2012 г. Предприятие смогло бы получить прибыль от продаж продукции, что в конечном итоге положительно сказалось бы на росте рентабельности продаж на 37,6 п.п., существенно улучшив финансовое состояние предприятия

Именно на эти сбытовые стратегии МУП «Рогнединский Дом» необходимо ориентироваться в дальнейшем и за счет этих условий оно сможет достигнуть наибольшего объема сбыта и повысит эффективность сбытовой деятельности.



РАСШИРЕНИЕ ТОРГОВОЙ СЕТИ НАВЛИНСКОГО РАЙПО

Навлинское РАЙПО является крупным предприятием в розничной торговле. В структуре преобладают продовольственные товары. Предприятие работает эффективно, увеличивается рентабельность от продаж, что вызвано сокращением себестоимости продукции и коммерческих расходов.

Основными магазинами – конкурентами являются такие торговые предприятия, как магазин «Теремок», «Весна», «Олень», функционирующие в данной отрасли и реализующие сходные товары для покупателей.

В Навлинском РАЙПО за 2010-2012 гг. показатели эффективности продаж товаров увеличились незначительно. Так выручка от продаж в расчете на 1 магазин и на 1 кв. м торговой площади увеличилась на 6%, на 1000 руб. основных средств и на 1 среднегодового работника на 2,0 и 13,5% соответственно. Однако по отношению к 2011 г. выручка на 1000 руб. основных средств и на одного среднегодового работника снизилась на 1,3 и 6,1%.

Для улучшения ситуации целесообразно провести ряд мероприятий по повышению эффективности продаж. Одним из таких мероприятий является расширение торговой сети и совершенствование торгового ассортимента путем открытия цветочного магазина в пгт Навля.

По оценкам различных независимых экспертных групп, годовой оборот цветочного рынка в нашей стране сегодня составляет 2 млрд. долларов, четверть его сконцентрирована в столице, остальное – регионы. Рынок цветочной продукции России еще очень и очень далек от насыщения, найти свою нишу на нем сегодня может каждый. По оценкам экспертов вплоть до 2014 г. цветочный рынок нашей страны будет прирастать на 25% в год.

В торговле цветами норма прибыли сейчас составляет порядка 10-15%. В пгт Навля есть незанятая ниша на рынке цветочной продукции, невелико число конкурентов и продолжается застройка и заселение новых домов, жильцы которых могли бы стать нашими клиентами. Основными потребителями данного вида товара являются жители поселка Навля и его района со средними доходами, из которых основными выступают мужчины и женщины в возрасте от 14 лет и выше, работающие в разных сферах деятельности и имеющие различное образование. Численность населения поселка составляет около 14 тыс. человек.

Главным конкурентом является магазин «Альянс», расположенный на нижней площади, а также магазин «Экзотические растения». Магазин «Альянс» - крупный магазин, основой ассортимента которого являются товары для приусадебного хозяйства (не всегда надлежащего качества). Магазин «Экзотические растения» реализует комнатные растения и ряд сопутствующих товаров, но их цены ориентированы на покупателей с достатком выше среднего, и не всякий покупатель может позволить себе покупку именно в этом магазине.

Предлагаемый к открытию цветочный магазин «Многоцвет» будет опережать конкурентов по уровню цен и уровню предоставляемых услуг. Он будет располагаться в удобном месте для покупателей в центре поселка напротив ЗАГСа на арендуемой площади в 15 кв.м. Магазин будет заниматься продажей комнатных растений, букетов, сопутствующих им товаров (книг по уходу за растениями, буклетов по флористике, цветочных горшков, удобрений, земли для разных видов растений и т.д.), а также реализацией продукции сезонного характера: рассады, семян, луковиц, саженцев и др. посадочного материала.

Методами стимулирования сбыта товаров будут оптовые скидки 5% при покупке от 5 единиц наименования товара, скидки по дисконтным картам постоянным покупателям (до 10%).

Проведение рекламной стратегии необходимо при открытии данного магазина. Она будет состоять из следующих мероприятий: заказ и размещение рекламного щита фирмы на улицах поселка; реклама в СМИ в газете «Наше время»; изготовление и распространение листовок.

Затраты на содержание цветочного магазина «Многоцвет» составят за год 180443 руб., в том числе 36000 руб. – на уплату арендной платы за торговый павильон торговой площадью 15 кв. м, 208 руб. – за воду, 12240 руб. – за электроэнергию и 132000 руб. – на выплату заработной платы персонала. Также магазин понесет затраты на закупку товаров для осуществления своей деятельности в размере 163200 руб. В целом совокупные затраты могут составить 343648 руб. Выручка от продаж цветочного магазина могла бы составить на перспективу 396 тыс. руб. за год, а рентабельность продаж товаров – 13,2%.

В дальнейшем целесообразно развивать продажу цветочной продукции в других районах пгт Навля, а также других товаров, пользующихся спросом на рынке, чтобы привлечь покупателей и расширить торговую сеть и повысить эффективность продаж.



ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОДАЖ ТОВАРОВ В БРАСОВСКОМ РАЙПО

Брасовское РАЙПО расположено в Брасовском районе Брянской области. Отдаленность от административного центра области города Брянска составляет около 80 км. В нескольких километрах около п. Локоть проходит международная автомобильная трасса Москва-Киев, также соединяющая район с областным центром. Все основные розничные предприятия Брасовского РАЙПО расположены в основных населенных пунктах Брасовского района, а также автолавки выезжают и в населенные пункты близлежащих районов. Основные поставщики предприятия расположены в г. Брянске. Также ведется работа с поставщиками из Москвы, Железногорска, Орла, Смоленска.

Основными конкурентами Брасовского РАЙПО на рынке реализации хлебобулочных изделий являются производители из Севского района Брянской области и г. Железногорска Курской области, а также производители г. Брянска и Орла. Также существует и жесткая конкуренция на рынке реализации кондитерской продукции, выпускаемой кондитерским цехом Брасовского РАЙПО. Здесь основными конкурентами являются производители г. Брянска: ООО «Коляда» и ИП Сичко. Также во многие частные магазины кондитерская продукция доставляется из г. Железногорска.

Предприятие является крупным торговым предприятием по среднегодовой численности работников, которая имеет тенденцию к увеличению и за 2010-2012 гг. она изменилась на 27 человек, или на 7,4%. На протяжении исследуемого периода объем розничной торговли в Брасовского РАЙПО увеличился на 51678 тыс. руб. (31,4%). Такой рост связан с увеличением покупательской способности населения, роста доходов населения, увеличение продаж непродовольственных товаров.

Предприятие эффективно использует имеющиеся у него трудовые, основные и оборотные ресурсы. Среднегодовая производительность труда выросла за анализируемый период в 2,5 раза, фондоотдача и рентабельность основных средств предприятия увеличились более чем в 2 раза, коэффициент оборачиваемости и рентабельность оборотных средств вырос на 64 и 96% соответственно. Брасовское РАЙПО является платежеспособным предприятием, способным погашать свои обязательства. Финансовое состояние предприятия характеризуется как устойчивое, а его деятельность как рентабельная.

Касаясь оценки процесса продаж в организации, следует отметить, что общая выручка от реализации товаров на предприятии увеличилась на 51678 тыс. руб., а прибыль от продаж на 1519 тыс. руб. Рентабельность продаж увеличилась на 0,70 п.п. за счет увеличения прибыли от продаж и снизилась на 0,45 п.п. за счет увеличения выручки от продаж. В основном рост рентабельности продаж был обусловлен превышением темпов роста прибыли над темпами роста выручки, которые составили 48,3 и 31,4% соответственно.

Показатели эффективности продаж товаров в Брасовском РАЙПО имеют устойчивую тенденцию к росту за исключением выхода выручки и прибыли от продаж на 100 руб. основных средств, что связано с ростом стоимости последних. В целом предприятие работает эффективно.

За 2010-2012 гг. выручка в расчете на 1 магазин и на 1 кв. м торговой площади увеличилась на 34,5 и 32,7%, на 1 среднегодового работника – на 22,3% соответственно. Сумма прибыли от продаж на 1 магазин и 1 кв.м. торговой площади выросла на 51,8% и 49,7%, а на 1 среднегодового работника – на 38,1% соответственно. Следует отметить, что наиболее существенное увеличение показателей эффективности продаж товаров в Брасовском РАЙПО произошло за 2010-2011 годы, когда более значительно выросла выручка и прибыль от продаж по предприятию.

В качестве повышения эффективности продаж товаров мы предлагаем:

- повысить производительность труда торговых работников за счет сокращения потерь рабочего времени, привлечения работников на неполный рабочий день;
- перевести магазин «Заря» на круглосуточный режим работы;
- проводить выставку продажи товаров, ярмарки, осуществлять развозную торговлю;
- перевести магазин «Продукты» на самообслуживание

Эти мероприятия позволят увеличить выручку на 4957 тыс. руб., а прибыль от продаж на 1252 тыс. руб., что положительно отразится на показателях эффективности продаж товаров в Брасовском РАЙПО. Так выручка в расчете на 1 магазин и 1 кв. м торговой площади могли бы вырасти на 1183 и 0,69 тыс. руб. соответственно, на одного среднегодового работника – на 27,42 тыс. руб., на 100 руб. основных средств – на 17,54 руб. Рентабельность продаж на перспективу могла бы составить 2,7%, что на 0,5 п.п. выше уровня 2012 г.



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО ТПК «СЛАВЯНСКИЙ БАЗАР»

В процессе развития рыночной экономики особую значимость приобретает рассмотрение такой важной формы реализации товаров, как розничная торговля. Розничная торговля представляет собой реализацию товаров торговыми предприятиями конечному потребителю. Предметом розничной торговли является не только продажа товаров, но и торговое обслуживание и предоставление дополнительных услуг покупателям.

ООО ТПК «Славянский базар» представляет собой достаточно крупное предприятие, занимающееся торговой деятельностью, оказанием платных бытовых услуг, о чем свидетельствуют такие показатели как выручка от продажи товаров, которая в 2012 г. составила 11791 тыс. руб., прибыль от продаж – 2110 тыс. руб., уровень рентабельности предприятия – 21,8%. В динамике с 2010 по 2012 гг. предприятие работает рентабельно, что говорит об эффективности торговой деятельности. Важным фактором эффективной работы ООО ТПК «Славянский базар» является обеспечение роста товарооборота не за счет увеличения величины торговой надбавки, а за счет роста объема реализации, в связи с чем издержки на единицу продукции увеличиваются не значительно.

ООО ТПК «Славянский базар» осуществляет коммерческую деятельность, включающую закупку и сбыт продукции. Эффективность закупочной деятельности во многом определяется выбором поставщика. Поставщиками ООО ТПК «Славянский базар» являются около 20 организаций и предприятий. К основным поставщикам, с которыми ООО ТПК «Славянский базар» сотрудничает долгие годы, можно отнести ООО «Оптовик», ОАО «Хлебокомбинат», ЗАО «Кантрен», ООО «Брянскспиртпром» и другие, которые расположены в г. Брянске.

Организация применяет централизованный и децентрализованный способ доставки. Применение централизованной доставки позволяет улучшить использование автотранспорта, снизить стоимость транспортировки товаров, а так же создать условия для улучшения торгового обслуживания населения. При децентрализованной поставке все операции по завозу товаров ООО ТПК «Славянский базар» берет на себя. После заключения договоров с поставщиками производится закупка и доставка товаров собственным транспортом.

Ассортимент товаров в ООО ТПК «Славянский базар» пред-

ставлен двумя группами товаров: продовольственные, что составляет 86% общего объема продаж и непродовольственные товары. В связи с постоянным изменением потребностей покупателей ассортимент товаров периодически совершенствуется и все более усложняется.

ООО ТПК «Славянский базар» специализируется на продаже ликеро-водочных и хлебобулочных изделий. Денежная выручка от реализации ликеро-водочных изделий в 2012 г. возросла до 3675 тыс. руб. В динамике также увеличивается денежная выручка от реализации хлебобулочных изделий, которая в 2012 г. достигла 2645 тыс. руб. В 2012 г. удельный вес в денежной выручке от реализации товаров на косметические товары, медицинскую технику и лекарственные средства достиг 14%.

Для повышения эффективности деятельности ООО ТПК «Славянский базар» предлагаются мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности.

В процессе анализа деятельности ООО ТПК «Славянский базар» было выявлено, что планирование на предприятии является несовершенным, т.к. основывается только на мнении бухгалтера, и не подкрепляется научными методами. В связи, с чем предлагается осуществить планирование товарооборота и его структуры с использованием научных методов. Планирование товарооборота было осуществлено экономико-статистическим методом и путем построения экономико-математической модели. В связи с тем, что трендовая модель дает более точный прогноз товарооборота, рекомендуется использовать в качестве плановой, величину товарооборота, полученную данным методом, равную 12850 тыс. руб.

Планирование структуры товарооборота было осуществлено экономико-статистическим методом, основанным на расчете коэффициентов эластичности. Рассчитанная ассортиментная структура товарооборота ООО ТПК «Славянский базар» позволяет определить на какие товарные группы будет приходиться большая доля товарооборота предприятия. Расширив ассортимент товаров - «лидеров» и уменьшив ассортимент товаров, пользующихся слабым спросом нужно увеличить величину товарооборота и сумму получаемой прибыли.

На основании осуществленных расчетов было установлено, что научно-обоснованное планирование, а также другие мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности позволят ООО ТПК «Славянский базар» дополнительно получить прибыль в размере 200 тыс. руб., что повысит уровень рентабельности предприятия до 24,5%.



ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «КЛИНЦОВСКИЙ ХЛЕБОКОМБИНАТ»

В хозяйственной деятельности промышленных организаций основными вопросами являются снабжение, производство и сбыт готовой продукции, последний подразумевает законченные производством на данном предприятии изделия, работы и услуги, которые могут быть предложены рынку как товары.

Главная цель сбыта – реализация экономического интереса производителя (получение предпринимательской прибыли) на основе удовлетворения платежеспособного спроса потребителей. Так как хлебобулочная продукция пользуется постоянным и повсеместным спросом у населения, то хлебозаводы имеют благоприятные условия для увеличения объемов производства. Однако, только правильно организовав реализацию хлебобулочных изделий, предприятие может получить положительные результаты. Реализация хлебобулочных изделий осуществляется торговыми предприятиями, которые выполняют функцию обслуживания населения, осуществляют продажу хлебобулочных изделий населению через магазины города, собственную торговую сеть, через посредников.

Коммерческая деятельность по сбыту продукции на предприятии весьма многогранна, она начинается с координации интересов предприятия-производителя с требованиями рынка. Производитель продукции заинтересован в снижении издержек производства, а это возможно достичь при больших объемах производства и небольшой номенклатуре выпускаемой продукции. Однако рынок требует другого: потребители заинтересованы в большом выборе качественной, разнообразной продукции с различными потребительскими свойствами по приемлемой цене. В конечном итоге производственная программа предприятия, номенклатура, качество продукции должны определяться доходами и платежеспособным спросом потребителей: предприятий, фирм и населения.

Для того чтобы скоординировать интересы предприятия-изготовителя и рынка, необходимо планирование ассортимента продукции, как новой, так и уже выпускавшейся на предприятии. Эта работа должна отделом сбыта в тесном взаимодействии с отделом маркетинга предприятия. Наряду с планированием ассортимента составной частью коммерческой деятельности является планирование сбыта про-

дукции. Планирование сбыта включает составление плана сбыта предприятия, формирование портфеля заказов, выбор наиболее эффективных каналов сбыта продукции, распределение объема сбыта товаров по регионам. План сбыта должны разрабатывать предприятия, выпускающие продукцию на «свободный рынок».

ОАО «Клинцовский Хлебокомбинат» является крупным предприятием, которое успешно работает на рынке г. Клинцы, а также соседних городов и районов. Основным видом деятельности является производство и реализация хлебобулочных, сдобных, кондитерских, бараночных и сухарных изделий. Выработка и реализация продукции производится по ежесуточным заявкам торгующих организаций. В настоящее время на хлебокомбинате вырабатывается около 60 видов и 189 наименований продукции, в сутки 35-38 наименований. Вся продукция вырабатывается по традиционной технологии, без применения искусственных улучшителей, согласно требованиям ГОСТов.

Хлебокомбинат вырабатывает до 20,0 тонн в сутки и до 230 тонн в год хлеба и хлебобулочных изделий. Основные показатели деятельности в динамике с 2009 по 2011 гг. ОАО «Клинцовский Хлебокомбинат»: Прибыль от продаж в 2011 г. составила 679,3 тыс. руб., это объясняется тем, что хлебобулочная продукция пользуется спросом у населения и от розничных предприятий поступает много заявок на ее производство.

ОАО «Клинцовский хлебокомбинат» снабжает продукцией 360 розничных торговых предприятий, из них 160 находится в г. Клинцы. Доставка производится и в дневное, и в ночное время. Так же в собственности хлебокомбината находятся хлебный магазин «Хлеб» и 8 торговых киосков «Горячий хлеб». Основными рынками сбыта продукции хлебокомбината являются г. Клинцы и населенные пункты Клинцовского района. Предприятие так же осуществляет поставки продукции в соседние города и районы: г. Новозыбков, п.г.т. Климово, г. Сураж, п.г.т. Красная гора, п.г.т. Гордеевка, г. Унеча, г. Стародуб. Конкурентами ОАО «Клинцовский хлебокомбинат» являются: ОАО «Хлебогор» г. Новозыбков, ООО «Нива» г. Клинцы, ОАО «Унечский хлебокомбинат», ОАО «Бежецкий хлебокомбинат», ОАО «Каравай» г. Брянск, ОАО «Стародубский хлебокомбинат», ОАО «Суражский хлебокомбинат».

Коммерческая работа по продаже в ОАО «Клинцовский хлебокомбинат» включает в себя оптовую продажу производимой продукции и розничную торговлю. Продажей продукции на предприятии занимается отдел сбыта, который возглавляет заместитель генерального директора по коммерческой деятельности. В его подчинение входят

менеджер по продажам, экспедитор по реализации продукции. Главной целью отдела сбыта является получение прибыли за счет роста объема продаж (концепция интенсификации коммерческих усилий). Задачей отдела сбыта служит заключение договоров на поставку продукции, выпускаемой хлебокомбинатом, поиск потребителей. Данный отдел осуществляет следующие мероприятия: принимает и обрабатывает заявки, поступившие от клиентов, организаций и потребителей затем делает заказы на продукцию, обеспечивает заключение договоров с и покупателями готовой продукции, согласовывает условия и сроки поставки, разрабатывает графики работы, разрабатывает мероприятия по маркетинговой тактике определения цен, формирования спроса и стимулирования сбыта, прогнозирует объем продаж, выявляет наиболее эффективные рынки сбыта и т.д.

Неотъемлемой частью сбытовой деятельности является совершенствование организации хозяйственных связей с покупателями. В данной области работа может быть организована на основе систематического анализа фирм-конкурентов по ценовой и ассортиментной политике, политике товаропродвижения, видам и характеру услуг.

Для успешной реализации продукции должны проводиться рыночные исследования по следующим направлениям: анкетирование потребителей, сокращение рисков неплатежеспособности, освоение новых рынков сбыта.

Для улучшения сбыта продукции ОАО «Клинцовский хлебокомбинат» предлагается приобрести новое оборудование, а именно ротационную печь для выпечки хлебобулочных изделий. Данная печь обладает рядом преимуществ. Она ускоряет процесс выпечки продукции, более удобна в использовании, позволяет экономить материальные ресурсы, а также выпекать более качественную и конкурентоспособную продукцию. Стоимость ротационной печи составляет 1,5 млн. руб. с учетом затрат на установку и ввода в эксплуатацию. Она позволит увеличить производительность хлебобулочных изделий на 20%. Срок окупаемости проекта составит 1,1 года.

В результате внедрения выше описанных мероприятий ОАО «Клинцовский хлебокомбинат» может расширить свой ассортимент, а также увеличить объемы производства хлебобулочной продукции, что даст возможность повысить эффективность производства на предприятии.



ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В НОВОЗЫБКОВСКОМ РАЙПО

Под экономической эффективностью понимается соизмерение полученных результатов с имеющимися ресурсами и произведенными затратами. Целью торгового предприятия является достижение максимальных результатов деятельности при оптимальном экономическом потенциале предприятия, относительном сокращении издержек обращения и высокой культуре обслуживания.

Эффективность коммерческой деятельности зависит от эффективности использования отдельных экономических ресурсов: основных фондов, оборотных средств, торгового персонала и текущих затрат.

Одним из важнейших факторов коммерческой деятельности являются основные фонды. Роль основных фондов в процессе труда торговых работников определяется тем, что в своей совокупности они образуют материально-техническую базу. Эффективность использования основных фондов в торговых предприятиях проявляется в увеличении объема товарооборота, прибыли, экономии труда. Для характеристики экономической эффективности использования основных фондов применяются фондоотдача, фондоемкость, рентабельность фондов, объем товарооборота и прибыли на 1 м² торговой площади

За анализируемый период наблюдается снижение фондоотдачи это обусловлено тем, что выручка росла медленнее, чем стоимость основных средств. Прибыль на 1 м² торговой площади с каждым годом увеличивается и в 2011 г. торговая деятельность предприятия дала прибыль, которая в расчете на 1 м² торговой площади составила 5,9 тыс. руб., что больше уровня 2009 г. на 18,0%. В 2010 году по сравнению с 2009 г. наблюдается уменьшение фондорентабельности, но уже в 2011 г. по сравнению с 2010 г. наблюдается рост показателя, который составил 0,7 п.п. это показывает, что основные фонды начали использоваться более эффективно.

Результативность работы предприятия во многом зависит также от его обеспеченности оборотными средствами. Недостаток средств, авансируемых на приобретение материальных запасов, может привести к сокращению объемов деятельности.

Успешное выполнение плана товарооборота в значительной степени зависит от соотношения темпов роста объема товарооборота и оборотных средств. Между темпами роста этих показателей существу-

ет прямая зависимость: чем больше объем товарооборота, тем больше потребность в оборотных средствах. Однако темпы роста оборотных средств должны отставать от темпов увеличения объема товарооборота, иначе неизбежно ухудшение эффективности использования оборотных средств, замедление их оборачиваемости.

Наиболее обобщающим качественным показателем эффективности использования оборотных средств является их оборачиваемость оборотных средств, данный показатель в 2011 г. по сравнению с 2009 г. уменьшился на 35,8 %. Одновременно с уменьшением оборачиваемости увеличивается продолжительность одного оборота в днях, с каждым годом этот показатель увеличивается и в 2011 г. он составил 106 дней. Показатель рентабельности оборотных средств за анализируемый период уменьшился с 23 % в 2009 г. до 15,5 % в 2011 г., т.е. на 7,5 п.п. Это показывает, что на каждый рубль оборотных средств предприятие с каждым годом получает меньше прибыли. Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что в Новозыбковском РАЙПО наблюдается снижение эффективности использования оборотных средств.

Производительность труда является одним из важнейших показателей, характеризующих эффективность трудовой деятельности торговой организации. За рассматриваемый период производительность труда увеличилась на 8,4%, а уровень заработной платы возрос на 34,8%. Опережение темпов роста заработной платы над темпами роста производительности труда, сказалось на росте коммерческих расходов и снижении эффективности использования фонда оплаты труда.

Товарооборот в расчете на 1 рубль расходов на оплату труда уменьшился на 19,6%. Вместе с тем, прибыль в расчете на 1 работника и на 1 рубль расходов на оплату труда стабильно растет, а, следовательно, повышается и эффективность трудовой деятельности Новозыбковского РАЙПО.

Была проведена комплексная оценка эффективности деятельности предприятия, которая показала. Эффективность использования экономического потенциала и трудовой деятельности за анализируемый период сократилась на 21,5 и 17% соответственно. Это связано с тем, что рост имущественного потенциала и затрат на содержание персонала не обеспечен соответствующим ростом товарооборота. Показатель эффективности финансовой деятельности увеличился на 33,3% против уровня предыдущих двух лет. Повышение эффективности финансовой деятельности стало возможным за счет поиска руководством предприятия новых направлений получения дохода, в частности РАЙПО в 2011 г. получает дополнительный доход от участия в других организациях и предоставлении денежных средств банкам и другим организациям.

Таким образом, в Новозыбковском РАЙПО имеются существенные результаты по эффективности коммерческой деятельности, которые направлены на повышение товарооборота.



Шилов Н.В., Кислова Е.Н.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЗАКУПОЧНОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Коммерция является неотъемлемой частью деятельности перерабатывающих предприятий в условиях рынка. Она является составной частью предпринимательства.

Коммерческая деятельность на перерабатывающих предприятиях подразделяется на: закупочную (материально-техническое обеспечение) и сбытовую. Проблеме организации закупочной деятельности, в т.ч. на перерабатывающих предприятиях, уделено много внимания в исследованиях А.В.Гордеева, О.А. Масленникова, С.В. Донсковой, Н.К. Долгушкина и других ученых.

В связи с переходом на рыночные принципы деятельности содержание материально-технического обеспечения предприятий существенно изменилось: вместо «реализации выделенных фондов», являющейся составной частью централизованного распределения материальных ресурсов, предприятия свободно закупают их у поставщиков и других субъектов товарного рынка.

Закупочная коммерческая деятельность на предприятиях складывается из следующих этапов: исследование рынка сырья и материалов и организация коммерческих связей с поставщиками; составление плана закупок материальных ресурсов; организация закупок материальных ресурсов; ведение расчетов с поставщиками за купленную продукцию; стоимостной анализ заготовительной сферы.

Виды (функции) коммерческой деятельности производственного предприятия определяются их местом в структуре воспроизводственного цикла, и, соответственно, направленностью и содержанием представляющих их процессов и результатов. По этому признаку основными видами коммерческой деятельности производственного предприятия являются: материально-техническое обеспечение и сбыт (распределение, продажа-аренда), включая послепродажное обслуживание.

Правильно организованные оптовые закупки дают возможность сформировать необходимый ассортимент товаров для снабжения населения, а также обеспечивают эффективную работу перерабатывающего предприятия. В условиях рыночной экономики организация и технология закупочной работы в РФ претерпела коренные изменения: на смену фондовому распределению товаров при административно-командной экономике, система централизованного прикрепления покупателей к поставщикам, твердых государственных цен, неравенства хозяйствующих субъектов, жесткой регламентации поставок товаров, отсутствия самостоятельности, инициативы, предприимчивости коммерческих работников пришла эпоха свободных рыночных отношений, характеризующихся: свободой выбора партнера, контрагента по закупке товаров; множественностью источников закупки; равноправием партнеров; возросшей ролью договоров, контрактов на поставку товаров; саморегулированием процессов поставки товаров; свободой ценообразования; экономической ответственностью сторон.

Закупочная деятельность включает комплекс операций: отбор, обработку и анализ информации, необходимой для обоснования коммерческих решений по оптовым закупкам; определения потребности в товарах, формирования потребительского заказа, конкурентоспособного ассортимента, управление им (обоснование объема и структуры закупок); выявление и изучение источников закупки, выбор поставщиков и каналов продвижения товара; установление хозяйственных связей с поставщиками товаров; контроль исполнения договоров поставки товаров.

Собственно закупочными операциями являются следующие: заключение договоров и разовых сделок на поставку товаров, согласование и уточнение ассортимента товаров, составление и представление всех необходимых к договору документов, своевременные расчеты за закупленный товар.

Заключительные коммерческие операции по закупкам включают: учет и контроль за ходом выполненных договоров поставок; исковую работу, включающую оформление и предъявление штрафных санкций за нарушение условий договоров; управление товарными ресурсами, закупленными предприятием.

Правильная организация закупок должна способствовать укреплению финансового положения предприятия, и, наоборот, ошибки в этой работе приводят к убыткам, а иногда и к банкротству.

Коммерческая деятельность производственного предприятия по материально-техническому обеспечению (МТО) ресурсами является составляющей всей системы его функциональной деятельности, функцией предприятия.

МТО ресурсами производственного предприятия представляется совокупность всей функциональной деятельности, предшествующей производству и осуществляемой от возникновения и выявления потребности в ресурсах вплоть до их использования непосредственно в производственном процессе изготовления продукции.

Роль и значение деятельности по МТО ресурсами состоит в следующем: деятельность по МТО, являясь предшествующей непосредственно производству, деятельность по МТО проявляет, выявляет, формирует и обеспечивает не только конкретные экономические результаты предприятия, но и конкретные потребности конкретных потребителей, как самих ресурсов, так и изготавливаемых из них товаров предприятия; деятельность по МТО результативна, ибо в определенной мере обуславливает экономические и финансовые результаты производственного предприятия; деятельность по МТО как вид функциональной деятельности производственного предприятия во всей цепочке и системе создания товара является одним из источников его конкретного преимущества.

Содержание коммерческой деятельности производственного предприятия по МТО ресурсам определяется совокупным содержанием всех взаимосвязанных, последовательных и целенаправленных действий по приобретению и доведению ресурсов до их потребителей-субъектов производственного предприятия, в первую очередь и главным образом производственных.

Определение потребности в материальных ресурсах – составная часть планирования и является важным фактором, влияющим на результаты его деятельности.

На предприятиях потребность в материальных ресурсах рассчитывается последующим направлениям: общая потребность в материальных ресурсах, потребность на производство продукции; потребность на образование производственных запасов.

Для определения потребности в материальных ресурсах наиболее целесообразно использовать нормативный метод, основанный на нормах расхода и программе выпуска продукции или выполнения работ.

При нормативном методе определения потребности требуются следующие исходные данные: программа производства изделий, которая формируется путем исследования товарного рынка (или рынка услуг); нормы расхода материальных ресурсов в расчете на единицу продукции (или работы).

Использование нормативного метода требует интеграции производства, сбыта и заготовок. При этом производиться должно только то, что нужно покупателю, а заказываться поставщиками должны только те материальные ресурсы, которые необходимы для предприятия.

После определения потребности в материальных ресурсах разрабатывается план закупок. Этот план нужен для рациональной закупки ресурсов. Составить план закупок – это означает определить объем закупок на определенный период, а также вид закупок.

Закупка материальных ресурсов на промышленные предприятия рассматривается в системе коммерции и является связующим звеном трех важнейших составляющих деятельности предприятий: производственной, финансовой и сбытовой.

Составной частью коммерческой деятельности по закупкам материальных ресурсов являются организация коммерческих связей и выбор поставщика. Коммерческие связи по поставкам продукции включают экономические, организационно-правовые, финансовые отношения между изготовителями и потребителями.

Коммерческие связи между партнерами считаются установленными при заключении договоров (контрактов), регламентирующим отношения партнеров.

Таким образом, при закупках материальных ресурсов предприятие должно изучать рынок сырья и материалов, знать динамику цен на этом рынке, расходы на доставку, возможности эффективной замены одних материалов на другие, т.к. от этого в первую очередь зависит цена реализации готовой продукции и конкурентоспособность перерабатывающего предприятия.



Чуйко О.П., Каширина Н.А.

АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ МОЛОКА В СПК «НАДЕЖДА» ГОРДЕЕВСКОГО РАЙОНА

Анализ себестоимости продукции позволяет выяснить тенденции изменения данного показателя, выполнение плана по его уровню, влияние факторов на его прирост, резервы, а также дать оценку работы предприятия по использованию возможностей снижения себестоимости продукции.

По отношению к продукту принято различать три вида себестоимости: себестоимость совокупной продукции; себестоимость валового производства конкретного вида продукции; себестоимость единицы конкретного вида продукции.

Анализ себестоимости продукции проводится от общего к частному. Прежде всего, анализируется себестоимость совокупной про-

дукции хозяйства. Проведем анализ себестоимости совокупной продукции. Под себестоимостью совокупной продукции понимаются затраты предприятия на производство всей сельскохозяйственной продукции (в целом по хозяйству, а также по отрасли растениеводства и животноводства).

В динамике себестоимость совокупной продукции растет. Себестоимость совокупной продукции растениеводства и животноводства увеличились в 2012 г. по сравнению с 2010 г. на 72,8 и 27,3% соответственно.

Для характеристики уровня себестоимости совокупной продукции применяется также показатель, представляющий отношение производственных затрат к стоимости валовой продукции. Данный показатель рассчитывается по отраслям растениеводства и животноводства, а также по сельскому хозяйству в целом.

За анализируемый период производственные затраты на 1 рубль стоимости валовой продукции уменьшились на 1,9%, в том числе в растениеводстве затраты уменьшились на 13,2%, а в отрасли животноводства затраты увеличились на 52,1%, что связано с ростом затрат на производство сельскохозяйственной продукции на 27,0% и снижением стоимости валовой продукции в сопоставимых ценах на 16,6%.

Для углубленного анализа необходимо рассмотрим изменение затрат на производство отдельных видов валовой продукции.

Под себестоимостью валовой продукции понимаются производственные затраты на весь объем произведенной продукции отдельного вида. За анализируемый период себестоимость молока увеличилась на 21,1%, себестоимость прироста живой массы КРС так же увеличила свои показатели на 44,0% в связи с ростом объемов производства. Себестоимость зерновых и зернобобовых увеличилась за анализируемый период на 72,8%, в связи с резким увеличением площади сельскохозяйственных угодий. Себестоимость 1 ц молока за анализируемый период уменьшилась на 9,5%, себестоимость 1 ц прироста живой массы КРС уменьшилась на 9,1%.

Для углубленного анализа необходимо установить причины изменения себестоимости единицы продукции. Проанализируем динамику затрат на молоко. За отчетный период больше всего затрат приходится на корма – 43,8%, меньше всего на затраты на оплату труда с отчислениями на социальное страхование, это 14,6%. За рассматриваемый период затраты на производство молока уменьшились на 9,4% в связи с ростом продуктивности коров.

Себестоимость является одним из основных факторов, определяющих прибыль и рентабельность предприятия, сокращение затрат в

расчете на единицу полученного результата влечет за собой повышение эффективности производства. Таким образом, себестоимость и эффективность производства тесно взаимосвязаны.

Эффективность производства продукции характеризуется показателями прибыли и уровня рентабельности. Важнейшим среди них является показатель прибыли, который создает основу экономического предприятия.

Таблица 1

Экономические результаты производства молока

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2012 г. в % к	
				2010 г.	2011 г.
Произведено, ц	8759	9720	11720	133,8	120,6
Реализовано, ц	7808	8122	10177	130,3	125,3
Товарность, %	89,1	83,5	86,8	97,4	104,0
Цена реализации 1 ц, руб.	1089,4	1092,4	1080,2	99,2	99,0
Полная себестоимость 1 ц, руб.	1058,4	1068,9	957,4	90,5	89,6
Прибыль – 1 ц, руб.	31,0	23,5	122,8	3,9 р.	5,2 р.
Прибыль всего, тыс.руб.	242	191	1250	5,2 р.	6,5 р.
				Отклонение, п.п.	
Рентабельность производства, %	2,9	2,2	12,8	+9,9	+10,6

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что производство молока в анализируемом хозяйстве является экономически эффективным, так как от ее реализации предприятие получает прибыль, которая увеличивается в динамике.



АВТОМАТИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ТОРГОВЫМ ПРОЦЕССОМ КАК НАПРАВЛЕНИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОРДЕЕВСКОГО РАЙПО

Потребительская кооперация играет важную роль в насыщении рынка товарами, делая их доступными для миллионов потребителей. Особое значение при этом играет организация и эффективное осуществление в ней коммерческой деятельности. В связи с этим анализ коммерческой деятельности предприятий потребительской кооперации, а также выявление путей и направлений перспективного развития и повышения эффективности коммерческой деятельности является важной задачей в современных условиях развития рынка товаров и экономики в целом.

В современных условиях для эффективного функционирования потребительской кооперации все большую роль играют информационные технологии. Их применение позволяет упростить управление отдельным торговым предприятием, а также повысить точность и оперативность учета хозяйственных операций и результатов деятельности субъектов экономики.

В настоящее время в Гордеевском РАЙПО процесс оформления и учета операций в коммерческой деятельности осуществляется вручную с использованием типовых бланков заявок и заказов, что делает его достаточно трудоемким. Кроме того, при заполнении документов наблюдается некоторая небрежность, т.к. не заполняются отдельные реквизиты, а в некоторых документах отсутствуют подписи материально-ответственных лиц.

Таким образом, отсутствие в организации автоматизированного учета торговых и иных хозяйственных операций замедляет обработку информации, увеличивает накладные расходы. В этой связи руководству Гордеевского РАЙПО необходимо уделить внимание автоматизации данного процесса с использованием современных информационных технологий и компьютерной техники.

Введение компьютерной формы позволит снизить трудоемкость обработки данных, повысить оперативность оформления и учета документов, систематизировать поступающую информацию, а также сократить затраты ручного труда на ее обработку и увеличить скорость предоставления необходимых документов.

Автоматизированная форма учета позволяет в результате машинной обработки получать необходимые данные по всем осуществляемым операциям.

Автоматизация процессов обработки информации и логических операций по организации коммерческой деятельности обеспечивается за счет разработки соответствующих программ.

Наиболее универсальными средствами автоматизации, легко настраиваемыми под нужды конкретного предприятия, является программа 1С.

При этом в малых организациях, осуществляющих торговую деятельность и обладающих достаточно широким товарным ассортиментом, в качестве программы, помогающей вести учет и управление хозяйственными операциями и коммерческими процессами служит система «Управление торговлей» семейства программ «1С: Предприятие 8.0». Данная программа является универсальной системой автоматизации деятельности предприятия торгового профиля. Система универсальна, поскольку она может настраиваться под особенности организации торговли конкретной организации.

«Управление торговлей» может применяться для автоматизации следующих участков торгового предприятия: складского учета; ценообразования; оптовой торговли; розничной торговли; работы с подотчетными лицами; анализа результатов деятельности.

Таким образом, использование данной программы даст возможность лучше организовать такие процессы деятельности торговой организации, как:

- управление поставками;
- управление продажами;
- управление взаимоотношениями с контрагентами;
- управление торговыми запасами;
- анализ коммерческой деятельности и товарооборота предприятия.

Основной особенностью программы «Управление торговлей», как и любой другой программы семейства 1С, является ее конфигурируемость, т.е. данные системы представляют собой совокупность механизмов, предназначенных для работы с различными типами объектов предметной области. Типовая конфигурация, созданная фирмой 1С, легко может быть изменена и дополнена в соответствии с особенностями деятельности конкретного предприятия.

Одним из основных достоинств программы «Управление торговлей» является наличие системы поддержки принятия хозяйственных решений, планирования и управления складскими запасами. Эти функции весьма полезны при большом ассортименте, которым управлять вручную порой просто невозможно.

Самым ответственным процессом с точки зрения эффективности деятельности торгового предприятия, является хорошо спланиро-

ванная и организованная система сбыта товаров, предлагаемых организацией на рынке.

Программа «Управление торговлей» позволяет облегчить учет товаров, реализованных в розницу, и связанных с этим процессом операций. В ней существуют следующие документы, отражающие операции учета розничной торговли:

- чеки (продажа, возврат);
- учет сменных отчетов контрольно-кассовых машин (ККМ);
- закрытие смены на ККМ;
- переоценка товаров в рознице.

Таким образом, программа «Управление торговлей» поддерживает оформление операций в розничной торговле, а также позволяет упростить процесс ценообразования.

Кроме того, данная программа позволяет составлять планы продаж на заданный период времени. При этом план продаж на будущий период составляется исходя из результатов торговли предыдущих периодов по выбранным показателям.

Например, благодаря оптимально спланированному количеству товаров, закупленных у поставщиков (а для этого просто необходимо правильно спрогнозировать объемы сбыта на рынке), можно избежать такого неприятного явления, как затоваривание.

Управление запасами в торговле позволяет значительно снизить издержки на хранение, а соответственно и себестоимость товара.

В программе «Управление торговлей» реализована возможность детализации планов продаж по дням, месяцам и годам.

Поскольку реализация товаров непосредственно связана с их предварительной закупкой, то большое место в системе «Управление торговлей» занимает оформление операций, осуществляемых в рамках данного процесса.

Для каждого поставщика может быть оформлено сколько угодно договоров. При этом каждый договор может характеризоваться своими параметрами (условиями договора).

Данная программа позволяет вести автоматизированный учет и осуществлять оформление заказов и их корректировку, а также счетов на оплату и вести учет расчетов с поставщиками.

Кроме того, отчеты программы обладают большими возможностями отражения и различного представления результатов торговой деятельности предприятия, а наличие в ней системы анализа полученных результатов является главным достоинством системы.

Таким образом, мы предлагаем внедрить в Гордеевском РАЙПО систему «1С: Предприятие 8,0 Управление торговлей», что позволит

упростить и систематизировать оформление и учет поставок, реализации товаров, а также расчетов с поставщиками.

Однако, осуществление данного мероприятия приведет к дополнительным затратам для предприятия.

Дополнительные затраты на автоматизацию розничной торговли
в Гордеевском РАЙПО, руб.

Вид затрат	Сумма, руб.
Приобретение 1 компьютера	35000
Расходы на эксплуатацию (электроэнергия) (в месяц)	400
Амортизация (в месяц)	962
Приобретение программного обеспечения	15000
Повышение квалификации кадров	5000
Оборудование рабочего места	3500
Обеспечение защиты рабочего помещения	5000
Прочие прямые затраты (накладные расходы)	3800
Всего затрат	68662

Реализация проекта по автоматизации процесса управления розничной торговлей в Гордеевском РАЙПО потребует приобретения компьютера и программного обеспечения («1С: Предприятие 8,0 Управление торговлей»), переподготовки специалиста торгового отдела, на которого будет возложена обязанность по ведению автоматизированного учета, оборудования и обеспечения защиты рабочего места, а также приведет к дополнительным расходам (эксплуатация компьютера, амортизация, прочие накладные расходы). В связи с этим общая сумма затрат предприятия на осуществление данного мероприятия составит 68,662 тыс. руб.

Окупаемость данного проекта можно будет оценить только после его внедрения. Однако, как свидетельствует опыт передовых предприятий торгового профиля, автоматизация процесса организации и управления операций, осуществляемых в рамках коммерческой деятельности сельпо, позволяет оптимизировать процесс документооборота, в результате чего значительно сократится количество штрафов и неустоек из-за несвоевременного предоставления необходимой документации. Кроме того, внедрение данного мероприятия позволит увеличить объем продаж в результате оптимизации процесса реализации товаров на 1808,44 тыс. руб. или на 2%. Затраты на автоматизацию розничной торговли могут окупиться за 3,9 месяца.



СИСТЕМА МАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Труд является основным условием жизни людей и важнейшим источником богатства общества. Аграрная сфера применения труда значительно отличается от других отраслей народного хозяйства, поскольку имеет существенные специфические особенности, которые во многом определяют характер производства и роль в нем человека.

В современных условиях особое значение приобретает побуждение людей к активным действиям, и, в том числе, к трудовым. Все это вызывает необходимость создания системы мотивации, без которой предприятия не могут эффективно развиваться.

В системе мотивации работников отечественных сельскохозяйственных предприятий важную роль играют внешние факторы воздействия, называемые стимулами. Но объединяясь с внутренними факторами (мотивами), основанными на потребностях, они образуют систему материальной мотивации. От формирования такой системы во многом зависит результативность деятельности любой организации в сфере агропромышленного комплекса.

С целью повышения полноты и объективности исследования проблема изучалась на материалах колхоза «Авангард» Мглинского района Брянской области. Данное предприятие выделяется своими размерами на фоне сельскохозяйственных предприятия района и продолжает оставаться лидером среди местных товаропроизводителей. Из года в год колхоз укрепляет свои основные позиции, оставаясь, тем не менее, в числе низкорентабельных хозяйств с низкой эффективностью труда и производства.

С целью выявления факторов мотивации труда проведено социологическое исследование методом анкетирования с участием 25 респондентов, в числе которых: 4 руководителя, 3 специалиста и 17 рядовых работников.

Для обработки полученных данных и оценки уровня мотивации использовался метод мотивационного баланса на основе методики Хекмана и Олдхема. Сущность данной методики заключается в том, что каждый работник первоначально определяет несколько наиболее значимых для себя мотивов и стимулов. Так, участники опроса из 8 предложенных вариантов выбрали 5.

Выполнив процедуру ранжирования выбранных мотивов и, соответственно, антимотивов, оценили их с помощью цифр (баллов).

При обобщении данных нами установлено, что работники предприятия наибольшее предпочтение отдают оплате труда и условиям, в которых он протекает.

Далее работники, выступая в качестве экспертов, оценивали свою трудовую деятельность по выбранным факторам мотивации по 7-бальной шкале.

Таблица 1

Результат оценки факторов мотивации
в разрезе основных категорий работников колхоза «Авангард»

Факторы мотивации труда	Самооценка факторов мотивации труда по 7-бальной шкале (баллов), выполненная:		
	руководителями	специалистами	рядовыми работниками
Оплата труда	6	6	5
Условия труда	5	6	4
Интерес к содержанию выполняемой работы	6	5	3
Возможность самореализации	6	6	4
Стиль вышестоящего руководства и профессионализм руководителя	6	5	5

На основе выполненной оценки определен мотивационный балл и уровень мотивации основных категорий работников предприятия.

Наиболее мотивированы к труду руководители, уровень мотивации которых приближается к 60%. Менее мотивированы специалисты, которые также не вышли за рамки среднего уровня мотивации. У самой многочисленной категории рядовых работников мотивация к труду полностью отсутствует. Согласно данным таблицы 2 она составляет всего 23,3%.

Поскольку самым «сильным» мотивом работниками колхоза признана оплата труда, целесообразно изучить состояние действующей системы материального стимулирования, которая включает: заработную плату, стимулирующие надбавки и доплаты, текущее поощрение и вознаграждение по итогам работы за год.

Таблица 2

Уровень мотивации работников колхоза на основе результатов оценки

Показатели	Основные категории работников колхоза «Авангард»:		
	руководители	специалисты	рядовые работники
Мотивационный балл (МБ)	205,2	190,8	80,0
Уровень мотивации (УМ), %	59,8	55,6	23,3

Анализ структуры фонда заработной платы показал тенденцию к снижению доли основной оплаты труда за отработанное время с 96,1 до 94,8%. Вместе с этим уменьшился удельный вес тарифной части заработной платы работников кооператива с 86,0% в 2010 г. до 83,0% в 2012 г. Таким образом, снижается степень устойчивости тарифной части заработной платы, что незначительно ослабляет принцип гарантийности в получении основного денежного дохода за вложенный труд, а также снижает воспроизводственную, стимулирующую и регулирующую функции. Повышается удельный вес оплаты труда за стаж, с 8,0 до 9,7% , что говорит о постепенном старении кадрового потенциала предприятия и невозможности привлекать в материальное производство молодежь.

Наблюдался рост заработной платы по всем категориям работников. Наиболее быстрыми темпами росла заработная плата операторов машинного доения (в 2,4 раза) и скотников крупного рогатого скота (на 93,5%). На этом фоне незначительно выросла заработная плата руководителей (на 52%).

Рассчитанные тарифные соотношения между профессионально-квалификационными группами работников скорее говорят о наличии признаков уравнительности в оплате труда, нежели об ее обоснованной дифференциации. Для предприятия характерна ситуация, когда размер заработной платы рядовых исполнителей превышает уровень оплаты высококвалифицированных специалистов.

Проведенные исследования, обобщение научной литературы по изучаемой проблеме и практики хозяйственной деятельности ряда эффективно работающих предприятий позволили разработать комплекс мероприятий, соблюдение которых будет способствовать повышению уровня трудовой мотивации своих работников.

Так, предложенный комплекс практических рекомендаций по активизации трудовых мотивов и стимулов позволит предприятию заин-

тересовать трудящихся в повышении квалификации и профессионализма, сохранении здоровья и ведении здорового образа жизни, предотвратить прогулы и нерациональное использование рабочего времени.

С целью практической реализации двух первых пунктов вышеизложенного комплекса мероприятий, считаем необходимым внедрить аккордно-премиальную систему оплаты труда. Применение данной системы установит рациональные соотношения в оплате труда и напрямую свяжет их с показателями эффективности хозяйственной деятельности. Так, удельный вес фонда оплаты труда в стоимости товарной продукции снизится на 5,7 пункта и составит 43,5% на фоне роста объема денежной выручки и средств, направляемых на потребление. При сохранении данной тенденции предприятие будет способно стабилизировать ситуацию и формировать фонды для расширенного ведения производства.

Все это, в конечном счете, обеспечит предприятию рост производительности труда и эффективности производства, а, соответственно, увеличение трудовых доходов работников и качества их жизни.



Пророкова Е.Ю., Поседько Н.А.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ СБЫТА ПРОДУКЦИИ В ОАО «БРЯНСКИЙ МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ»

Сбыт продукции для предприятия имеет огромное значение.

В современных условиях меняется тактика поведения предприятия: отправной точкой могут являться не производство продукции и в последующем поиск покупателей, а первоначальное изучение спроса, расчет потенциальной емкости рынка, возможных объемов продаж по срокам, качеству и товарному ассортименту и на этой основе планирование и организация производства продукции.

Основными видами деятельности ОАО «Брянский молочный комбинат» являются:

- производство цельномолочной продукции;
- производство плавленого сыра, других сыров;
- производство масла животного,
- реализация продукции собственного производства .

За период имеет место рост основных показателей. Так, за 2010

-2012 гг. выручка предприятия увеличилась в 2,6 раза, себестоимость проданных товаров выросла в свою очередь в 2,7 раза. Прибыль от продаж увеличилась на 19,4%.

Наибольший удельный вес в структуре товарной продукции 2012 г. занимает молоко (20,9%). На втором месте – кисломолочная продукция 18,7%. Третье место занимает масло – 14,0%.

Анализ основных показателей финансового состояния ОАО «Брянский молочный комбинат» свидетельствует о том, что финансовая устойчивость предприятия снижается на протяжении всего анализируемого периода. Большая часть показателей не соответствует нормативному значению. Это касается коэффициента обеспеченности собственными источниками финансирования (-0,1), коэффициента финансовой устойчивости (0,3). Из показателей платежеспособности ни один показатель не соответствует нормативному значению.

Коммерческая деятельность по закупкам осуществляется отделом маркетинга. Основными критериями выбора поставщика являются его надежность, цена поставляемой продукции, условие расчетов и поставки.

Товары предприятие закупает в Брянской области и в соседних областях, в республике Беларусь.

ОАО «Брянский молочный комбинат» является крупнейшим Брянским предприятием отрасли, снабжающим население Брянской области свежим молочными продуктами в течении всего года.

Возможности комбината позволяют перерабатывать до 500 тонн сырья в сутки. Современное оборудование и безотходные технологии дают возможность производить в год до 4000 тонн сухого молока, до 4000 тонн масла и до 2500 тонн плавленых сыров

Осуществляя коммерческую деятельность по сбыту товаров, предприятие опирается на маркетинговые исследования. Продукция ОАО «Брянский молочный комбинат» реализуется как в пределах Брянской области, так и за ее пределами (Тула, Смоленск, Калуга, Обнинск, Курск, Орел, Москва).

На комбинате есть свой транспортный цех, который осуществляет доставку молока не только по Брянску и области, но и в Калужскую, Тульскую области, Москву, Санкт-Петербург, Воронеж.

На Брянском рынке существует множество конкурентов продукции ОАО «БМК». Основными конкурентами являются ОАО «Царицынский молочный комбинат», «Молочный комбинат «Воронежский»; ОАО «Лианозовский молочный комбинат», ОАО «Смоленский молочный комбинат».

Ассортимент реализуемых товаров разнообразен: от молока до плавленых сыров. Предприятие выпускает продукцию торговых марок «Милград», «Веселый луг», «Глиняная крынка». Доставка товара осуществляется транспортом ОАО «Брянский молочный комбинат» по дополнительно согласованному графику или самовывозом. Товар отпускается по цене, действующей на день отгрузки.

Изучение организации сбыта в ОАО «Брянский молочный комбинат» дало основание предложить мероприятия по совершенствованию:

- совершенствование контроля при планировании продаж;
- совершенствование контроля выполнения планов сбыта;
- присвоение группы риска покупателю (заказчику) и установление параметров коммерческого кредита;
- формирование базы данных (досье) на покупателей.

Кроме вышеперечисленных, к направлениям совершенствования организации сбыта продукции можно отнести постоянную работу по обновлению ассортимента товаров, стимулирование сбыта.

Для поддержания конкурентоспособности ОАО «Брянский молочный комбинат» и упрочения его положения на рынке в рамках обновления ассортимента следует внедрить в производство новые товары, которые обеспечили бы достаточную для развития предприятия прибыль.

Перспектива производства творожных десертов для молокоперерабатывающего предприятия очевидна, емкость рынка на творожные десерты в десятки раз больше, чем на традиционный творог.

В качестве совершенствования предлагаем включить в ассортимент ОАО «Брянский молочный комбинат» 2 новых вида десертов из творога: десерт «Творожный» и десерт «Королевский».

Второе мероприятие связано с продвижением новых товаров ОАО «Брянский молочный комбинат» (творожных десертов) на рынок. В качестве основных этапов системы продвижения можно предложить:

- дегустации в продовольственных магазинах;
- заказ выступления авторитетного специалиста в программе «Здоровье»;
- театрализованные представления для детей, приуроченные к каким-либо праздникам, совмещенные с выставкой нового товара и его дегустацией;
- персональные продажи;
- стимулирование сбыта.

Помимо объемов производства очень важное значение имеют

каналы реализации. Совершенствование каналов реализации требует поиска наиболее выгодных и перспективных путей. Наибольший удельный вес приходится на розничную торговлю. Расчеты показали, что наиболее эффективными каналами реализации являются торговые сети («Магнит», «Калита», «Журавли» «Линия» и др.). Они занимают наибольший удельный вес.

Позиции на рынке могли бы значительно укрепиться за счет увеличения присутствия продукции во многих торговых точках. Расширение ассортимента в «магазинах у дома» позволяет повысить продажи на 10-12% и привлечь новых клиентов. В перспективе целесообразно увеличивать объемы реализации и через супермаркеты. К таким предприятиям относится, например, БУМ-Маркет. Предприятию целесообразно шире представлять здесь свою продукцию, поскольку спрос растет быстрыми темпами.

Таким образом, ООО «Брянский молочный комбинат» будет выходить на новые рынки сбыта. Сотрудничество с предприятиями, своевременная подготовка и заключение договоров на поставку готовой продукции позволит своевременно обеспечить сбыт.

Важным направлением совершенствования является стимулирование сбыта продукции предприятия. Проведенные исследования показали, что в ОАО «Брянский молочный комбинат» мало используется такой элемент стимулирования сбыта, как скидки при реализации больших партий товаров.

ОАО «Брянский молочный комбинат» рекомендуется применять прогрессивные скидки при больших объемах закупки. Расчеты показали, что покупатель при покупке от 230 кг может дополнительно сэкономить 1030 руб. Предоставление скидки позволит ОАО «БМК» получить дополнительную прибыль с 1 кг в размере 16,0-18,3 руб. Предлагаемые скидки дадут предприятию прибыль в размере 2400-4392 руб. при реализации от 150 до 240 кг молочных продуктов.

В результате проведенных мероприятий выручка увеличится на 850 тыс. руб., а прибыль возрастет на 6355 тыс. руб. Это позволит увеличить уровень рентабельности на 0,5 п.п., что и будет способствовать дальнейшему развитию и росту предприятия



ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ООО «СКВИРЕЛ-СТРОЙ»

Эффективность (лат. *efficientia*) – продуктивность использования ресурсов в достижении какой-либо цели.

Эффект – разность между результатами деятельности хозяйствующего субъекта и произведенными для их получения затратами на изменения условий деятельности

Эффективная коммерческая деятельность подразумевает собой насыщенность рынка, высокий уровень удовлетворения потребителей, развитие конкуренции в сфере обращения и потому должна быть сферой постоянного внимания органов управления

Коммерческая деятельность представляет собой часть предпринимательской деятельности на товарном рынке и отличается от нее по большому счету лишь тем, что не охватывает сам процесс изготовления товара или оказания услуги. В широком смысле любая организация, предлагающая на рынок продукты труда своих работников, а, значит, участвующая в процессе обмена, может быть отнесена к категории субъектов продажи. Важно учитывать, что, если данный субъект предполагает получение доходов от продажи (сбыта) товаров или оказания услуг, превышающих по размеру затраты на их создание, то его деятельность принято квалифицировать как коммерческую.

Независимо от выбранной стратегии развития и методов ее реализации, главной целью каждой коммерческой организации является получение прибыли. В конечном итоге, осуществление любых коммерческих операций должно привести к получению фирмой положительного финансового результата. Таким образом, коммерческая деятельность тесно связана с конечными результатами работы торговой организации – чем эффективнее коммерческая деятельность, тем лучше конечные результаты, и наоборот.

Группа СКВИРЕЛ была образована в Минске в 1994 г. Сегодня компания включает в себя полноценные отделения в тринадцати городах России и Беларуси.

Основной бизнес компании – импорт и розничная продажа керамической плитки, стеклянной мозаики и натурального камня.

В ООО «Сквирел-строй» входят склад и 2 магазина. На складе товары только хранятся, реализация проводится через магазины. В магазинах выставляются образцы реализуемых товаров. В магазинах ООО «Сквирел-строй» широкий ассортимент итальянской плитки и сантехники. Своевременное обновление ассортимента продукции с учетом конъюнктуры рынка является одним из важнейших индикаторов деловой активности любой торговой точки и ее конкурентоспособности.

ООО «Сквирел-строй» является растущей организацией и имеет положительную тенденцию к наращиванию реализации керамической плитки.

Выручка предприятия в 2012 г. увеличилась в 2,4 раза, по сравнению с 2010 г. За анализируемый период произошло увеличение себестоимости продукции (услуг) в 2,7 раза, что вызвано ростом переменных затрат. Наибольшую долю в структуре денежной выручки занимает фаянсовая керамика.

ООО «Сквирел-строй» использует товары известных компаний. Фабрики Monoceram, REX, CERIM. Они зарекомендовали себя как компании с высочайшими технологиями производства. Фабрики, которые превратили процесс создания плитки в искусство.

Продажа товаров осуществляется в соответствии с организацией элементов торгово-технологического процесса. Основными покупателями магазинов ООО «Сквирел-строй» является население г. Брянска и Брянской области.

Сбытовая деятельность ООО «Сквирел-строй» направлена на реализации максимального объема товаров.

Доход ООО «Сквирел-строй» от проведения политики предоставления скидок составит 21250 рублей. При спонтанном финансировании посредством предоставления покупателю отсрочки платежа за товар ООО «Сквирел-строй», по существу, предоставляет партнеру кредит. Естественно, кредит не может быть бесплатным для того, кому его предоставляют, и, конечно же, должен приносить выгоду тому, кто его предоставляет.

В данном направлении предложено открытие торговой точки. Новую торговую точку можно открыть в центре Бежицкого района по ул. Куйбышева. Здесь сдается в аренду здание около остановки (что является немаловажным фактором). Месячные платежи за аренду составят 18 тыс. руб. Для открытой торговой точки нужны продавцы, зарплата 2-х продавцов за месяц составит 16 тыс. руб. Для более широкого охвата покупателей необходимо провести рекламную кампанию новой торговой точки.

Данные прогнозного отчета свидетельствуют о результатах, которые получит ООО «Сквирел-строй» в результате практического применения предложенных рекомендаций. Выручка от продажи товаров за прогнозный год вырастет на 5953 тыс. руб. Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг в прогнозном году увеличится на 5524 тыс. руб. по сравнению с 2012 г. Чистая прибыль увеличится на 491 тыс. руб. в прогнозируемом году, и составит 1297 тыс. руб. Уровень рентабельности продаж увеличится на 0,7 п.п.

Экономический эффект от предложенных мероприятий составит 244525,6 руб. После проведенных расчетов можно отметить, что инвестиции, затраченные на рекламу и открытие новых торговых точек, окупятся через 10,7 месяца.



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КОМАРИЧСКОМ ПОСПО

Проблема организации коммерческой деятельности и ее совершенствование в поселковом потребительском обществе является весьма актуальной в современной рыночной экономике.

Комаричское поселковое потребительское общество (ПОСПО) – добровольное объединение граждан, созданное по территориальному признаку, производственному признаку на основе членства путем объединения его членами пайщиками имущественных паевых взносов для торговой, заготовительной и иной деятельности в целях удовлетворения материальных и иных потребностей его членов.

В ПОСПО входит 12 магазинов. Из них 5 магазинов самообслуживания и 7 магазинов с традиционным методом обслуживания. Площадь всех магазинов составляет 916 м², площадь торговых залов составляет 450 м², на подсобные помещения для хранения товарных запасов отводится остальные 420 м².

За период с 2010 по 2012 гг. товарооборот увеличился на 8%. Также наблюдается увеличение себестоимости проданных товаров на 7%. Среднесписочная численность работников за 3 анализируемых года не менялась и составляет 56 человек. Валовой доход в 2012 г. увеличился на 9%. Прибыль от продаж увеличилась на 23% по сравнению с 2010 г. Уровень рентабельности составил в 2012 г. 0,5%.

В Комаричском ПОСПО имеется следующий ассортимент товаров: хлебобулочные и кондитерские изделия, бакалейные товары, ликероводочные и мясные изделия, и многие другие товары. Самый большой объем денежной выручки в Комаричском ПОСПО приходится на кондитерские изделия, мясные и рыбные продукты, ликеро-водочные изделия, бакалейные товары, а также на молочные продукты.

Наиболее перспективной формой продажи товаров в ПОСПО является продажа товаров в магазинах самообслуживания. В ПОСПО 5 магазинов самообслуживания, торговые площади которых достаточно эффективно используются.

Доставка товаров осуществляется как централизованно, так и децентрализованно. Важную роль при формировании ассортимента играет цена продаваемых товаров. Поэтому необходимо следить за тем, чтобы ассортиментный перечень удовлетворял покупателей с разными финансовыми возможностями.

С поставщиками товаров ПОСПО работает по предварительной заявке, что является одной из форм стабилизации закупочной деятельности, способствующей усилению предсказуемости спроса и предложения товаров и тем самым – повышению эффективности коммерческой деятельности.

Необходимо отметить, что значительная часть продукции хлебобулочных, колбасных и кондитерских изделий в ПОСПО поступает из Курской области (г. Железногорск).

В современных условиях одним из методов привлечения покупателей в розничную торговую сеть ПОСПО является активизация рекламной деятельности.

Для этого в ПОСПО применяют следующие виды рекламы: печатная реклама, реклама в прессе и наружная реклама. В перспективе планируется расширение рекламной деятельности за счет следующих мероприятий:

1. изготовления и рассылка листовок адресатам. Основная целевая аудитория – жители близлежащих домов. Целесообразно разместить на листовке изображение товара, а также указать его цену. Предназначается для привлечения внимания и создания имиджа магазина.

2. применение рекламных плакатов. Предназначены для размещения в специальных местах с целью привлечения внимания к работе магазина.

3. использование рекламного щита с наружной подсветкой, штендера и внутримаркетинговых световых панелей.

Кроме того, одной из новых форм рекламных мероприятий для ПОСПО является проведение дегустаций в магазинах самообслуживания.

Дегустации в основном используют для продвижения продовольственных товаров, которые только появились на рынке, либо, по мнению изготовителей, обладают особыми характеристиками, позволяющими выделить их из ряда аналогичных товаров. Кроме того, в магазине могут быть организованы дегустации блюд, изготовленных из продуктов, не пользующихся спросом покупателей по причине незнания ими способов их изготовления.

При использовании вышеуказанных мероприятий по активизации рекламной деятельности денежная выручка вырастет минимум на 15%.

Так как магазины самообслуживания Комаричского ПОСПО являются наиболее востребованной формой продажи товаров для покупателей, то, прежде всего, необходимо совершенствовать процесс продажи товаров именно в них. Поэтому необходимо полностью автоматизировать процесс продажи товаров, что на данный момент является весьма актуальной темой для ПОСПО.

Таблица 1

Затраты на приобретение и установку оборудования для автоматизации процесса продажи в магазинах самообслуживания Комаричского ПОСПО

Наименование оборудования	Количество, шт.	Стоимость, руб.
Специализированный компьютер POS-система «ШТРИХ-miniPOS PRO»	6	90000
Сканер штрих-кода и фискального регистратора МК 5145 Eclipse RS232	5	40000
Считыватель магнитных карт CipherLab MSR213U-33	5	30000
Кассовый аппарат Меркурий-140К версия 02	5	60000
Фискальный регистратор Штрих-М-ПТК RS+USB	5	30000
Принтер штрих этикеток Argox A-50	5	33000
Установка оборудования	x	10000
Итого	x	293000

Таблица 2

Эффективность проекта по открытию мини-кафе «Сластена»

Показатель	До реализации	После реализации
Заемные средства, тыс. руб.	-	1000
Денежная выручка, тыс. руб.	65853	71370
Себестоимость продукции, тыс. руб.	52089	52961
Погашение процентов за кредит, тыс. руб.	-	20
Коммерческие расходы, тыс. руб.	672	386
Прибыль от продаж, тыс. руб.	316	797
Налоги, тыс. руб.	-	253
Капитальные вложение, тыс. руб.	-	150,0
Чистая прибыль, тыс. руб.	316	544
Окупаемость, мес.	-	5,9
Рентабельность продаж, %	0,5	3,8

Новшеством в плане организации коммерческой деятельности для ПОСПО в перспективе может стать открытие мини-кафе «Сластена» по соседству с магазином самообслуживания № 8 Комаричского ПОСПО. Данный магазин самообслуживания имеет достаточно хорошее месторасположение и хорошие отзывы покупателей о его работе, что привлечет покупателей и в мини-кафе. При открытии мини-кафе предполагается сотрудничество с основными поставщиками товаров, продаваемых в кафе – ОАО «Железногорский хлебокомбинат», ИП. Никитин (ООО «Нива Черноземья», г. Железногорск).

В целом, на перспективу от внедрения вышеперечисленных мероприятий планируется получить дополнительную прибыль в размере 684 тыс. руб. Уровень рентабельности продаж составит 5,2%.



Борисенко И.В., Поседько Н.А.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ В ООО «ХЛЕБОКОМБИНАТ» П. КЛИМОВО

Рыночный успех является главным критерием оценки деятельности отечественных предприятий, а их рыночные возможности определяются правильно разработанной и последовательно осуществляемой ассортиментной политики.

При правильном выборе ассортиментной политики производственное предприятие будет максимальным образом удовлетворять спрос его потребителей и в конечном итоге будет рентабельным.

Предпринимательская деятельность является эффективной, когда производимый предприятием товар или оказываемая им услуга находит спрос на рынке, а удовлетворение определенных потребностей покупателей благодаря приобретению данного товара или услуги приносит прибыль. Для того чтобы производимый товар или оказываемая услуга были всегда конкурентоспособными и имели спрос, необходимо осуществлять множество предпринимательских услуг.

Ассортиментная политика – это система управления ассортиментом товаров на всех этапах их движения, соответствующих экономическим и социальным задачам общества, в основе которых лежит совокупность определенных принципов и методов.

Цель ассортиментной политики предприятий, использующих концепцию маркетинга, заключается в том, чтобы в каждый момент

набор товаров, предлагаемый предприятием, оптимально соответствовал нуждам потребителей по качественным характеристикам и количественным объемам, и обеспечивал максимально эффективную деятельность предприятия.

Анализ показал, что денежная выручка в течение трех лет возрастает, и это увеличение составило почти 14,3%. Тенденцию к увеличению так же имеет себестоимость проданных товаров с 2011 г. по 2012 г. Размер увеличения составил 11,4%. Положительная ситуация с прибылью от продаж в 2012 г. она возросла в 4,7 раза по сравнению с 2010 г.

Наибольший удельный вес в структуре ассортимента занимает хлеб и в 2012 г. его доля составила 37,3%, булочные изделия составляют 26,6%, кондитерские изделия – 24,3%. Наименьшую долю в структуре в занимают сухарные изделия, их доля – 11,8%.

За анализируемый период времени расходы выросли. В 2012 г. они составили 51970 тыс. руб. это на 51,1 и на 11,8% больше, чем в 2010 г. и 2011 г. соответственно.

Средняя заработная плата на одного работника в 2012 году составила 108 тыс. руб. или в месяц 9,0 тыс. руб.

В ООО «Хлебокомбинат» формирование организационной структуры коммерческой службы осуществляется высшим руководством и включает в себя отдел сбыта и отдел снабжения.

Ассортимент производимой продукции на ООО «Хлебокомбинат»:

- хлебобулочный цех: хлеб, булочные изделия, сдобные булочные изделия, хлеб и булочные изделия, сухари сдобные пшеничные;
- кондитерский цех: пряники, кексы, пирожные, торты.

Широта номенклатуры ассортимента анализируемого предприятия равна 41 ассортиментной группе. Коэффициент широты высокий, т.е. ассортимент имеет достаточное количество ассортиментных групп.

Коэффициент полноты в рамках ассортиментных групп колеблется от 1 до 4, но такая полнота считается в среднем достаточной, и ассортимент удовлетворяет потребности покупателей.

Анализируя обновление ассортимента (коэффициент новизны равен 2,7%) можно сказать, что интенсивное изменение ассортимента реализуемой продукции достигается за счет хлебобулочных изделий. С каждым годом появляется все большее количество разновидностей изделий.

В настоящее время необходимо больше внимания уделять потребностям рынка, осуществлять более глубокую увязку сбыта с исследованиями рынка планированием ассортимента продукции.

Возможные рынки сбыта необходимо тщательно изучать, так как для предприятия важно продать продукцию и получить прибыль. Кроме этого, предприятие имеет возможности выполнять различные

специальные заказы, что способствует повышению их репутации среди других предприятий.

Предприятие стремится сформировать наиболее эффективную структуру ассортимента, как добавляя новые виды продукции, так и изымая старые.

В настоящее время хлебопекарная промышленность вырабатывает специальные сорта хлеба («здоровые сорта»), в рецептуру которых входят пшеничные, ржаные или овсяные отруби, немолотое, овсяная и ячменная мука, овощные и фруктовые добавки и другие компоненты.

Сколько бы рецептов хлеба с добавками ни существовало, никогда не перестанут появляться новые. Среди недавно появившихся сортов – так называемый разноцветный хлеб, с добавками, восполняющими дефицит редких микроэлементов: селена, йода и кремния. Для повышения эффективности деятельности ООО «Хлебокомбинат», нужно следить за обновлением ассортимента. Завоевание рынка следует проводить путем расширения ассортимента хлебобулочных изделий за счет разработки новых видов булочек и специфических хлебов, а также за счет усиленного продвижения с помощью рекламной компании уже разработанных видов продукции

Для повышения эффективности деятельности хлебокомбината предложено расширить ассортимент продукции. В качестве нового вида продукции рассмотрен один новый вид хлеба – с кунжутом. Прогнозная выручка составит 109500 руб.

Эффективность предлагаемых мероприятий

Показатели	Факт	План	Отклонение (+, -)
Выручка, тыс. руб.	54117	55504	1387
в том числе:			
- от продаж хлеба	-	109,5	109,5
- от использования тонара	-	1277,5	1277,5
Себестоимость, тыс. руб.	50055	51078,9	1023,9
в том числе:			
- от продаж хлеба	-	62,3	62,3
- от использования тонара	-	961,6	961,6
Прибыль от продаж, тыс. руб.	2147	4425	2278
Уровень рентабельности, %	4,3	7,9	3,6 п. п.

Расчеты показали, что передвижной тонар горячей выпечки и внедрение нового вида хлеба будут выгодными проектами. Уровень рентабельности в целом повысится на 3,6 п. п.

Кроме того, для улучшения работы предприятия, целесообразно использовать передвижной товар для производства и продажи горячей выпечки. Производство горячей выпечки создается с целью получения стабильной прибыли, быстрого и качественного обслуживания покупателей, и предложением наиболее качественных изделий, которые ничем не отличаются от выпечки домашнего приготовления. Суть данного проекта заключается в том, чтобы обеспечить население хорошими, качественными, всегда свежими изделиями из теста. Основными покупателями продукции будут студенты, работники различных организаций, прохожие. Приятный дизайн ларька-тонара, приветливый продавец и вкуснейшая продукция создадут соответствующую атмосферу. Прогнозный объем выручки – 55504 тыс. руб.



КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Поцелуева А.С., Карликова Л.И.

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМ СОСТОЯНИЕМ ОАО «УЧХОЗ «КОКИНО» ВЫГОНИЧСКОГО РАЙОНА

В современных экономических условиях деятельность каждого хозяйственного субъекта является предметом внимания обширного круга участников рыночных отношений, заинтересованных в результатах его функционирования. Для того чтобы выжить в условиях рыночной экономики и не допустить банкротства предприятия, нужно хорошо знать, как управлять финансами, какой должна быть структура капитала по составу и источникам образования, какую долю должны занимать собственные средства, а какую – заемные.

Без качественного и тщательно проведенного анализа финансового состояния хозяйствующего субъекта невозможно принятие грамотных и экономически обоснованных управленческих решений. В конечном результате, анализ финансового состояния предприятия должен дать руководству картину его действительного положения, а лицам, непосредственно не работающим на данном предприятии, но заинтересованным в его финансовом состоянии – сведения, необходимые для беспристрастного суждения, например, о рациональности использования вложенных в предприятие дополнительных инвестиций и т.п. Об интересе к финансовому анализу говорит и тот факт, что за последние годы появилось много публикаций, посвященных финансовому анализу, активно осваивается зарубежный опыт финансового анализа и управления предприятиями.

В анализируемом предприятии ОАО «Учхоз «Кокино» размеры производства за 2009-2011 гг. по результативным показателям увеличились. Так выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг выросла на 47,8%, что связано с увеличением количества реализованной продукции и ростом цен на нее. Произошло увеличение стоимости валовой продукции на 42,9%. Кроме того, среднегодовая стоимость основных средств за анализируемый период увеличилась, на 18,6%. Также произошло увеличение площади сельскохозяйственных угодий на 2,4%. Согласно численности работников предприятие имело средние размеры.

ОАО «Учхоз «Кокино» в 2009-2011 гг. относился к группе специализированных предприятий. Наибольший удельный вес в структуре денежной выручки в 2009 г. занимали молоко и КРС на

мясо, поэтому специализация хозяйства в данный период времени молочно-мясное скотоводство. В 2010 и 2011 гг. более 50% денежной выручки приходилось на молоко, следовательно, предприятие имело молочную специализацию.

Источники формирования капитала исследуемой организации представлены собственным капиталом и резервами, долгосрочными и краткосрочными обязательствами. За анализируемый период времени источники имущества предприятия увеличились на 30,8%. При этом величина собственного капитала выросла на 18,1%, что имеет положительное значение в деятельности предприятия. Долгосрочные обязательства увеличились в 14,8 раза, а краткосрочные обязательства снизились на 18,9%, что так же является положительной динамикой в деятельности предприятия.

Имущество анализируемого предприятия включает в себя внеоборотные активы и оборотные активы. За анализируемый период времени величина внеоборотных активов выросла на 45,5%, а оборотных активов – на 16,6%. В 2011 г. размер внеоборотных активов значительно превышал уровень оборотных активов, что свидетельствовало о формировании менее рациональной структуры активов с точки зрения их мобильности.

В ОАО «Учхоз «Кокино» в 2011 г. по отношению к 2009 г. повысилась интенсивность использования капитала. Так скорость оборачиваемости капитала увеличилась на 0,13 п. что означает увеличение деловой активности предприятия. Отмечается повышение рентабельности продаж на 10,05 п.п. Собственный капитал и капитал организации в целом в 2011 г. по отношению к 2009 г. использовались более эффективно.

ОАО «Учхоз «Кокино» в анализируемом периоде времени относился к финансово устойчивым предприятиям. Так коэффициент независимости за 2009-2011 гг. составлял 0,76-0,85, что соответствовало нормальному ограничению. В тоже время в 2011 г. по отношению к 2009 г. значение коэффициента независимости снизилось на 0,08 п., что характеризует повышение финансовой зависимости организации от заемных источников. Рост финансовой зависимости организации подтверждается и увеличением значения коэффициента финансового левериджа на 0,12 п.

Для анализа платежеспособности организации использовали показатели ликвидности. ОАО «Учхоз «Кокино» в 2009 г. испытывало недостаток в наиболее ликвидных активах, в результате чего значение коэффициента абсолютной ликвидности не соответствовало нормати-

ву. В 2010-2011 гг. на предприятии величина коэффициента абсолютной ликвидности соответствовало нормальному ограничению.

Проведенная рейтинговая оценка предприятия свидетельствует об удовлетворительном финансовом состоянии организации на начало и конец 2011 года, так как рейтинг организации был выше нормативного значения. Негативным фактором является снижение рейтингового числа на 0,5 п.

Согласно оценке риска банкротства по зарубежным моделям ОАО «Учхоз «Кокино» попадает в зону банкротства, а по отечественной модели организация является платежеспособной.

Для определения «узких мест» в области управления финансовым состоянием организации выявили совместно со специалистами предприятия перечень возможных рисков и осуществили их количественную оценку. Организация финансовой деятельности в ОАО «Учхоз «Кокино» связана со средней степенью риска. Наиболее значимыми рисками являются: «наличие просроченной дебиторской задолженности» (10,05 баллов), «наличие просроченной кредиторской задолженности» (9,34 балла) и «затоваривание готовой продукцией» (7,00 баллов).

Для снижения уровня дебиторской задолженности в организации предлагаем применить факторинг. Наиболее приемлемым вариантом внедрения факторинга в ОАО «Учхоз «Кокино» будет сотрудничество с компанией ООО Банк «ВТБ Факторинг». ООО Банк «ВТБ Факторинг» (представительство в Брянске) более 5 лет работает на Брянском рынке факторинга. За эти годы работы в этой сфере ООО Банк «ВТБ Факторинг» была создана эффективная система обслуживания, способная удовлетворить как общие, так и специфические потребности ее клиентов. На сегодняшний день пермское представительство ООО Банк «ВТБ Факторинг» предлагает полный спектр факторинговых услуг для развития бизнеса. Преимущества ООО Банк «ВТБ Факторинг»:

- обладают гарантированными финансовыми ресурсами благодаря принадлежности к группе ВТБ;

- система оценки рисков обеспечивает глубокий и тщательный анализ дебиторской задолженности. Это позволяет предоставить услуги компаниям и частным предпринимателям, не имеющим кредитной истории;

- круглосуточный call-центр, программа интернет-сервиса, бесплатные консультации – все это значительно упрощает взаимодействие и экономит время;

- индивидуальный подход к каждому клиенту, прозрачность партнерских отношений, надежность и высокое качество предоставляемых услуг как залог прочного долгосрочного сотрудничества.

Согласно проведенным расчетам экономический эффект при условии использования факторинга составит 965 тыс. руб.

В современных условиях на предприятии существует проблема затоваривание готовой продукцией. В целях уменьшения запасов готовой продукции рекомендуем предприятию использовать систему скидок при условии осуществления предоплаты. Рассмотрена эффективность трех комбинаций размера скидок и предоплаты, при выборе любого из которых организация снижает запасы готовой продукции. При этом максимальный экономический эффект обеспечивает схема предложенная покупателю о предоплате в 50% и соответствующей скидке в 5%. При использовании данного варианта приток дополнительных денежных средств может составить 3632 тыс. руб.

Кроме того, для продвижения продукции на рынок и уменьшения затоваривания продукции рекомендуем организации совершенствовать рекламную деятельность, используя ресурсы интернет, телевидение, печатные издания.

В ходе исследования определен суммарный экономический эффект при реализации рекомендуемых мероприятий в практическую деятельность ОАО «Учхоз «Жокино». Согласно проведенным расчетам возможно увеличение наиболее ликвидных активов в размере 4597 тыс. руб.

На основе прогнозного баланса рассчитаны показатели финансовой устойчивости и платежеспособности и выявлено их изменение по отношению к фактическим показателям за 2011 г. Так, в результате внедрения предлагаемых мероприятий коэффициент независимости увеличивается на 0,06 п., что характеризует снижение финансовой зависимости организации от заемных источников. Положительным аспектом является увеличение коэффициента финансовой устойчивости на 0,03 п. и снижение коэффициента финансового риска на 0,09 п.

Кроме того, организация улучшит свое положение в области платежеспособности, что подтверждается изменением показателей ликвидности. В частности коэффициент абсолютной ликвидности увеличивается на 1,33 п., коэффициент промежуточного покрытия и коэффициент общего покрытия на 1,20 п. и 3,03 п. соответственно.

Таким образом, предлагаемые мероприятия позволят улучшить финансовое состояние организации, повысить его конкурентоспособность и потенциал в деловом сотрудничестве с партнерами по финансовым и другим экономическим отношениям.



УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ В КРАСНОГОРСКОМ РАЙПО

В условиях рыночной экономики осуществление маркетинговой деятельности на конкретном предприятии является актуальным, так как она подразумевает систему различных мероприятий, которые позволяют выбрать оптимальный вариант финансово-хозяйственного развития предприятия в целом.

В Красногорском Райпо за период с 2009 по 2011 гг. размеры производственно-хозяйственной деятельности по отдельным показателям увеличились. Так выручка выросла на 23,6%, а среднегодовая стоимость основных средств на 13,7%. В тоже время среднесписочная численность работников уменьшилась на 0,9%.

Основным видом деятельности Красногорского Райпо является торговая деятельность, так как доля денежной выручки по данному виду деятельности за исследуемый период превышала 80%. От продажи продукции общественного питания предприятие имело 5,8-6,2% денежной выручки. На долю денежной выручки полученной от реализации продукции производственной сферы приходилось от 9,5 до 10,5%.

Одной из основных функций маркетинга, реализующихся на предприятии, является аналитическая. Она включает изучение рынка, потребителей и участников рыночных отношений. Доля рынка Красногорского Райпо по торговой деятельности в Красногорском районе за 2011 г. составила 51,1%. Основными потребителями продукции, товаров и услуг организации являются: жители п. Красная Гора и Красногорского района, детские учреждения, организации и школы. Основными конкурентами в торговой деятельности Красногорского Райпо являются магазины: «Перекресток», «Пчелка», «Товары для дома», рынок и небольшие магазины. В области производства и реализации хлеба и хлебобулочных изделий основным конкурентом выступает ОАО «Клинцовский хлебокомбинат». В сфере общественного питания в качестве конкурента для организации является кафе «Каприз». Интенсивность конкуренции в торговой деятельности необходимо признать высокой, так как, у Красногорского Райпо пять основных конкурентов и около 20 небольших магазинов.

Другой немаловажной функцией маркетинга является производственная. Красногорское Райпо реализует продовольственные и непродовольственные товары, а так же товары собственного производства. Качество продукции подтверждается сертификатами и удостоверениями качества. Организация в основном осуществляет продажу продоволь-

ственных товаров. Преобладание продовольственных товаров над непродовольственными товарами свидетельствует о том, что в магазинах Красногорского Райпо реализуются в основном продукты питания.

Красногорское Райпо имеет промышленное предприятие Хлебозавод, которое специализируется на выпуске такой продукции, как: хлеб и хлебобулочные изделия, кондитерские изделия, безалкогольные напитки. Для выпуска собственной продукции Красногорское Райпо сотрудничает со многими предприятиями. Основными поставщиками муки пшеничной хлебопекарной являются КФХ «Мищера» и ЗАО «Мелькрукк», а также множество небольших предприятий и частных предпринимателей. Оптовая база «Бакалея» предоставляет такие продукты как: сахар, соль, дрожжи, различные пищевые добавки, необходимые для производства хлебобулочной продукции. Для правильной организации технологического процесса и контроля на предприятии имеется технологический план производства. Работа на заводе организована по принципу непрерывного производственного потока кроме кондитерского участка, так как там прерывное производство. Готовая продукция подлежит быстрой реализации.

Осуществление сбытовой функции производится через организацию системы товародвижения, проведение целенаправленной товарной политики и ценовой политики. Красногорское Райпо использует прямой метод сбыта. Данный метод дает возможность предприятию сохранить полный контроль над ведением торговых операций, экономить средства на оплату услуг посредников, вести непосредственный контакт с потребителем. Из ценовых стратегий руководство предприятия придерживается метода, ориентированного на затраты, спрос и конкурентов.

С целью подведения итогов деятельности на предприятии осуществляется функция управления и контроля, которая включает подфункцию планирования, информационное обеспечение маркетинга и коммуникационное обеспечение управления маркетингом. Осуществление маркетинговой деятельности базируется на использовании разнообразной информации, необходимой для принятия соответствующих управленческих решений. Сбор информации, ее обработкой и анализом в Красногорском Райпо занимается специалист по маркетингу. Для продвижения продукции Красногорского Райпо использует такие средств коммуникаций, как: рекламу и участие в ярмарках. Реклама проводится непосредственно в магазинах Райпо с помощью витрин, плакатов, стендов, упаковок, этикеток и т.д. Организация участвует ежегодно в ярмарках проводимых в п. Красная Гора, п. Климово, а так же в Свенской ярмарке.

Красногорское Райпо в своей деятельности применяет ряд стратегий. Стратегия завоевание доли рынка или его сегмента осуществляется посредством выпуска и внедрения на рынок новой продукции, формирования новых потребностей у потребителей, проникновения в новые сферы ее применения. В настоящее время освоено около 20 новых видов хлеба и хлебобулочных изделий, столько же кондитерских изделий. Налажено производство из ржаной и обдирной муки, муки 1-го и высшего сортов. В широком ассортименте выпекаются мучнисто-кондитерские изделия и сухари. Производство продукции составляет около 12 тонн в сутки. Стратегия снижения издержек производства направлена на повышение конкурентоспособности товара: ценовое соперничество, предполагающее внесение таких новшеств, которые обеспечат реализацию продукции по пониженным ценам. Предприятие внедряет в работу современные технологии. В организации появились печи «Муссон-ротор» и расстоечный шкаф для подготовки к выпечке продукции. Красногорское Райпо применяет в своей деятельности стратегию «проникновение на рынок» используя затратный метод формирования цены, базирующейся на расчете расходов продавца по созданию и реализации товара. В частности метод прямых расходов, который предусматривает к переменным расходам по данному виду товаров прибавить желаемый маржинальный доход и полученную величину разделить на количество данного вида товара.

Расчет количественной степени влияния макросреды на деятельность Красногорского Райпо показал, что внешняя среда косвенного воздействия оказывает стабильное влияние на деятельность предприятия. Наиболее отрицательное воздействие на деятельность предприятия оказывает такой фактор внешней среды косвенного воздействия как повышение требований населения к качеству жизни. Внешняя среда прямого воздействия оказывает так же стабильное воздействие на деятельность Красногорского Райпо.

Согласно матрице SNW-анализа внутренней среды для организации характерна сильная позиция. Это проявляется в том, что она имеет качественный товар, широкий ассортимент продовольственных товаров, конкурентоспособность продукции, позитивную репутацию на рынке, квалифицированный персонал, является, финансово устойчивой и прибыльной организацией. Значительным недостатком в деятельности Райпо является низкий уровень предприятия в области маркетинга, а именно недостаточный ассортимент непродовольственных товаров и отсутствие обособленного структурного подразделения по маркетингу. В целом внутренняя среда Красногорского Райпо благоприятная и существует потенциал к развитию и совершенствованию.

По количественной оценке ячеек матрицы SWOT-анализа сильные стороны и возможности Красногорского Райпо значительно превышают ее слабые стороны и угрозы, что свидетельствует о перспективах успешного развития организации.

Для формирования маркетинговой стратегии Красногорского Райпо использовали матрицу роста рынка, предложенную специалистами Бостонской консультативной группы. Торговая деятельность, общественное питание и производство в Красногорском Райпо вошли в ячейку «Дойные коровы», которая характеризуется высокой долей рынка в пределах зрелого, медленно растущего рынка, высокой прибылью и положительными денежными потоками.

С целью выявления маркетинговых возможностей роста предприятия применили матрицу Ансоффа. Для организации характерна стратегия развитие товара. Она направлена на расширение ассортимента и на улучшение деятельности предприятия и эффективна при растущем или насыщенном рынке.

Для повышения эффективности управления маркетингом в Красногорского Райпо предлагаем расширение ассортимента непродовольственных товаров и совершенствование рекламной деятельности. Рекомендуем ввести в существующий ассортимент товары, применяемые для создания декоративных и защитных покрытий: лаки, краски, обои и линолеум. Прогнозируемая денежная выручка от реализации товаров составит 1202 тыс. руб., а валовой доход – 343 тыс. руб.

Совершенствовать рекламную деятельность, рекомендуем, используя прессу и рекламную полиграфию. Дополнительная денежная выручка от рекламы в прессе может составить 1461 тыс. руб., а дополнительный валовой доход – 332 тыс. руб. При использовании рекламных листовок организация дополнительно сможет иметь денежную выручку в сумме 396 тыс. руб. Дополнительный валовой доход составит 90 тыс. руб.

В ходе исследования выявлено совокупное влияние маркетинговых мероприятий на эффективность хозяйственной деятельности организации. Согласно проведенным расчетам возможно увеличение выручки на 3059 тыс. руб., валовой прибыли на 765 тыс. руб., а прибыли от продаж на 562 тыс. руб.

Проведение рекомендуемых мероприятий улучшит финансовое состояние Красногорского Райпо, что в итоге укрепит конкурентные позиции организации.



УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКОЙ В ДЯТЬКОВСКОМ РАЙПО

В центре внимания любого предприятия постоянно находятся вопросы, связанные с созданием товара и его реализацией, т.е. разработка товарной политики. Товарная политика предполагает определенную схему действий или наличие от предприятия заранее обдуманных принципов деятельности, благодаря которым обеспечивались бы преемственность и целенаправленность мер по формированию и управлению ассортиментом товаров. Отсутствие такой политики ведет к неустойчивости ассортимента, рыночным провалам тех или иных товаров, подверженности ассортимента чрезмерному воздействию случайных или приходящих факторов.

Товарная политика – деятельность, направленная на то без чего не возможны в принципе ни какие рыночные отношения. Она направлена на основу всех рыночных отношений. Она направлена на товар. Ведь на сегодняшний день конкурентоспособность товара является важнейшей составляющей эффективности предпринимательской деятельности.

Анализируемая организация Дятьковское райпо - многофункциональная отрасль, которая занимается обслуживанием городского и сельского населения, заготовкой сельской продукции и сырья у населения, оказанием платных услуг населению: предоставление торговых мест на центральном рынке и оказание бытовых услуг, а также оказанием услуг общественного питания.

Торговля осуществляется через 13 торговых точек, расположенных в сельской и городской местности: из которых девять - на селе и четыре – в городе. Общественное питание происходит через 10 столовых при общеобразовательных школах, которые стоят на балансе администрации Дятьковского района.

За период времени с 2009 по 2011 гг. размер предприятия по совокупному объему деятельности увеличился на 30,1%, в том числе от розничной торговли на 35,7%. В организации выросла торговая площадь магазинов на 11,0% и среднегодовая стоимость основных средств 7,5%.

Основным видом деятельности Дятьковского Райпо является торговая, так как за исследуемый период времени доля объема данного вида деятельности составляла от 72,8 до 76,0% в общем объеме организации. На общественное питание приходилось от 10,2 до 13,5% от совокупного объема организации и 13,5-13,7% составляла доля объема от прочих видов деятельности.

По численности работников Дятьковское Райпо является малым предприятием.

В организации ассортимент представлен продовольственными и непродовольственными товарами. Объем товарооборота по продовольственным товарам увеличился на 34,3%. При реализации товаров большую часть дохода принесли такие группы товаров, как: хлебобулочные изделия, кондитерские изделия и гастрономические товары, товарооборот по которым увеличился на 28,6; 18,8 и 27,1% соответственно. Объем товарооборота по непродовольственным товарам в 2011 г. по отношению к 2009 г. вырос на 49,0%. Наибольший объем товарооборота наблюдался по трикотажным изделиям. За исследуемый период времени оборот товаров по этой группе увеличился в 3,4 раза.

Анализ глубины, ширины и полноты товаров показал, что коэффициент глубины в Дятьковском Райпо в 2011 г. составил 0,797, что означает недостаток ассортимента по глубине в размере 20,3%. Коэффициент ширины товаров в Райпо составил 1,0, следовательно, в организации фактическое количество групп товаров соответствует базовому. Коэффициент полноты 1,7 означает, что в организации в достаточном объеме представлены разновидности товаров.

Уровень конкурентоспособности Дятьковского Райпо был оценен с помощью матрицы фирмы Arthur D. Little (ADL/LC). В результате анализа выявлено, что для Дятьковского райпо характерна стадия жизненного цикла товаров «зрелость».

В современных условиях Дятьковское Райпо оказывает предпродажные, послепродажные и дополнительные сервисные услуги. Предпродажный сервис включает: консультации, демонстрации работы, показы моделей, примерка трикотажных и швейных изделий. Послепродажный предполагает: подарочные упаковки товаров, памятные гравировки, доставка и монтаж товаров. Дополнительный вид сервиса включает: оплату по безналичному расчету, продажу товаров в расрочку, услуги общественного питания, развлекательные программы.

Для выявления «узких мест» в товарной политике организации провели анализ риска экспертным методом. Согласно проведенному анализу осуществление товарной политики в организации связано со средней степенью риска. Наибольшая рискованность проявляется по группе организационные риски – 22,1 баллов из 38,4 баллов. Наиболее значимый риск в данной группе – недостаточный уровень развития сервисного обслуживания.

Расчет количественной степени влияния макросреды на деятельность Дятьковского Райпо показал, что внешняя среда косвенного воздействия оказывает стабильное влияние на деятельность предприя-

тия. В соответствии с проведенными расчетами внешняя среда прямого воздействия также оказывает стабильное влияние на деятельность Дятьковского Райпо. Диагностика внутренней среды Дятьковского Райпо показала, что предприятие имеет ресурсы для гибкого реагирования на изменения внутренней среды.

Совокупная оценка возможностей организации превосходит угрозы; сравнение сильных и слабых сторон показывает, что преобладают сильные стороны организации, следовательно, Дятьковского Райпо имеет возможность совершенствовать товарную политику в целях повышения эффективности деятельности.

Определение наиболее эффективного товарного ассортимента чрезвычайно важно для Райпо. Слишком широкий ряд реализуемой продукции приводит к конкуренции между собственными товарами, слишком узкий – к потере части рынка. Для определения оптимального товарного ассортимента был составлен «баланс выживания», который показал, что для анализируемого предприятия оптимальными товарными группами являются такие, как: гастрономические товары, бакалейные товары, кондитерские изделия, хлебобулочные изделия бытовые химические средства и прочие непродовольственные товары. По данным товарным группам сводный показатель имеет наибольшее значение.

В ходе анализа товарной политики Дятьковского Райпо выявлено, что одним из «узких мест» в данном направлении деятельности является недостаточный уровень развития сервисного и дополнительного обслуживания. Для нейтрализации данной проблем предлагаем открыть детскую игровую комнату в магазине «Универмаг».

Если еще пару лет назад можно было говорить о том, что культура развлекательных зон только начиналась, то сейчас можно с уверенностью сказать, что культура детских игровых комнат уже сформирована. Это не только модное веяние времени, но и жизненная необходимость в борьбе за конкурентоспособность заведения и повышения притока посетителей, а значит и прибыли. Чтобы не отвлекать родителей от шопинга и не мучить детей в примерочных и очередях, во многих торговых центрах открыты специальные детские комнаты. За умеренную плату туда можно на время отдать своего ребенка. Под присмотром воспитателей он будет общаться со сверстниками, плавать в бассейне из цветных шариков и играть в игрушки. Конечно, игровая комната – лучший способ не только занять ребенка на время вашего шопинга, но и доставить ему удовольствие, однако, к сожалению, этой услугой располагают немно-

гие заведения. В таких комнатах обязательно есть разнообразные горки, лабиринты, бассейны с шариками, батуты, игровые аттракционы, столы для настольных игр и другие детские развлечения. Словом, ребенок там может ползать, попрыгать и выплеснуть свою неисчерпаемую детскую энергию. Такой вариант является идеальным и для ребенка, и для родителей.

Необходимо регулировать общее количество детей находящихся одновременно в комнате и общее время пребывания одного ребенка, так как специалисты не рекомендуют находиться ребенку в игровой комнате более 2-х часов. Он переутомляется и начинает капризничать. Воспитатель должен следить за поведением детей в общей массе и если кто-то не нашел себе занятия, то заинтересовать как-то ребенка, чтобы он там не баловался.

Существуют свои правила поведения в игровой комнате и, конечно же, правила расположения. Есть несколько вариантов, когда ребенок не может остаться один в развлекательной зоне с воспитателями:

1) если его рост выше 140 см, его уже не пускают в игровую комнату;

2) если ему меньше 3-х лет, и его еще не пускают в игровую комнату;

3) он сам не хочет в игровую комнату, а хочет поиграть вместе с родителями во что-то другое;

4) родители не оставляют его одного по каким-то причинам.

Вход в детскую комнату платный. Прогнозируем время пребывания ребенка в комнате около двух часов. При этом оплату предусматриваем за время пребывания ребенка в комнате в размере 50 рублей. Считаем, что ежедневно посещение в комнате составит около 30 детей. Следовательно, возможно получение выручки в день в сумме 1500 руб., а в год – 540 тыс. руб.

Общая площадь, конечно же, зависит от самого объема магазина и человеко-потока в день. В магазине «Универмаг» предусматриваем размер детской комнаты – 36 кв. м.

В соответствии с проведенными расчетами районному потребителю обществу потребуются затраты в сумме 82 тыс. руб. При его реализации возможен рост розничного товарооборота на сумму 540 тыс. руб. и увеличение прибыли от продаж в размере 458 тыс. руб. Рентабельность продаж может повыситься на 0,78 п. п.



**УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ И
КАЧЕСТВОМ ХЛЕБОБУЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ
В ОАО «ДЯТЬКОВО-ХЛЕБ»**

В условиях рыночных отношений в любых организациях и на предприятиях актуальность управления качеством определяется его направленностью на обеспечение такого уровня качества продукции, который может полностью удовлетворять все запросы потребителей. Высокое качество продукции является самой весомой составляющей, определяющей их конкурентоспособность. Без обеспечения стабильного качества, соответствующего требованиям потребителей, невозможно рационально интегрировать национальную экономику в мировое хозяйство и занять в ней достойное место. Процессы интеграции в современных условиях развития мирового сообщества объективно необратимы, поэтому современная концепция управления качеством продукции при достижении всех целей и задач функционирования предприятий и организаций предполагает ее обязательный приоритет среди других направлений управления.

Основным видом деятельности ОАО «Дятьково-хлеб» является хлебопечение. Хлебозавод производит хлебобулочные, кондитерские и сухарные изделия. В 2010-2011 гг. в организации развивался выпуск слоеной продукции. Реализует свою продукцию предприятие в 14 магазинов г. Дятьково и Дятьковского района.

В современных условиях система управления качеством на ОАО «Дятьково-хлеб» включает две функциональные подсистемы: организацию планирования (прогнозирование) и исполнение; контроль и координацию, каждая из которых состоит из ряда элементов. Непосредственными объектами управления качеством на предприятии являются процессы, от которых зависит качество продукции. Они организуются и протекают как на допроизводственной стадии, так и на производственной и послепроизводственной стадиях жизненного цикла продукции.

Всю организацию технологического процесса производства и внедрения новой технологии, направленную на систематическое улучшение качества продукции на предприятии возглавляет лаборатория. В обязанности специалистов входит проведение оценки качества хлебобулочных изделий. При этом используется расчетный метод и при необходимости проводятся пробные производственные выпечки. Результаты контроля основного и дополнительного сырья, готовой

продукции, а также контроля технологического процесса фиксируются в лабораторных журналах.

Производимая продукция в ОАО «Дятьково-хлеб» сертифицирована. Имеется комплект нормативной документации, который включает в себя ГОСТы, рецептуру (РЦ) и технологическую инструкцию (ТИ), утвержденные в установленном порядке. ОАО «Дятьково-хлеб» использует традиционные технологии производства хлеба — на заквасках, опарах, которые позволяют получить изделия с более эластичным мякишем, более выраженным вкусом и ароматом.

В ходе исследования определено значение уровня качества хлеба «Мальцовского» и батона «Умница» по физико-химическим показателям. Нормативное значение рассмотренных показателей превышало фактическое, что обуславливает допустимый уровень качества изделия.

Оценку конкурентоспособности хлебобулочной продукции анализируемого предприятия осуществили на основе ее потребительских свойств. В соответствии с проведенной оценкой лидером является батон «Бутербродный» нарезанный в упаковке, второе место в ранжированном ряду занимает хлеб «Мальцовский» в упаковке. Менее конкурентоспособным оказался Батон «Отрубной» нарезанный в упаковке.

С целью определения наиболее предпочитаемой покупателями ассортиментной структуры хлебобулочных изделий, а также факторов, влияющих на покупку потребителей, проведен анкетный опрос, в котором приняли участие 200 человек, проживающих на территории г. Дятьково.

По результатам опроса, 73,2% потребителей покупают хлебобулочные изделия регулярно, а 19,6% - периодически. Вообще не потребляют эту продукцию 7,2% респондентов.

Что касается частоты покупок хлебобулочных изделий, то большинство респондентов приобретают их каждый день при средней разовой закупке от одной до двух единиц изделий, или в среднем 600-1000 г.

Предпочтения респондентов относительно выбора хлебобулочных изделий различны: в основном приобретаются хлебные и булочные изделия. Наибольшей популярностью у жителей города пользуются ржаной и ржано-пшеничные виды хлеба.

На выбор места покупки, с одной стороны, влияет достаточно высокая частота покупки в одном и том же месте, а с другой – желание потреблять свежую продукцию.

Исследования показали, что удовлетворены качеством хлебобулочной продукции ОАО «Дятьково-хлеб» 89,5% потребителей.

Для определения «узких мест» в области качества хлебобулоч-

ной продукции ОАО «Дятьково-хлеб» выявили совместно со специалистами предприятия перечень возможных рисков и их итоговую оценку. Наибольшая рискованность проявляется по группе организационные риски. Из данной группы наиболее отрицательное воздействие на качество хлебобулочной продукции может оказать недостаточный входной контроль сырья. Наименьшая рискованность наблюдается по группе технические риски. В этой группе наибольшее отрицательное влияние на качество рассматриваемой продукции может оказать использование в процессе производства морально устаревшего оборудования.

Для повышения качества и конкурентоспособности производимой продукции ОАО «Дятьково-хлеб» предлагаем модернизацию хлебопекарного оборудования. Рекомендуем установить новую экономичную и производительную газовую хлебопекарную печь тоннельного типа марки А2-ХПК с наличием двух тоннелей в одной печи, что позволяет на одной и той же площади выпекать больше продукции одного вида или одновременно выпекать два разных вида изделий, требующих различные температурные режимы. Главным отличием тоннельных печей является высокая производительность при минимальных затратах рабочей силы и энергоресурсов. Оператор вручную устанавливает заполненные тестом поддоны или формы на конвейерную ленту, задает скорость транспортеру и температуру выпечки. Двигаясь внутри печи, осуществляется постепенное выпекание изделий, на выходе получается готовая продукция, которую можно направлять на упаковку или продажу. При внедрении данного оборудования возможно снижение себестоимости продукции на 2%. Кроме того, увеличение выручки может составить в размере 3% в результате ликвидации брака выпускаемой продукции, а валовая прибыль возрастет на 26,7%.

В целях повышения качества сохранности хлебобулочных изделий ОАО «Дятьково-хлеб» рекомендуем заменить существующую упаковку на усовершенствованный упаковочный материал. В качестве упаковки предлагаем использовать бумажные пакеты, которые являются важным компонентом в сфере торговли хлебобулочными изделиями. Применение данного вида упаковочного материала не требует охлаждения хлеба, бумага обладает высокой паропроницаемостью, и горячий хлеб в ней сохраняет хорошее качество. Согласно прогнозным данным вследствие применения новой упаковки денежная выручка от реализации хлебобулочных изделий может увеличиться 11% и составит 74756 тыс. руб. Соответственно предприятие может дополнительно иметь выручку в сумме 7408 тыс. руб., а дополнительная прибыль составит 4244 тыс. руб.

В настоящее время особенно актуальным является проблема организации входного контроля качества продукции. Это связано с тем, что качество выпускаемой продукции во многом зависит от использования качественного сырья и материалов. Однако на современных промышленных предприятиях данному виду контроля уделяют недостаточно внимания, что приводит к проблемам в процессе изготовления и выпуска продукции.

В целях повышения эффективности оценки качества входного контроля муки предлагаем ОАО «Дятьково-хлеб» приобрести дополнительно оборудование. В частности, реоферментметр, который позволяет установить связь между ферментационной способностью муки и свойствами белкового каркаса, который обеспечивает сохранение тестом заданной формы в ходе хлебопекарного процесса. Данный прибор измеряет степень поднятия образца теста, помещенного в специальную емкость. Результаты проведения испытания отображаются в виде двух временных зависимостей: кривая расширения теста и кривая газовыделения. Брожение образца теста происходит в условиях, определяемых выбранным режимом проведения анализа. Полученные параметры дают представление о качестве теста.

В целях избегания поставки некачественного сырья ОАО «Дятьково-хлеб» необходимо вести работу с поставщиками на партнерских взаимовыгодных отношениях. Рекомендуем анализируемому предприятию осуществлять работу с поставщиками, которая будет включать в себя: определение требований к качеству поставляемого сырья; оформление этих отношений в соответствующей нормативно-технической документации.

В ходе исследования было выявлено совокупное влияние рекомендуемых мероприятий по повышению качества и конкурентоспособности хлебобулочных изделий на эффективность хозяйственной деятельности организации. Согласно проведенным расчетам увеличение денежной выручки может составить 10108 тыс. руб., а валовой прибыли и прибыли от продаж – 8452 тыс. руб. и 8065 тыс. руб. соответственно. При этом рентабельность продаж увеличится на 7,73 п.п.

Внедрив в производство усовершенствованное хлебопекарное оборудование, и применив новый вид упаковки хлебобулочных изделий, ОАО «Дятьково-хлеб» сможет выйти на новый перспективный уровень развития и укрепить свои позиции на рынке.



УПРАВЛЕНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В ООО «БРЯНСКИЙ ЛЕН» ДУБРОВСКОГО РАЙОНА

Одно из центральных мест в системе маркетинговой деятельности занимает сбыт продукции. Сбыт продукции для предприятия важен по ряду причин. Объем сбыта определяет другие показатели предприятия: величину доходов, прибыль, уровень рентабельности. В процессе сбыта окончательно определяется результат работы предприятия, направленный на расширение объемов деятельности и получение максимальной прибыли. Исходя из перечисленного, проблема управления сбытом особенно актуальна, так как от ее организации и эффективности зависит прибыльность и платежеспособность предприятия.

Анализ управления сбытом в ООО «Брянский лен» показал, что основным каналом сбыта молока в ООО «Брянский Лен» является сбыт юридическим лицам. В 2011 г. им было реализовано 7323 ц молока на сумму 9021 тыс. руб. Если сравнивать с 2009 г., то количество реализованного молока сократилось на 1007 ц, а вот денежная выручка наоборот увеличилась на 2682 тыс. руб. за счет роста цен на продукцию.

Основные покупатели молока – это молочные комбинаты области: Дубровский и Жуковский молокозаводы.

Кроме молока предприятие осуществляет сбыт КРС в живой массе. В основном продукция реализуется трем юридическим лицам – ОАО «БМК», ИП Ломакин А.В. и ИП Семенов Н.Н. В 2011 г. было отгружено 751 ц КРС в живой массе ОАО «БМК», 254 ц – ИП Ломакину А.В. и 40 ц – ИП Семенову Н.Н. Если анализировать денежную выручку, то наибольшая сумма приходится на ОАО «БМК» - 7921 тыс. руб.

ООО «Брянский лен» является единственным в области обществом, которое занимает первичной переработкой льнотресты. Наличие собственной переработки дает преимущества обществу в том, что наценка при реализации переработанной продукции выше, чем у посредников. Покупателями льноволокна у ООО «Брянский лен» являются Вологодский, Костромской и Гаврило-Ямский льнокомбинаты.

За анализируемый период (2009-2011 гг.) только реализация семян льна и пшеницы была эффективна. А вот по остальным видам продукции предприятие получало и убытки, и прибыль в разные годы. В частности по молоку убыток был получен в 2009-2010 гг., в 2011 г. была получена прибыль. Такая же ситуация свойственна и для реализации мяса КРС в живой массе. Реализация льна в 2009 г. и 2011 г. принесла нулевой финансовый результат, а в 2010 г. был получен убыток.

О необходимости совершенствования системы сбыта в ООО «Брянский Лен» говорит тот факт, что эффективность сбыта по годам значительно различается. По нашему мнению, резервы увеличения денежной выручки лежат в реализации цельного молока в более доходные каналы, по более высоким ценам. Отметим, что дополнительные расходы в случае смены каналов не появятся, так как всю продукцию у ООО «Брянский лен» все покупатели забирают и вывозят самостоятельно.

Условно выделим следующие каналы:

- работники организации. От этого канала нельзя отказываться, несмотря на то, что цены по нему наименьшие. Так как, реализуя молочную продукцию собственным работникам, предприятие выполняет определенные социальные функции, предоставляя работникам привилегированные права. Таким образом, объем реализации в данный канал останется неизменным, а вот цены необходимо установить исходя из средних цен отгрузки на Жуковский молокозавод.

- Жуковский молокозавод. Данный канал является вторым по объемам, но по данному каналу наиболее высокие средние цены.

- Дубровский молокозавод. Является основным покупателем молока ООО «Брянский Лен», при этом цены сбыта по данному каналу являются не самыми высокими по сравнению с прочими каналами. Предлагаем ограничить поставки по данному каналу. Отказ от данного канала не целесообразен по причине того, что в случае уменьшения потребностей Жуковского молокозавода возникнет вопрос об оперативной реализации скоропортящейся продукции, поэтому один день в неделю необходимо отгружать молоко в Дубровский молокозавод. Таким образом, общая отгрузка на Дубровский молокозавод составит 11,9% от товарного молока ООО «Брянский Лен».

- прочие покупатели. Несмотря на то, что оплата за продукцию в данном канале осуществляется по факту отгрузки продукции, цены в данном канале являются одними из самых низких. Предлагаем полностью отказаться от сбыта продукции по этому каналу.

В случае перераспределения сбыта по предложенным выше вариантам дополнительный прирост денежной выручки ООО «Брянский лен» составит 323 тыс. руб. без увеличения дополнительных расходов.

Перейдем к оптимизации каналов сбыта продукции КРС в живой массе:

- ИП Семенов Н.Н. занимает 3,8% отгрузки продукции, но приносит всего чуть более 4% денежной выручки в виду более высоких цен, чем у некоторых покупателей. При этом цены не являются наиболее высокими. Предлагается отказаться от реализации в данный канал, а освободившуюся часть реализовывать другим покупателям.

- ОАО «БМК». Данный канал является самым большим как по отгрузке продукции, так и по денежной выручке. Цены по данному ка-

налу при этом не самые высокие. Предприятие осуществляет предварительную заявку на отгрузку продукции или большие объемы отгрузки. Поэтому полностью отказываться от данного канала нельзя, но необходимо частичное перераспределение продукции по другим каналам.

- индивидуальный предприниматель Ломакин А.В. Доля данного покупателя вторая по объемам отгрузки и денежной выручки, первая по средним ценам. Поэтому все перераспределение необходимо перенести на данный канал.

Таким образом, в случае перераспределения сбыта по предложенным выше вариантам дополнительный прирост денежной выручки ООО «Брянский Лен» по КРС в живой массе составит 780 тыс. руб.

Следующий этап оптимизации сбыта – реализация льна. Данная продукция реализуется только юридическим лицам, причем можно сказать об одинаковой доходности каналов сбыта льна – цена на продукцию фиксированная и не зависит от покупателя.

Исходя из этого, необходимость оптимизации каналов сбыта по продукции льна отпадает. При этом надо помнить о нулевом результате деятельности ООО «Брянский Лен» по профильному направлению деятельности.

Поэтому необходимо усложнить производственный процесс, добавив в него процесс переработки – в этом случае предприятие получит возможность расширить рынок сбыта своей продукции и увеличить выручку от реализации продукции.

Так как ООО «Брянский Лен» имеет собственную сырьевую базу (производство льна), то после его первичной переработки (лен – льнотреста) предприятие будет выпускать вату, а не как раньше реализовывать произведенное сырье.

Общие затраты на производство ваты при объемах производства 2011 г. в размере 952,4 т льноволокна составят 62119,55 тыс. руб., что в расчете на 1 т произведенного продукта (ваты) составляет 65224 руб., на 1 кг ваты – 65,22 руб. В качестве рынков сбыта по медицинской вате выступают федеральные и локальные аптеки, а также федеральные и локальные розничные сети.

Реализация данных мероприятий позволит предприятию увеличить свои продажи в 2,9 раза и выручка может составить 114480 тыс. руб. Прибыль от продаж может вырасти более чем в 4,9 раза к уровню 2011 г. и составить 65700 тыс. руб. Уровень рентабельности продаж увеличится до 38,6%. Исходя из проектных значений, внедрение данных мероприятий в области совершенствования сбытовой деятельности является эффективным.



**УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ
В СТРУКТУРНОМ ПОДРАЗДЕЛЕНИИ «АПТЕКА № 157»
ГУП «БРЯНСКФАРМАЦИЯ»**

Современная концепция маркетинга состоит в том, чтобы все виды деятельности предприятия основывались на знании потребительского спроса и его изменений в перспективе. Маркетинговый подход в управлении ориентирует производственно-сбытовую деятельность предприятия на более эффективное по сравнению с конкурентами удовлетворение потребителей и является центральным методологическим механизмом системы свободного предпринимательства, субъектом которой служит предприятие.

В современных условиях каждое предприятие заинтересовано в эффективном управлении своей маркетинговой деятельностью. В частности, ему нужно знать, как разрабатывать эффективный комплекс маркетинга и успешно управлять претворением в жизнь маркетинговых проектов.

Управление маркетинговой деятельностью в структурном подразделении «Аптека № 157» ГУП «Брянскфармация» было подвергнуто глубокому анализу и пересмотру. В связи с этим были сделаны следующие выводы.

Не все функции необходимые для поддержания маркетинговой ориентации предприятия выполняются.

Присутствуют функции, которые поддерживаются нерегулярно, принятие решений по ним основано на интуиции первых лиц, субъективно.

Руководство предприятия не придает особого значения совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия, так как там преобладает сбытовая ориентация.

После проведения SNW-анализа наиболее сильную качественную оценку проявили позиции менеджмента и персонала, недостатком в развитии предприятия явились слабое развитие НИОКР, финансов и части позиции маркетинга.

Проанализировав цены за анализируемый период можно сказать, что по всем ассортиментным группам они увеличились почти в 1,5 раза, что и повлияло на снижение выручки и низкие объемы продаж по некоторым из видов продукции (например, оптика, средства личной гигиены, жаропонижающие).

Операция по проведению ABC-анализа позволила выделить

следующие группы: «А» (ассортиментные позиции, которые составляют 78,2% от общей суммы групп), «В» (ассортиментные позиции, сумма которых составляет 16,4% от общей суммы групп) и «С» (оставшиеся ассортиментные позиции, сумма которых составляет от 5,4% от общей суммы параметров).

Таким образом, в ходе АВС-анализа выявлено, что товары категории «А» (антибиотики, желудочно-кишечные средства и др.) необходимо жестко контролировать, так как они обеспечивают большую долю в общем объеме продаж и обеспечивают высокую доходность. Контроль за товарами категории «В» (сердечнососудистые, противовирусные и др.) может быть текущим, а в отношении категории «С» (витамины, транквилизаторы и др.) – периодическим.

После проведения ВСГ - анализа было выявлено, что позиции групп лекарственных средств антибиотики, жаропонижающие, противовоспалительные – это товары - «звезды». Товары, относящиеся к группе обезболивающие – это «трудные дети», в перспективе это товары - «звезды». Группы желудочно-кишечные, прочие – это «дойные коровы». В категорию товары «собаки» входят группы товаров оптика и средства личной гигиены. Решение проблем групп товаров, относящихся к «трудные дети» и «собаки», возможно при улучшении маркетинговой деятельности.

В качестве мероприятий по совершенствованию управления маркетинговой деятельностью предприятия можно предложить внедрение в работу структурного подразделения «Аптека № 157» рецептурно-производственного отдела, что будет способствовать также и развитию предприятия в целом.

Предприятие благодаря внедрению рецептурно-производственного отдела будет обладать возможностью изготовления лекарственных препаратов по индивидуальным рецептам. Данная услуга позволяет получать единственные в своем роде препараты, подходящие пациенту строго индивидуально.

Так как аптека № 157 является поставщиком групп медикаментов в медицинские пункты и поликлиники г. Брянска, а любое стационарное учреждение должно иметь свою аптеку по рецептурному производству препаратов, следовательно, не остается сомнений в открытии данного отдела.

Затраты на открытие рецептурно-производственного отдела в структурном подразделении «Аптека № 157» составят 134400 руб.

В связи с тем, что рецептурно-производственный отдел лишь будет внедряться и о его открытии может знать малое число потребителей, то необходимо провести рекламные мероприятия, которые бу-

дут способствовать увеличению объема потенциальных покупателей.

На выбор наиболее эффективного носителя рекламы влияют: наименьший относительный тариф и наибольший индекс избирательности, следовательно, объявление будет размещено на радио «Чистые ключи». В утренний и вечерний «час пик» будет озвучено по несколько роликов. При этом будет создано всего 6 аудио-роликов с рекламным объявлением и продолжительностью по 20 секунд.

Общий бюджет данной рекламной компании, то есть сумма всех затрат на изготовление и размещение двух видов рекламы – реклама на радио и объявления в газетах и журналах, а также затраты на изготовление рецептурного прайс-листа составят 40960 руб.

После внедрения мероприятий выручка от реализации увеличится на 288 тыс. руб., рентабельность составит 13%.

Затраты на совершенствование маркетинговой деятельности окупятся за семь месяцев. Предлагаемые мероприятия положительно повлияют на деятельность аптеки.



Агешина О.В., Подольникова Е.М.

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ В ООО «ДРУЖБА» ЖИРЯТИНСКОГО РАЙОНА

Управление конкурентоспособностью продукции, как средство достижения целей отечественных производителей, приобретает особую актуальность. Управлять конкурентоспособностью – значит направлять основные усилия на повышение качества продукции, снижение издержек производства, повышение экономичности и уровня обслуживания.

Под конкурентоспособностью продукции или услуги понимается их способность выдерживать конкуренцию, то есть возможность успешной продажи на конкретном рынке в определенный момент времени. Для этого товар должен удовлетворять конкретную способность потребителя и быть доступным по цене. Оценка конкурентоспособности является неотъемлемым элементом при определении конкурентной позиции предприятия на рынке.

ООО «Дружба» - среднее предприятие, но с большим потенциалом роста. Это означает, что в случае ошибок при подготовке и реа-

лизации новых проектов оно в некоторой мере застраховано от больших финансовых потерь и от угрозы значительной потери конкурентных позиций.

Для ООО «Дружба» была произведена оценка конкурентоспособности продукции, в частности зерна и молока, которые в структуре денежной выручки занимают 7,7 и 2,4%. Оценка конкурентоспособности зерна проводилась с использованием стоимостного показателя, а молока – единичного и группового показателя.

Согласно проведенному анализу оценки конкурентоспособности зерна лидером является конкурент ТнВ «Красный октябрь». Следовательно, ООО «Дружба» необходимо проведение мероприятий по повышению конкурентоспособности зерна.

Анализ групповых показателей конкурентоспособности молока, показал, что молоко, производимое в ООО «Дружба», занимает 2 место. Поэтому также необходимо разработать эффективный комплекс мероприятий, который будет способствовать улучшению сложившейся ситуации.

Для ООО «Дружба» необходимы эффективные способы ведения своей деятельности. Специалисты ООО «Дружба» разработали планы повышения производительности продукции в отрасли свиноводства, по которым они работают, но растениеводческая отрасль, в частности выращивание зерновых культур, развита слабо и нуждается в модернизации.

Для усиления собственной кормовой базы необходимо внедрение инновационных технологий. В качестве такой технологии предлагаем внедрить технологию No-till.

Внедряя технологию No-till в растениеводстве можно добиться стабильных урожаев при любых погодных условиях. Это стало возможным благодаря неукоснительному следованию четырем принципам No-till: прямое размещение зерна; отсутствие предварительной подготовки почвы; сохранение и накопление растительных остатков на поверхности почвы; минимальное повреждение структуры почвы.

Основное предназначение нулевой технологии – получение большей выручки, так как в отличие от использования базовой общепринятой технологии выращивания зерновых, где урожайность колеблется в пределах 27-30 ц/га и существенно подвержена влиянию климата, технология No-till может дать урожайность зерновых в ООО «Дружба» до уровня 50-51 ц/га. Также благодаря технологии происходит улучшение качества зерна и постепенное снижение расходов, что

позволит увеличить объем прибыли практически в 3 раза по сравнению с базовой технологией.

Максимального эффекта при переходе от традиционной технологии к No-till можно достичь только при условии системного подхода.

Предложенные мероприятия повлекут за собой значительное увеличение прибыли – 957 тыс. руб. Рентабельность продаж повысится на 5,8 п.п., урожайность зерна составит 51 ц/га.

Таким образом, внедряемая в ООО «Дружба» технология является эффективной для данного предприятия и для повышения конкурентоспособности зерна.

Для повышения конкурентоспособности молочного скотоводства можно предложить решение некоторых вопросов, связанных с модернизацией.

Рынок молочной продукции Брянской области имеет незаполненную нишу, поскольку поступающие в настоящее время молочные продукты не полностью удовлетворяют покупателей, как в количественном, так и в качественном отношении. Поэтому, предполагается для ООО «Дружба» приобретение модульного контейнерного цеха серии «Колак-500» по переработке 500 л молока в смену, с получением пастеризованного, нормализованного молока и сметаны.

Использование натурального молока и сравнительно небольшие объемы его переработки позволят работать на производимом сырье, обеспечивая контроль за его качеством.

Предложенные мероприятия повлекут за собой значительное увеличение выручки и прибыли. От производства и реализации пастеризованного молока предприятие может получить дополнительную прибыль в размере 551,4 тыс. руб. Уровень рентабельности продаж по проекту превышает показатель 2011 г. на 4,4 п.п. С учетом реального излишка наличных денежных средств, который составляет 21722 тыс. руб., для осуществления данных проектов ООО «Дружба» заемные средства не понадобятся.

За счет внедрения технологии No-till и цеха по переработке молока ООО «Дружба» сможет повысить конкурентоспособность продукции, а также улучшить экономические показатели.



УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В ООО «РИТМ» СТАРОДУБСКОГО РАЙОНА

Инновации и инновационные процессы в современной экономике играют решающую роль в вопросе приобретения и поддержания сильных сторон предприятия в конкурентной борьбе, а также в значительной мере определяют позиции предприятия.

ООО «Ритм» относится к малым объектам предпринимательства. За 2009-2011 гг. отмечен резкий рост производства и реализации хлебобулочной продукции. За весь период выручка выросла на 89,9%. В структуре выручки предприятия выделяют несколько видов продукции: хлеб, булочные изделия, сдобные изделия, торты, пряники, кондитерские, вермишель, рожки, безалкогольные напитки и прочие (мука, произведенная из переработанного зерна). Наибольшая доля денежной выручки приходится на хлеба смешанной валки – 52,5%.

Отметим, что на предприятии лояльно относятся к нововведениям, о чем говорит широкий ассортимент выпускаемой и реализуемой продукции. Возможность внедрения инновационных преобразований составляет по 10 бальной системе 7,4 балла или 74%, что подтверждает очень высокий инновационный потенциал ООО «Ритм». В 2011 г. ООО «Ритм» было подано 5 заявок на регистрацию изменений в рецептуре уже существующих видов продукции. Деятельность ООО «Ритм» в области инновационного управления сводится к инновационному преобразованию готовой продукции.

Основные направления инноваций в ООО «Ритм» проводят производственный отдел под руководством директора по производству и отдел контроля качества.

На основании проведенного анализа в качестве основной инновационной стратегии ООО «Ритм» может выступить стратегия усовершенствования уже существующих продуктов. Выбор данной стратегии объясняется тем, что следование стратегии «нового инновационного продукта» влечет за собой высокие финансовые расходы при наличии риска невозврата средств в случае не очень удачного вывода продукта на потребительский рынок. При стратегии «инновационного преобразования» риски и затраты на предприятии минимальны.

Все эксперты данную стратегию выбрали как основную на будущие годы в области инновационного управления. Следование стратегии инновационного преобразования является оптимальным, исходя из имеющихся ресурсов и положения ООО «Ритм» на потребительском рынке Стародубского района.

С учетом данной оценки были предложены следующие мероприятия:

- расширение ассортимента ряда;
- улучшение хлебобулочной продукции.

На сегодняшний день предприятие производит достаточно обширный ассортимент хлебобулочной продукции, но не уделяет достаточного внимания расширению ассортимента кондитерских изделий, поэтому предлагается проект внедрения в производство печенья с различными добавками, в частности с кокосовой стружкой.

Выбор производства именно этого печенья можно объяснить тем, что данный вид печенья по сравнению с другими малокалорийное с забываемым вкусом и ароматом.

Его конкурентными преимуществами также являются оптимально низкая цена реализации, современные технологии, высококачественное экологически чистое сырье, длительные сроки хранения, современная упаковка. Для производства данной продукции предприятие имеет кондитерский цех, поэтому дополнительных инвестиций для расширения производства не потребуется.

Средняя себестоимость 1 кг печенья с кокосовой стружкой составит 46,62 руб. Плановая заводская наценка составляет 25%. Таким образом, отпускная цена в розничные точки составит 58,28 руб. При средней наценке розницы в размере 30% получим средние цены на полке в магазинах Стародубского района 75,76 руб. Рентабельность проекта в первый год составит 17%.

Еще одним вариантом инновационной деятельности выступит проект выпуска хлеба с биологически активной добавкой (активированный уголь). Данная добавка рекомендуется для лечебно-профилактического питания при желудочно-кишечных интоксикациях для связывания и выведения загрязняющих и токсичных продуктов. Регулярное употребление хлеба с добавлением активированного угля способствует нормализации липидного обмена, выведению холестерина и регуляции обмена веществ в организме.

В ООО «Ритм» возможно производство хлеба с активированным углем путем введения данной биологически активной добавки в рецептуру хлеба «Российского».

При производстве пробной партии хлеба с добавлением активированного угля выручка от реализации может составить 73,6 тыс. руб. Таким образом, прибыль от продаж может по первой партии составить 14,7 тыс. руб., что соответствует уровню рентабельности продаж в размере 20%.

Решение о принятии или не принятии новшества осуществляется,

как правило, на основании относительных показателей эффективности.

Согласно проекту выручка может увеличиться за счет предлагаемых мероприятий на 25%. Рентабельность продаж увеличится на 2,3 п.п. и составит 10,9%.

Таким образом, данный инновационный проект даст возможность не только увеличить объемы производства и реализации, но и:

- принесет дополнительную прибыль
- позволит освоить новую технологию производства печенья
- улучшит потребительские свойства хлебобулочной продукции
- повысит эффективность использования имеющихся мощностей.

Следовательно, можно считать, что данный инновационный проект является для ООО «Ритм» эффективным и рентабельным.



Никулина А.С., Хохрина О.М.

КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ В ООО «ТОРГОВЫЙ ДИЗАЙН» Г. БРЯНСК

В современной экономике человеческий фактор выступает как устойчивый элемент роста производства, производительности труда, эффективности функционирования и конкурентоспособности предприятий.

Под воздействием научно-технического прогресса, интеллектуализации практически всех сфер хозяйствования возрастает значение работника как личности со всем спектром ее характеристик (способностей, интересов, духовных потенций и т.д.). С этими изменениями, в том числе формированием новых потребностей и ценностных установок человека, руководству организаций, работодателям приходится считаться, учитывать их при формировании трудовых отношений, мотивационных механизмов активизации труда на предприятии. Все это предполагает серьезное исследование внутренних ресурсов предприятий, сложившуюся там систему управления персоналом, а также разработку новых подходов к ее совершенствованию и развитию, учитывающих все аспекты человеческого фактора.

В современной экономике человеческий фактор выступает как устойчивый элемент роста производства, производительности труда, эффективности функционирования и конкурентоспособности предприятий.

Под воздействием научно-технического прогресса, интеллектуализации практически всех сфер хозяйствования возрастает значение работника как личности со всем спектром ее характеристик (способно-

стей, интересов, духовных потенций и т.д.). С этими изменениями, в том числе формированием новых потребностей и ценностных установок человека, руководству организаций, работодателям приходится считаться, учитывать их при формировании трудовых отношений, мотивационных механизмов активизации труда на предприятии.

Основными видами деятельности ООО «Торговый Дизайн» являются сдача в аренду торгового оборудования; рекламная и маркетинговая деятельность; услуги.

Общая численность персонала в 2011 г. составляла 54 работника, из которых основная часть – это рабочие (40,7% или 22 чел.).

Проведенный анализ показал в целом эффективную организацию кадровой политики предприятия, но при этом выделил следующие негативные моменты:

- на предприятии практически не уделяется внимания оценке личностных качеств и мотивов работников при устройстве на работу, что может привести к психофизиологическому несоответствию работника выполняемому им труду, к неудовлетворенности и социальной фрустрированности;

- не уделяется должного внимания проблеме адаптации новых работников на предприятии;

- на предприятии отсутствует четкая система дополнительной мотивация персонала в зависимости от результатов работы общества.

В качестве мероприятий по совершенствованию кадровой политики было предложено: четкий регламент подбора и найма персонала; проект по адаптации новых сотрудников; регламент и порядок оценки персонала (что позволит снизить текучесть кадров).

Для внедрения данных регламентов и положений необходимо привлечь в штат инспектора по кадрам, который на предприятии отсутствует. По проекту в случае принятия в штат данного специалиста и сосредоточения в его руках всех обязанностей по ведению кадрового учета и делопроизводства, расходы вырастут более чем в 2 раза и составят 187,5 тыс. руб. за год. Оклад в 12 тыс. руб. не является верхней планкой системы стимулирования труда данного специалиста, так как в качестве стимулирующих мероприятий данному специалисту может выплачиваться премия, которая будет привязана к эффективности работы всего предприятия. В частности рекомендации в области адаптации персонала – составление списка сотрудников, которые войдут в рабочую группу по разработке и внедрению программы адаптации; составить список вопросов, обычно возникающих у новых работников; составить список действий нового работника во время программы адаптации (испытательного срока), а также списка необходимых ему сведений; разработка программы первого дня сотрудника; планирование экскурсии

по организации и его представление новым коллегам. Данная программа позволит максимально быстро ввести в организацию нового сотрудника без серьезных затрат труда работников предприятия.

В качестве предложений по улучшению системы мотивации персонала на предприятии было предложено внедрение системы ключевых показателей эффективности (KPI). Рассмотрим в качестве примера предлагаемую систему оплаты труда для начальника отдела сбыта.

Товарооборот в расчете на 1 работника предприятия. Данный показатель имеет вес в премии в размере 20%, а также градацию по трем уровням: до 25 тыс. руб. в месяц (коэффициент 0,8), 25 тыс. руб. – 35 тыс. руб. в месяц (коэффициент 1) и свыше 35 тыс. руб. (коэффициент 1,2).

Прирост доли рынка. Здесь также выделено три уровня: прирост до 5% (коэффициент 0,8), прирост до 10% (коэффициент 1) и при приросте более 15% (коэффициент 1,2).

Выполнение плана продаж. По этому критерию градация уровней составляет 5: 80% плана – 0,8; 81-90% плана – 0,9; 91-100% плана – 1,101; 120% плана – 1,2; свыше 120% плана – 1,3.

В среднем заработная плата данного руководителя должна была составлять по предложенной методике 28,6 тыс. руб. вместо 30 тыс. руб. В год экономия на заработной плате только этого сотрудника предприятия составила бы 16,8 тыс. руб. и 5,1 тыс. руб. на отчислениях в пенсионный фонд. Совокупная экономия составила бы 21,9 тыс. руб.

Если сравнить результаты работы 2011 г. с проектными результатами работы 2011 г. с предлагаемой системой оплаты труда, то финансовый результат увеличится на 16,8 тыс. руб. за счет экономии на заработной плате рассматриваемого специалиста. Рентабельность увеличится на 0,19%.

А вот в случае выполнения всех предлагаемых показателей и критериев на 100%, рост заработной платы данного специалиста на 27,6 тыс. руб. скажется на увеличении выручки на 9459 тыс. руб., себестоимости на 6500,6 тыс. руб. Прирост валовой прибыли составит 2958,4 тыс. руб. Прирост прочих расходов составит 27,6 тыс. руб. (заработная плата данного специалиста).

Общий экономический эффект от проекта может составить 4994,6 тыс. руб., что на 78,4% больше фактического уровня 2011 г. Рентабельность продаж проектных изменений может достичь уровня 22%, общий уровень рентабельности – 32.

Таким образом, исходя из проектного изменения основных экономических показателей, можно считать, что данные проекты являются целесообразными и заслуживают внедрения в ООО «Торговый Дизайн».



СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Значение стратегического управления, позволяющего организациям выживать в конкурентной борьбе в долгосрочной перспективе резко возросло в последние десятилетия. Все предприятия в условиях жесткой конкуренции, быстро меняющейся ситуации должны не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел в организации, но и выработать стратегию долгосрочного выживания, которая позволяла бы им поспевать за изменениями, происходящими в их окружении. В прошлом многие фирмы могли успешно функционировать, обращая внимание в основном на ежедневную работу, на внутренние проблемы, связанные с повышением эффективности использования ресурсов в текущей деятельности. Сейчас же, хотя и не снимается задача рационального использования потенциала в текущей деятельности, исключительно актуальным становится осуществление стратегического управления, которое обеспечивает успешное функционирование предприятия в долгосрочной перспективе.

Если раньше считалось, что большой имеет лучшие шансы победить в конкуренции по сравнению с маленьким, то теперь все более ясным становится факт, что преимущества в конкурентной борьбе получает более быстрый. Ускорение изменений в окружающей среде, появление новых запросов и изменение позиции потребителя, возрастание конкуренции за ресурсы, интернационализация бизнеса, появление новых, зачастую совершенно неожиданных возможностей для осуществления бизнеса, развитие информационных сетей, делающих возможным молниеносное распространение и получение информации, широкая доступность современных технологий, изменение роли человеческих ресурсов, а также ряд других факторов привели к резкому возрастанию значения стратегического управления.

Практика бизнеса показала, что не существует стратегии, единой для всех компаний, как и не существует единого универсального стратегического управления. Каждая фирма уникальна в своем роде, и процесс выработки стратегии для каждой фирмы уникален, так как он зависит от позиции фирмы на рынке, динамики ее развития, ее потенциала, поведения конкурентов, характеристик производимого ею товара или оказываемых ею услуг, состояния экономики, культурной среды и еще многого другого. В то же время есть ряд основополагающих моментов, которые позволяют говорить о некоторых обобщенных принципах осуществления стратегического управления. Конечно, всегда следует помнить, что

стратегическое управление - это в первую очередь продукт творчества высшего руководства, но в то же время можно говорить и о некой теории стратегического управления, знание которой позволяет более эффективно осуществлять управление организацией.

Сам термин «стратегическое управление» был введен в обиход на стыке 60-70-х годов XX века, чтобы обозначить разницу между текущим управлением на уровне производства и управлением, осуществляемым на высшем уровне. Разработка идей стратегического управления нашла отражение в работах таких авторов, как Виханский О.С., Ансофф И., Акофф Р. А также таких именитых западных ученых, как Schendel и Hatten, Higgens, Pears и Robinson, Thompson и Strickland и многих других специалистов в сфере управления.

Важно отметить, что ведущей идеей, отражающей сущность перехода от оперативного управления к стратегическому, стала идея необходимости переноса центра внимания высшего руководства на окружение, чтобы надлежащим образом и своевременно реагировать на происходящие в нем изменения.

Объектом исследования является СПК «Коробкино» расположенное на территории Курской области Дмитриевского района. СПК «Коробкино» - среднеспециализированное предприятие, имеющее молочно-зерновую.

Анализ внешней среды предприятия СПК «Коробкино» показал, что наибольшую угрозу для компании представляют экономические факторы. Компании стоит в первую очередь в отношении этих факторов применить свои сильные стороны, которые должны помочь преодолеть существующие угрозы.

В наибольшей степени благоприятное влияние на организацию оказывают покупатели, со стороны которых нет каких-либо существенных угроз. То же можно сказать и о политических, социальных и технологических факторах внешней среды. Таким образом, именно данными возможностями и, прежде всего со стороны покупателей предприятие должно воспользоваться для преодоления своих слабых сторон.

Проблемы предприятия в большей мере связаны с устаревшим оборудованием и устаревшими технологиями, которые используются в производстве молочной продукции СПК «Коробкино», а также отношением работников к своим обязанностям и к самой организации, т.к. значительное их число не имеет привязанности к своему предприятию и работает «сложая руки», тем самым снижается производительность труда, увеличиваются затраты на производство продукции. Для решения данной проблемы необходимо в рамках стратегического управления выработать производственную стратегию, целью которой станет решение проблемы

технологического отставания предприятия и позволит сократить издержки при производстве основного продукта предприятия – молока.

Производственная стратегия, являясь основной частью общей стратегии предприятия, состоит в разработке общей политики и планов наиболее эффективного использования ресурсов СПК «Коробкино». Производственная стратегия связана с разработкой производственного процесса и инфраструктуры, необходимой для его поддержания. Разработка производственного процесса – это выбор технологии, составление графика процесса, определение товарно-материальных запасов, а также способа реализации этого процесса. Инфраструктурные решения касаются систем планирования и управления, а также управления качеством.

Используя матрицу Ансоффа, мы пришли к выводу, что для СПК «Коробкино» самой оптимальной является стратегия развития продукта. Вероятность успеха данной стратегии высока около 33%, риски не велики. В посткризисный период наступает время самых решительных действий по увеличению доли рынка, за счет реализации предложенной стратегии. Согласование с владельцами предприятия по вопросам реализации данной стратегии должно проходить с сильными аргументами в пользу данной стратегии и не должно вызвать противоречий в ее принятии. Стратегия развития продукта позволит предприятию привлечь новых клиентов, что в свою очередь благоприятно скажется и на финансовом состоянии предприятия и на дальнейшем ее успешном развитии.

На основе совместного изучения внешней и внутренней среды СПК «Коробкино» предложены ряд основные направления стратегии развития предприятия.

Так как СПК «Коробкино» специализируется на производстве и реализации молока, то выгоднее всего провести изменения и внедрить новую технологию именно в эту сферу. Решением данной проблемы станет внедрение системы сепарирования молока, которое позволит сократить расход товарного молока на выпойку телят, заменяя его на обрат. Помимо этого появляется возможность повысить качество реализуемого молока, путем повышения его жирности.

Приобретение сепаратора для СПК «Коробкино» станет выгодным вложением капитала в рамках разработанной производственной стратегии и реализация предложенных мер будет способствовать росту финансовой устойчивости и повышению эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Так, прирост дополнительной прибыли может достичь 15%, рост уровня рентабельности продаж может возрасти на 1,02 п.п.



УПРАВЛЕНИЕ СИСТЕМОЙ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА ОРГАНИЗАЦИИ

В настоящее время в условиях нестабильности внешней среды особое значение в устойчивом развитии организации приобретают нематериальные активы, частью которых является бренд, за которым стоит репутация фирмы и ее продукции. Процесс формирования и развития бренда очень значим, так как способствует развитию организации в будущем. При правильном управлении процессом формирования и развития бренда обеспечиваются более высокая ценность, доход, прибыльность и вход в сопряженные области бизнеса.

ОАО «Фабрика-Кухня» – динамично развивающееся предприятие с уникальным ресурсным потенциалом и собственной корпоративной культурой, занимающееся деятельностью ресторанов и кафе, оптовой торговлей продуктами из мяса, мучными и кондитерскими изделиями, розничной торговлей пищевыми продуктами, включая напитки и табачные изделия.

Анализ результатов хозяйственной деятельности ОАО «Фабрика-Кухня» показал, что за период с 2007 по 2011 гг. наблюдается увеличение размера предприятия. Так, стоимость валовой продукции увеличилась более чем в 4 раза, выручка от продажи товаров, работ и услуг увеличилась более чем в 5 раз, среднегодовая стоимость основных средств увеличилась на 66,4%, незначительно увеличилась численность работников. По всем показателям рентабельности в данный период отмечен рост.

Основным видом деятельности ОАО «Фабрика-Кухня» является розничная торговля через сеть универсамов и магазинов «Журавли», которая приносит предприятию в среднем за период исследования более 83% денежной выручки. Торговая сеть «Журавли» включает в себя 15 супермаркетов и 7 магазинов, расположенных в г. Брянске.

С целью разработки программы продвижения бренда ОАО «Фабрика-Кухня» применительно к торговой сети «Журавли» целесообразно провести анализ его составляющих.

Товарный знак ТМ «Журавли» представлен сочетанием словесного и изобразительного компонентов.

Словесный компонент характеризуется запоминаемостью, так как название «Журавли» достаточно хорошо удерживается в памяти – журавль символизирует бессмертие, долгожительство, защищающее материнство, преуспевание, высокое официальное положение, счастье.

Описывая изобразительный компонент бренда, отметим, что символика торговой сети «Журавли» представлена в большей степени сочетанием белого и синего цветов. Белый цвет – цвет добра, удачи, домашнего уюта. Он символизирует чистоту, невинность, радость. Насыщенный синий цвет является цветовым выражением покоя, удовлетворения.

Круги на эмблеме красного, оранжевого и желтого цвета олицетворяют землю, солнце и луну. Земля традиционно ассоциируется с материальными проблемами, деньгами. Солнце – творческая и направляющая сила. Луна символизирует корабль, несущий свет через тьму к рассвету.

Для кондитерских изделий производства ОАО «Фабрика-Кухня» под торговой маркой «Журавли» применяется слоган, который звучит как «Симфония вкуса».

Результаты сравнительного анализа конкурентных преимуществ универсамов торговой сети «Журавли» и их основных конкурентов по методике выделения ключевых факторов успеха, проведенного с целью выявления влияния бренда на деятельность предприятия, показали, что универсамы торговой сети «Журавли» лидируют по основным показателям. Однако имеются резервы совершенствования деятельности. Так, супермаркеты торговых сетей «Магнит» и «Свенская ярмарка» превосходят универсамы торговой сети «Журавли» по наличию предоставления дополнительного сервиса и услуг и маркетинговым и рекламным программам.

В целях углубления полученных сведений о конкурентных позициях универсамов торговых сетей города Брянска было проведено исследование с участием 50 потребителей, результаты которого позволили проранжировать супермаркеты-участников по возрастанию конкурентного рейтинга. Самые сильные конкурентные позиции принадлежат супермаркетам торговой сети «Свенская ярмарка» (81,8% от идеала).

Универсамы торговой сети «Журавли» в конкурентном рейтинге занимают достаточно высокую позицию. Но, не смотря на это, в ОАО «Фабрика-Кухня» с целью повышения укрепления конкурентных позиций универсамов торговой сети «Журавли» необходимо провести ряд мероприятий, а именно усовершенствовать систему дополнительного сервиса и услуг и разработать маркетинговые и рекламные программы.

Для завоевания устойчивых конкурентных преимуществ, прежде всего, необходимо сформировать покупательскую лояльность. Результаты определения доли лояльных покупателей к универсамам и магазинам торговой сети «Журавли», а также результаты выявления

ключевых факторов их приверженности показали, что наиболее важными показателями в работе торгового предприятия являются качество обслуживания, возможность расчета по банковским картам, музыкальное сопровождение во время покупки.

Однако покупатели оценивают данные показатели в работе универсамов торговой сети «Журавли» как низкие. Поэтому в качестве мероприятий, направленных на повышение лояльности покупателей, считаем целесообразным установку акустической системы в трех универсамах и оборудования для приема банковских карт в семи магазинах торговой сети «Журавли».

Таким образом, результаты проведенных исследований позволили наметить основные направления повышения уровня лояльности покупателей к универсамам и магазинам торговой сети «Журавли» и разработать программу продвижения бренда, которая включает в себя такие мероприятия как: проведение рекламной кампании и разработка системы стимулирования персонала торговых точек ОАО «Фабрика-Кухня».

Суммарные затраты на реализацию комплекса мероприятий, разработанных в рамках программы продвижения бренда торговой сети «Журавли» ОАО «Фабрика-Кухня», составят порядка 528 тыс. руб.

Реализация комплекса мероприятий по улучшению показателей работы универсамов и магазинов, а также по продвижению бренда сети, предполагает не только повышение лояльности покупателей, но и повышение уровня узнаваемости торговой марки, уровня доверия к продукции торговой сети «Журавли», и, как следствие, увеличение числа покупок в торговых точках ОАО «Фабрика-Кухня».

Вследствие увеличения числа лояльных покупателей и числа совершенных ими покупок (роста продаж) можно прогнозировать увеличение выручки от продаж ОАО «Фабрика-Кухня» на 5%.

Реализация предложенных мероприятий является достаточно эффективным. Отмечено значительное увеличение выручки ОАО «Фабрика-Кухня» от продаж (на 73170 тыс. руб.) при увеличении себестоимости продаж всего на 528 тыс. руб., в связи, с чем рентабельность продаж составит 7,5%, что на 4,6 п.п. больше уровня 2011 г.

Таким образом, реализация предложенных мероприятий в рамках программы продвижения бренда торговой сети «Журавли», позволит поддерживать ОАО «Фабрика-Кухня» в условиях рынка на достаточно высоком уровне конкурентоспособности.



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА В ООО «ХЛЕБОКОМБИНАТ» П.Г.Т. КЛИМОВО

Проведенный анализ ООО «Хлебокомбинат» показал необходимость расширения производства за счет более широкой представленности продукции на потребительском рынке. Для того, чтобы вывести продукцию на рынок, необходимо обеспечить ее высокую покупаемость с полки розничного магазина. Для этого и необходимо определить совокупность мероприятий по стимулированию сбыта и продаж.

Мероприятия по стимулированию сбыта и продаж продукции ООО «Хлебокомбинат» должны быть направлены на 2 основные цели:

- поставки продукции в торговые точки – а это возможно только при наличии взаимного интереса производителя и торговой точки. В данном случае интерес для торговых точек при реализации продукции ООО «Хлебокомбинат» - это получение дополнительных выгод;

- мероприятия по повышению покупаемости продукции ООО «Хлебокомбинат», что позволит повысить продажи и оборачиваемость товара, а следовательно и денежных средств предприятия.

Следовательно, определим следующие направления совершенствования стимулирования сбыта и продаж:

- стимулирование торговых точек: определить бюджет продвижения и исходя из бюджета предоставление торговым точкам премии за выбранный объем.

- стимулирование покупки продукции ООО «Хлебокомбинат» населением через программу лояльности.

Стимулирование розничных торговых точек. Реалии сегодняшнего рынка – это возмездная деятельность и заинтересованность всех участников торгового процесса. При этом торговые точки при реализации еще не устоявшихся на рынке продуктов предпочитают максимизировать свою прибыль за счет не только наценки на продукт, но и бюджета производителя – маркетинговые выплаты в виде бонусов за выбранный (или реализованный) объем.

Так как ООО «Хлебокомбинат» при определении отпускных цен исходит из безубыточности деятельности и запланированной прибыли в размере 25%, определим бюджет продвижения продукции предприятия.

На первом этапе определим сроки «зависания» денежных средств после отгрузки продукции. То есть ООО «Хлебокомбинат» закупило сырье, пустило его в производство, произвело продукт, по-

ставило его в торговую точку – а денежные средства получит только после окончания периода отсрочки. Таким образом, у предприятия возникает кассовый разрыв, когда сырье оплачено, а за продукт денежные средства еще не поступили. Следовательно, необходимо определить такую отсрочку, которая была бы интересна торговой точке и не создавало разрывов поступлений денежных средств на расчетный счет ООО «Хлебокомбинат».

Сравнительный анализ предложений различных поставщиков хлебобулочной продукции в Климовском районе показал, что наиболее жесткие условия к рознице у Стародубского хлебокомбината, который работает по факту поставки. Наиболее выгодная отсрочка у Новозыбковского хлебокомбинат – 5 календарных дней.

Сравнительный анализ предложений различных поставщиков кондитерских изделий в Климовском районе по условиям оплат выявил, что отсрочка колеблется от 7 до 14 календарных дней. При этом лидер рынка предлагает отсрочку всего 7 дней.

Исходя из этого, отметим, что хлебобулочная продукция является скоропортящимся продуктом (срок годности не превышает 5 дней), кондитерские изделия имеют срок годности до 30 дней. С учетом конкурентных предложений производителей и поставщиков конкурентов предлагается на всю продукцию ООО «Хлебокомбинат» установить отсрочку в количестве 14 дней. Это будет первым направлением стимулирования продаж розничных торговых точек.

В качестве основных статей бюджета определим следующие направления:

- стимулирование розничной торговой точки (предоставление премии за выбранный объем продукции ООО «Хлебокомбинат») – предлагаем 5% от стоимости закупленного товара. Предоставление ежемесячно в виде ретро-бонуса, через списание дебиторской задолженности или перечисление на расчетный счет (в кассу) клиента;

- транспортные расходы на доставку – 2% от стоимости продукции.

Для определения сумм по статьям бюджета продвижения необходимо определить проектные продажи по неохваченным торговым точкам

На неохваченные магазины приходится 25739,6 тыс. руб. продаж хлебобулочной продукции. В данных магазинах основными поставщиками хлебобулочной продукции являются: Клинецовский хлебокомбинат, Стародубский хлебокомбинат, а также ЗАО «Хлебогор» Злынка, Новозыбковский хлебокомбинат.

Рассмотрим бюджет оплат розничным сетям по разным ценам: 10%, 25%, 40%, 50%, 60%, 70% рынка неохваченного ООО «Хлебоком-

бинат». При этом в качестве цели определим цель охвата 25% емкости неохваченного рынка района. Именно этот бюджет и будет использоваться в дальнейшей расчете при определении совокупной эффективности от продвижения и стимулирования продаж продукции предприятия.

Таким образом, цель продвижения – это увеличение продаж хлебобулочной продукции на 6434,9 тыс. руб. (25739,6 тыс. руб. * 25%) до 27064,3 тыс. руб. (что составляет 58,4% всего рынка хлебобулочных изделий Климовского района).

Следовательно, бюджет продвижения продукции и стимулирования продаж составит:

- премии розничным продавцам – торговым точкам (5%) 321,7 тыс. руб.

- транспортные расходы по доставке или логистическая премия (2%) 128,7 тыс. руб.

Таким образом, сводный бюджет на продвижение и стимулирование сбыта в неохваченных торговых точках может составить 450,4 тыс. руб.

71,4% сводного бюджета на продвижение продукции приходится на стимулирование розничных торговых точек. Таким образом, даже в бюджетах продвижения продукции расходы на стимулирование сбыта составляют более 2/3 расходов продвижения.

Проектные расходы по не охваченному рынку хлебобулочной продукции в случае, если удастся занять данный рынок составят 433,5 тыс. руб. Проектные продажи составят 6434,9 тыс. руб.

Таким образом, чем выше проектные продажи, тем выше бюджет продвижения продукции ООО «Хлебокомбинат» и стимулирования сбыта. Отметим, что цель занятия 25% потребительского рынка, который еще не охвачен, вполне приемлема, так как продукция предприятия обладает конкурентной ценой, высоким качеством, что подтверждается сертификатами качества и соответствия.

Следующий этап после вывода на неохваченные рынки – это начало стимулирования продаж розничного покупателя. После того, как начнет действовать программа продвижения, сразу возникнет потребность в стимулировании розничных продаж – то есть ООО «Хлебокомбинат» потребуется создать необходимые условия для повышения покупательности товара с полок.

Для определения наиболее действенных и эффективных программ по стимулированию продаж коммерческий директор должен принять ряд дополнительных решений. В частности, деятель рынка должен решить, сколь интенсивное стимулирование применить, кто может участвовать в программе, как рекламировать свое мероприятие

по стимулированию, как долго оно будет длиться, когда начнется и какие средства следует выделить для его проведения. Определим основные параметры:

- интенсивность стимулирования. Деятели рынка должны принять решение о том, сколь интенсивное стимулирование предложить. Для успеха мероприятия необходимо наличие определенного минимума стимулирования. Более сильный стимул обеспечит и больше продаж, но при постоянно падающем темпе сбыта.

- условия участия. Стимулы могут быть предложены либо всем, либо только каким-то особым группам лиц.

- средства распространения сведений о программе стимулирования. Деятели рынка должны решить, каким образом следует распространять сведения о своей программе стимулирования и подстегивать интерес к ней.

- длительность программы. Если длительность мероприятия по стимулированию сбыта слишком коротка, многие потребители не смогут воспользоваться предлагаемыми выгодами, поскольку как раз в это время у них, возможно, не будет надобности в повторных покупках. Если же мероприятие слишком растянуто по времени, предложение потеряет часть своего заряда, толкающего на немедленные действия.

- выбор времени для проведения мероприятий по стимулированию сбыта.

Прежде, чем определить выбранные параметры, определим средства стимулирования продаж. Из всего многообразия средств стимулирования и учитывая специфические особенности продукции (хлебобулочная продукция) в наибольшей степени нам подходит награды за лояльность – или как они чаще называются к предпринимательской среде программы лояльности.

Таким образом, длительность программы лояльности – один непрерывный год, распространение через этикетки и упаковку продукции производителя. В акции участвует вся продукция предприятия.

Еще одним немаловажным аспектом (а может быть и самым важным) выступает само стимулирование – подарки, которые получают потребители продукции за пользование продукцией ООО «Хлебокомбинат».

Можно предложить различные варианты подарков, но наиболее востребованными всегда будет бытовая техника. В частности, в век развития информационных технологий – компьютерная техника. Исходя из этого, главный приз установим ноутбук. Кроме главного приза должны быть второй и третий приз, а также утешительные призы.

Предлагаем следующие три награды за лояльность:

- приз 1 степени: ноутбук,
- приз 2 степени: телефон,
- приз 3 степени: электрический чайник.

Кроме этого предлагается установить еще 5 утешительных призов: 1 000 руб.

Бюджет программы лояльности составляет всего 27 тыс. руб. и направлен на перераспределение неохваченного рынка хлебобулочной продукции Климовского района с Клинцовского хлебокомбината, Стародубского хлебокомбината и ЗАО «Хлебогор» в пользу ООО «Хлебокомбинат».

Определим механизм проведения программы лояльности: ООО «Хлебокомбинат» партии хлебобулочной продукции, которая уходит в торговые точки не Климовского РАЙПО маркируют специальной наклейкой на упаковке (этикетке) продукции с изображением знака лояльности.

Потребители в течение года собирают данные знаки лояльности и в конце года высылают (приносят) в бухгалтерию ООО «Хлебокомбинат». Победителем будет признан потребитель с наибольшим количеством знаков лояльности.

Таким образом, на основании проведенных расчетов можно считать, что предлагаемые мероприятия достаточно эффективны и заслуживают внедрения в ООО «Хлебокомбинат».



Лутина А.А., Ворочай С.В.

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ В СПК АГРОФИРМА «КУЛЬТУРА»

На сегодняшний день СПК Агрофирма «Культура» является многоотраслевым хозяйством, осуществляющим производство, переработку и хранение сельскохозяйственной продукции, мясное и молочное скотоводство, выпечку хлеба. Хозяйство занимает общую площадь 7499 га, 4108 га пашни. Наибольшую выручку СПК Агрофирма «Культура» приносит отрасль растениеводства, а именно овощеводство закрытого грунта, за 2011 г. доля выручки от продажи данного вида продукции составила 60,0%. В динамике за 5 лет наблюдается снижение данного показателя на 9,3%.

Агрофирме удастся увеличивать размеры производства. Об этом свидетельствуют не только стоимостные, но и натуральные показатели, такие как среднегодовая стоимость основных средств и площадь сельскохозяйственных угодий. Общая численность работников СПК

Агрофирма «Культура» за 2007-2011 гг. сократилась на 100 человек или на 11,6%, данное изменение произошло главным образом за счет сокращения числа производственного персонала.

Эффективность работы кооператива в целом складывается из эффективности использования каждого из организационных ресурсов, в том числе каждого сотрудника организации.

За период времени с 2007 по 2011 гг. система структурных показателей отражает снижение эффективности использования земельного фонда в СПК Агрофирма «Культура». Наибольшее снижение эффективности наблюдается по производству КРС на мясо на 100 га сельскохозяйственных угодий, снижение производства картофеля и зерна в расчете на 100 га пашни на 51,5% и на 36%, 21,6% соответственно.

В СПК Агрофирма «Культура» наблюдается рост показателей производительности труда, наиболее выраженный рост наблюдается по зерну, где данный показатель в 2011 г. превысил производительность труда 2007 г. более, чем в 4 раза. Соответственно, наблюдается снижение трудоемкости производства. Затраты на производство овощей открытого грунта возросли на 5,3%, данное изменение произошло за счет значительного снижения объемов производства продукции.

В целом же по предприятию наблюдается рост денежной выручки в расчете на 1 работника, данное изменение составило 53,0%, благодаря одновременному росту данного показателя и уменьшения численности работников за исследуемый период на 100 человек.

Однако размер чистой прибыли в расчете на 1 работника значительно снизился, а именно на 91,9%, на это повлияло снижение объема чистой прибыли за период 2007-2011 гг. на 5904 тыс. руб. или на 80,3%.

Непременным условием для осуществления предприятием хозяйственной деятельности является наличие оборотных средств. Сущность оборотных средств определяется их экономической ролью, необходимостью обеспечения воспроизводственного процесса, включающего как процесс производства, так и процесс обращения.

За анализируемый период времени в структуре оборотного капитала наибольший удельный вес занимали производственные запасы 60,1% в среднем за 5 лет. Так же наблюдается их постоянный рост, так, размер данного показателя увеличился на 34,7% к уровню 2007 года. Расходы будущих периодов и прочие оборотные активы в общей структуре оборотных средств занимали менее 1%. Доля денежных средств в структуре оборотных средств за анализируемый период сократилась на 82,6%.

Финансовое положение предприятия находится в прямой зависимости от состояния оборотных средств, поэтому предприятия заинтересованы в организации наиболее рационального движения и ис-

пользования оборотных средств. Эффективность использования оборотных средств зависит от многих факторов. Среди них можно выделить внешние факторы, оказывающие влияние независимо от интересов и деятельности предприятия, и внутренние, на которые предприятие может и должно активно влиять.

Повышение эффективности использования оборотных средств обеспечивается ускорением их оборачиваемости на всех стадиях кругооборота.

В 2011 г. по отношению к 2007 г. коэффициент оборачиваемости оборотных средств снизился на 0,12 или 5,7%, соответственно увеличился коэффициент загрузки оборотных средств. Среднесуточный оборот капитала увеличился на 222,4 тыс. руб. а продолжительность одного оборота увеличилась на 10,8 дней. В динамике за исследуемый период времени прослеживается увеличение материалоотдачи как по валовой продукции на 34,9%, так и по денежной выручке на 20,2%, и снижение материалоемкости на 26,1% и 17,1% соответственно.

В целом данное предприятие является финансово устойчивым и независимым. Однако на предприятии видна проблема обеспеченности собственными финансовыми источниками, т.е. существует проблема в соотношении собственных и заемных средств. Также данное предприятие не имеет свободных денежных средств и их эквивалентов для погашения обязательств, а также средств для расширения производства.

Важнейшей задачей стратегического управления является установление и поддержание динамического взаимодействия организации с окружающей средой, призванное обеспечить ей преимущества в конкурентной борьбе, что достигается за счет предоставления покупателю продукта фирмы. Поэтому маркетинг объективно занимает позицию одной из ведущих функций стратегического управления. Для целого ряда организаций в зависимости от того, какие они преследуют цели и какие реализуют стратегии, маркетинг является ключевой функцией, обеспечивающей их успешное функционирование.

Маркетинговая деятельность в СПК Агрофирма «Культура» организована по функционально-рыночному признаку. Самостоятельного отдела маркетинга на предприятии нет. Но на работников отдела реализации возложено выполнение маркетинговых функций.

Задачами работников, выполняющих маркетинговые функции, являются обеспечение руководителя информацией о том, какие товары и почему хотят покупать потребители, какова динамика спроса на рынках, а также в какие виды производства наиболее выгодно инвестировать средства, и изучать различные варианты эффективности затрат на производство и реализацию продукции.

Для определения потребности в проведении маркетинговых исследований кооператив проводит мониторинг внешней среды, используя мониторинговую систему. Главной целью использования мониторинговой системы является предоставление оперативной информации руководству организации. Такая информация позволяет руководству оценить, соответствуют ли результаты их текущей оперативной деятельности запланированным целям; оказали ли влияние принятые законы на покупательную способность потребителей, на деятельность предприятий отрасли; имели ли место изменения системы ценностей потребителей и их стиля жизни; были ли использованы конкурентами новые стратегии.

Руководство кооператива, осуществляя мониторинг внешней среды, получает информацию из множества источников, таких как:

- официальные издания (газеты и журналы; реклама, прайс-листы и отчеты конкурентов);
- коммуникации (специалист коммерческого отдела по маркетингу проводит беседы и переговоры с клиентами, поставщиками, персоналом торгового отдела предприятия с целью получения информации о сложившейся ситуации на рынке, о возможном изменении цен на товары и услуги предприятия).

В качестве источников внутренней информации в СПК Агрофирма «Культура» используют:

- бухгалтерскую отчетность;
- должностные инструкции;
- договора на поставку продукции (оказание услуг), подписанные обеими сторонами, в котором оговариваются порядок доставки и приема продукции, порядок расчета, ответственность сторон, дополнительные условия (срок действия договора, регулирование возникших разногласий между сторонами и т.д.), юридические адреса сторон;
- прайс-листы.

Внутренняя информация на предприятии предоставляется в электронном или бумажном виде.

Наиболее широко используемыми методами проведения маркетинговых исследований в СПК АФ «Культура» являются методы анализа документов, методы опроса потребителей и экспертные оценки.

Маркетинговая деятельность СПК Агрофирма «Культура» имеет множество недостатков, одним из них является недостаточная функциональная эффективность коммерческого отдела по маркетингу. Так как не осуществляется многоплановое изучение рынка, не проводятся исследования по изучению конъюнктуры на географических и демографических сегментах рынка, не разрабатывается в должной ме-

ре маркетинговая стратегия на долгосрочный, среднесрочный и краткосрочный периоды.

Проводимые маркетинговые исследования в кооперативе носят разовый характер, а для эффективной деятельности данные мероприятия должны быть систематическими. Полученная информация в ходе проведения маркетинговых исследований проходит длительную обработку, поскольку находится в достаточно хаотичном состоянии и перевод ее в удобный для использования вид, требует больших временных затрат, а также оказывают большую нагрузку на работников отдела реализации выполняющих маркетинговые функции. Полученная после обработки информация в кооперативе используется частично, множество проблем выявленных в ходе проведенного исследования так и остаются не решенными. Широта применения тех или иных методов при проведении маркетинговых исследований определяется также возможностями кооператива использовать их самостоятельно или покупать результаты таких исследований. Выбор конкретного типа исследования во многом определяется целями исследования и задачами, которые решаются на отдельных этапах его проведения.

Свободный рынок предлагает покупателям широкое разнообразие товаров и услуг. Успех предприятия зависит от того, что выберут покупатели: продукцию СПК Агрофирма «Культура» или продукцию конкурентов. Чтобы работать успешно, перспективному предприятию необходимо быть такой организацией, вся деятельность которой ориентирована на покупателя и осуществлять эффективное управление маркетингом на предприятии. Поэтому СПК Агрофирма «Культура» необходимо создать систему, которая бы занималась решением данных вопросов.

Организация маркетинговой деятельности, или маркетинга, включает в свой состав: построение (совершенствование) организационной структуры управления маркетингом; подбор специалистов по маркетингу (маркетологов) надлежащей квалификации; распределение задач, прав и ответственности в системе управления маркетингом; создание условий для эффективной работы сотрудников маркетинговых служб (организация их рабочих мест, предоставление необходимой информации, средств оргтехники и др.); организацию эффективного взаимодействия маркетинговых служб с другими службами организации.

Таким образом, внедрение отдела маркетинга и оптимизация управления маркетинговой службой будет способствовать достижению наиболее высоких результатов, как всего кооператива, так и отдельных его отраслей.

Таким образом, не имея отдела маркетинга, СПК Агрофирма

«Культура», нерационально использует имеющиеся ресурсы, тем самым теряя возможность получения дополнительной прибыли. Так как практически не пользуется услугами средств массовой информации, также у предприятия слабо обновляется сайт в Интернет. Все это негативно сказывается на объемах продаж, выручке и в конечном итоге на прибыли.

На основании полученной оценки о степени готовности предприятия к мероприятиям по совершенствованию маркетинговой деятельности можно сделать следующий вывод: компания в целом готова к формированию единой службы маркетинга, на которую будут возложены обязанности по исследованию, планированию, организации и контролю деятельности предприятия, а также по проведению агрессивной рекламной компании

В качестве мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности кооперативу были предложены следующие мероприятия: создание отдела маркетинга и разработка рекламной компании.

Таким образом, затраты по внедрению отдела маркетинга на предприятие за 1 год потребует затрат равных затратам по организации рабочего места специалистов отдела маркетинга + годовым затратам на содержание отдела маркетинга, а именно 506200 руб., в последующие годы затраты будут равняться 448200 руб.

Годовой экономический эффект от введения в штат отдела маркетинга составит 1738736 руб., что говорит о высокой эффективности предложенных мероприятий.

Под экономической эффективностью рекламы понимают результаты рекламы в стоимостном выражении. Эти результаты могут характеризоваться улучшением показателей деятельности розничного торгового предприятия: ростом его товарооборота, увеличением прибыли, снижением уровня издержек обращения, ускоренной оборачиваемости средств в товарах, снижением сверхнормативных товарных запасов. В зарубежной практике придается большое значение экономической эффективности рекламы. Экономическую эффективность рекламы определяют, например, сопоставляя расходы на рекламу с размером дополнительной прибыли, полученной в результате роста товарооборота под воздействием рекламы. В случаях когда размер прибыли окажется больше общей суммы затрат на рекламу или же равной этой сумме, реклама считается экономически эффективной. Об эффективности рекламы судят также, сопоставляя данные о продаже за два аналогичных отрезка времени до и после применения рекламы или данные об одновременной продаже товара с применением рекламы и без нее.

Абсолютно точно определить эффективность отдельных средств рекламы, рекламной кампании в большинстве случаев не представляется возможным. Однако приблизительные подсчеты оправдывают себя.

В результате рекламных мероприятий для СПК Агрофирма «Культура» планируется увеличение товарооборота продукции на 14%.

Экономический эффект от рекламной кампании составил 2 млн 921 тыс. руб. Рентабельность предлагаемых мероприятий - 85,3%. Кроме того, рекламная кампания окажет положительное психологическое воздействие на сознание потребителя.

Таким образом, успешная реализация предложенных мероприятий позволит СПК Агрофирма «Культура» улучшить имидж предприятия, укрепить свои позиции на уже освоенных рынках, а также выйти на новые. Данные мероприятия помогут получить дополнительную прибыль и укрепить свое финансовое состояние, тем самым уменьшив зависимость от кредиторов, что является важнейшим фактором эффективно функционирования фирмы в сложившихся рыночных условиях.



Потанов Д.С., Ворочай С.В.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КП «БТИ» г. ЛЮДИНОВО

Управление инновационной деятельностью КП «БТИ» не происходит вне связи со стратегией фирмы. Оно должно быть именно встроено в стратегию фирмы. Однако при этом могут возникать проблемы различного рода. Например, фирма ориентирована на получение краткосрочных результатов, снижение затрат, получение квартальной прибыли. Вместе с тем новшества, являющиеся результатом научных исследований и разработок, не появляются регулярно через равные промежутки времени, следовательно, понадобится не один год, прежде чем новшество начнет приносить прибыль. У каждой инновации свой цикл подготовки и реализации, множество альтернативных подходов, различные возможности регулирования.

Успех инновационных изменений во многом зависит от того, насколько они учтены в стратегических планах КП «БТИ». Учет развития новых технологий, ограниченного и прерывистого характера этого развития будет способствовать повышению качества оказываемых услуг и конкурентоспособности КП «БТИ» в целом.

Формируя инновационные проекты, руководству КП «БТИ» следует учитывать их особенности и эффективность: проекты, нацелен-

ные на получение краткосрочных результатов и содержащие минимальный риск, но дающие скромную выгоду; среднесрочные проекты со средним уровнем риска и средней выгодой; долгосрочные проекты с высокой степенью риска и потенциально большой выгодой. Высшим руководством создается среда, в которой новые идеи и новые изделия являются неотъемлемой частью культуры и стиля организации.

При разработке инновационного проекта и управлении его реализацией следует располагать информацией о современных достижениях науки и техники, создавать стратегические альянсы с другими компаниями, вузовским сектором науки, что повысит отдачу вложений в инновационный проект.

Сегодня внедрение спутниковой системы точного позиционирования позволяет при любой погоде определить точные координаты точек и границы земельных участков, что значительно облегчает проведение геодезических и картографических работ, тем самым значительно сокращая затраты на их проведение.

Развитие инновационной деятельности в КП «БТИ» позволит решить один из основных вопросов функционирования предприятия, это повышение качества оказываемых услуг с одновременным снижением себестоимости проведения работ по оценке стоимости земельных участков и будет способствовать достижению целей, как направленных на получение текущей прибыли, так и на удовлетворение желаний потребителей. Это управление следует ориентировать на укрепление сильных сторон КП «БТИ», таких как высокая квалификация и опыт персонала, исследование и внедрение по мере возможности современных технологий, доверие со стороны банков и клиентов.

Среди функционирующих предприятий, занимающихся вопросами технической инвентаризации, в более выгодном положении оказываются те, руководство которых уже поняло опасность отставания системы управления от роста объемов оказываемых услуг и осознало необходимость использования цивилизованных рыночных методов, полезность всесторонней и многовариантной проработки управленческой тактики, концентрации сил перед очередным серьезным шагом, связанным, например, с закупкой и внедрением нового оборудования для повышения качества оказываемых услуг и дальнейшего развития предприятия.

Прежде, чем вложить деньги в инновационный проект, необходимо проанализировать все стороны данной технико-экономической операции, т.к. в противном случае предприятие понесет значительные убытки, которые могут иметь негативные последствия.

Из рассмотренных вариантов, предлагаемых для закупки оборуду-

дования, наилучшим явился комплекс радиопередающих и принимающих устройств компании «СТП-МОБТИ». Данный комплекс представляет собой систему референчных станций, расположенных по всей территории Калужской области и оборудованных приемниками сигналов от спутниковых группировок (ГЛОНАСС, GPS). Сеть станций покрывает всю территорию Калужской области. Внедрение «СТП-МОБТИ» позволит значительно повысить производительность кадастровых работ и точность измерений. Область практического применения – определение координат характерных точек контуров объектов капитального строительства на земельном участке, поворотных точек границ земельных участков, используемых при технической инвентаризации, для подготовки межевых планов, ситуационных планов кадастровых паспортов. Разрабатываются и внедряются системы автоматизации документооборота, обмена данными, диспетчеризации приема заказов и выдачи исполненной документации заказчикам.

Подготовка профессиональных кадров в системе технической инвентаризации принесла свои плоды: появились первые аттестованные кадастровые инженеры. Предприятию, ответственно подходящему к соблюдению интересов заказчиков, предстоит решить ряд задач по выстраиванию новых трудовых отношений с кадастровыми инженерами с целью обеспечения гарантированного качества кадастровых работ, наладить партнерское взаимодействие с органами государственного кадастрового учета и саморегулируемыми организациями кадастровых инженеров.

Для развития технической инвентаризации необходимо совершенствовать технологии работ и нормативно-правовую базу, регламентирующую состав и точность получаемых результатов. Задача разработки государственных стандартов и правил по инвентаризации объектов в составе кадастровой деятельности представляется весьма актуальной. В этом отношении перспективно участие КП «БТИ» в работе профессиональных общественных объединений и взаимодействие с саморегулируемыми организациями в сфере кадастровых отношений.

КП «БТИ» стоит обратить более пристальное внимание на такие виды деятельности в отношении недвижимости, как кадастровая и рыночная оценка, инженерно-геодезические изыскания для проектирования объектов капитального строительства, экспертиза, оказание посреднических услуг при операциях с недвижимым имуществом, в результате которых осуществляется первичная регистрация права, перехода права на объекты недвижимого имущества.

Будущее системы технической инвентаризации видится в оказании комплекса услуг в сфере оборота недвижимого имущества на ка-

чественно новом профессиональном уровне, это позволит компенсировать утрату государственных функций. Стоимость данного комплекса с технической поддержкой специалистов «СТП-МОБТИ» и его содержанием составляет 217 тыс. руб. КП «БТИ» на 2011 г. имеет чистой прибыли порядка 369701 тыс. руб., что позволит предприятию приобрести данный комплекс, который впоследствии позволит значительно повысить качество предоставляемых услуг, а также снизит себестоимость проведения работ по технической инвентаризации земель и выведет предприятие на новый уровень развития.

В целом, реальной возможностью повышения эффективности деятельности для КП «БТИ» является обеспечение совершенствования действующих технологических процессов кадастровой оценки земельных объектов, а также приобретение новых технологий и полное их освоение с целью снижения себестоимости.

Цель создания данной системы - повышение качества и производительности геодезических измерений при проведении землеустроительных работ и изысканий под строительство, ведение картографической части банка пространственных данных интегрированной региональной информационной системы Калужской области.

Реализация проекта позволит пользователям вдвое повысить эффективность эксплуатации оборудования при производстве съемочных работ, задействуя только один подвижный приемник ГЛОНАСС/GPS и имея доступ к данным, накопленным сетью постоянно действующих станций.

СОМС Калужской области будет включать шесть базовых постоянно действующих станций ГЛОНАСС/GPS, расположенных в максимально защищенных от вандализма местах – зданиях администраций муниципальных образований. Расстояние между станциями составляют не более 100 км.

Координаты, полученные при работе с использованием СОМС, соответствуют точности полигонометрии 3 класса при использовании двухчастотных приемников и 4 класса при использовании одночастотных приемников. Что касается технологии измерений в режиме реального времени (RTK), то установленные во всех приемниках базовых станций радиомодемы способны передавать поправки в базовые измерения в форматах RTCM 104 и CMR по каналу GSM.

С помощью данного проекта возможно дальнейшее развитие КП «БТИ» путем реализации инвестиционного проекта по внедрению комплекса референчных станций, позволяющих определять координаты характерных точек контуров объектов капитального строительства на земельном участке, поворотных точек границ земельных участков,

используемых при технической инвентаризации, для подготовки межевых планов, ситуационных планов кадастровых паспортов.

Осуществление данного преобразования предполагается провести в следующем порядке:

- закупка и установка оборудования;
- обучение персонала;
- организация качественной и бесперебойной работы данного оборудования.

Основными затратами на покупку и установку данного комплекса является стоимость оборудования (83%).

Ввод в действие данного комплекса на территории Калужской области позволит обеспечить эффективное внедрение новых технологий координатно-временного и навигационного обеспечения, в том числе СДКМ, создать современные сервисы для специализированных организаций, выполняющих работы в интересах различных потребителей (землеустройство, строительство, природные ресурсы, дорожное и сельское хозяйство и т.д.), а также подготовить условия для актуализации регионального банка пространственных данных.

Отношение результатов от инноваций и затрат может быть выражено как в натуральных, так и в денежных величинах и показатель эффективности при этих способах выражения может оказаться разным для одной и той же ситуации. Но, главное, нужно четко понять: эффективность – это всегда отношение.

В целом проблема определения экономического эффекта и выбора наиболее предпочтительных вариантов реализации инноваций требует, с одной стороны, превышения конечных результатов от их использования над затратами на разработку, изготовление и реализацию, а с другой – сопоставления полученных при этом результатов с результатами от применения других аналогичных по назначению вариантов инноваций.

Метод исчисления эффекта (дохода) инноваций, основанный на сопоставлении результатов их освоения с затратами, позволяет принимать решение о целесообразности использования новых разработок.

Для оценки общей экономической эффективности инноваций может использоваться система показателей: интегральный эффект, индекс рентабельности, норма рентабельности, период окупаемости.

1. Интегральный эффект представляет собой величину разностей результатов и инновационных затрат за расчетный период, приведенных к одному, обычно начальному году, то есть с учетом дисконтирования результатов и затрат.

Интегральный эффект имеет также другие названия, а именно:

чистый дисконтированный доход, чистая приведенная или чистая современная стоимость, чистый приведенный эффект.

2. Индекс рентабельности инноваций.

Метод дисконтирования – метод соизмерения разновременных затрат и доходов, помогает выбрать направления вложения средств в инновации, когда этих средств особенно мало. Данный метод полезен для организаций, находящихся на подчиненном положении и получающих от вышестоящего руководства уже жестко сверстанный бюджет, где суммарная величина возможных инвестиций в инновации определена однозначно.

В таких ситуациях рекомендуется проводить ранжирование всех имеющихся вариантов инноваций в порядке убывающей рентабельности.

В качестве же показателя рентабельности можно использовать индекс рентабельности. Он имеет и другие названия: индекс доходности, индекс прибыльности.

Индекс рентабельности представляет собой соотношение приведенных доходов к приведенным на эту же дату инновационным расходам.

Индекс рентабельности тесно связан с интегральным эффектом, если интегральный эффект положителен, то индекс рентабельности > 1 , и наоборот. Если индекс рентабельности > 1 инновационный проект считается экономически эффективным. В противном случае индекс рентабельности < 1 – неэффективен.

Предпочтение в условиях жесткого дефицита средств должно отдаваться тем инновационным решениям, для которых наиболее высок индекс рентабельности.

3. Норма рентабельности представляет собой ту норму дисконта, при которой величина дисконтированных доходов за определенное число лет становится равной инновационным вложениям. В этом случае доходы и затраты инновационного проекта определяются путем приведения к расчетному моменту времени.

Данный показатель иначе характеризует уровень доходности конкретного инновационного решения, выражаемый дисконтной ставкой, по которой будущая стоимость денежного потока от инноваций приводится к настоящей стоимости инвестиционных средств.

Норма рентабельности определяется аналитически, как такое пороговое значение рентабельности, которое обеспечивает равенство нулю интегрального эффекта, рассчитанного за экономический срок жизни инноваций.

Получаемую расчетную величину нормы рентабельности сравнивают с требуемой инвестором нормой рентабельности. Вопрос о принятии инновационного решения может рассматриваться, если значение нормы рентабельности не меньше требуемой инвестором величины.

Если инновационный проект полностью финансируется за счет ссуды банка, то значение нормы рентабельности указывает верхнюю границу допустимого уровня банковской процентной ставки, превышение которого делает данный проект экономически неэффективным.

В случае, когда имеет место финансирование из других источников, то нижняя граница значения нормы рентабельности соответствует цене авансируемого капитала, которая может быть рассчитана как средняя арифметическая взвешенная величина плат за пользование авансируемым капиталом.

Инвестирование в условиях рынка сопряжено со значительным риском и этот риск тем больше, чем длиннее срок окупаемости вложений. Слишком существенно за это время могут измениться и конъюнктура рынка, и цены. Этот подход неизменно актуален и для отраслей, в которых наиболее высокие темпы научно-технического прогресса и где появление новых технологий или изделий может быстро обесценить прежние инвестиции.

Наконец, ориентация на показатель «период окупаемости» часто избирается в тех случаях, когда нет уверенности в том. Что инновационное мероприятие будет реализовано и потому владелец средств не рискует доверить инвестиции на длительный срок.

После того, как бизнес-план инновационного проекта разработан, начинается следующий этап – проведение изменений. Значимость определения различных видов эффекта от реализации изменений возрастает в условиях современной экономики.

В качестве экспертов, определяющих эффект от системы, выступали директор организации, главный экономист, главный бухгалтер и специалист, привлеченный со стороны и имеющий опыт оценки по данному вопросу на предприятиях Калужской области. Эксперты определили, что предложенные мероприятия по внедрению спутниковой опорной межевой сети позволят увеличить денежную выручку предприятия на 7%, а себестоимость снизить на 10%. Остальные показатели останутся постоянными.

Следствием предложенных мероприятий станет рост уровня рентабельности основной деятельности с 9,83 до 18,48 п.п. Внедрение СОМС значительно повысит качество оказываемых услуг и коренным образом изменит работу КП «БТИ».

Чистый приведенный доход представляет собой величину разностей результатов инвестиционных затрат за расчетный период, приведенных к одному моменту времени, т.е. с учетом дисконтирования денежного потока и инвестиционных вложений и составит 725,4 тыс. руб.

Так как ЧПД данного проекта величина положительная, то име-

ет место превышение денежного потока над инвестиционными вложениями, следовательно, проект к рассмотрению принимается. Индекс доходности показывает, сколько дохода получает инвестор в результате осуществления этого проекта на каждый вложенный рубль. В данном проекте ИД > 1 (4,34), следовательно, проект можно считать экономически эффективным. Период окупаемости – это минимальный временной интервал от начала осуществления проекта, за пределами которого чистый приведенный доход становится не отрицательным. Проект окупится через 14 месяцев после начала его реализации. Таким образом, предлагаемые мероприятия по внедрению спутниковой опорной межевой сети КП «БТИ» являются эффективными и целесообразными, что подтверждают произведенные расчеты.



Пугачева М.А., Швецова О.А.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОДХОДА К УПРАВЛЕНИЮ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Способность и умение руководства организации быстро перестраиваться в условиях нарастающих изменений во внешней среде, не упускать возможности, открываемые рынком, видеть перспективы развития, – все эти качества сегодня становятся главными аргументами деятельности предприятия в конкурентной борьбе. Практика показывает, что те организации, которые осуществляют комплексное стратегическое планирование и управление, работают более успешно и получают прибыль значительно выше средней по отрасли.

Таким образом, в современных условиях стратегический подход к управлению следует рассматривать как одно из перспективных направлений повышения эффективности хозяйственной деятельности предприятия.

Новозыбковский хлебокомбинат является обособленным структурным подразделением ОАО «Хлебогор», расположенным вне места его нахождения, предметом деятельности которого является производство хлебобулочной продукции.

Результаты хозяйственной деятельности хлебокомбината показали, что за исследуемый период времени такие показатели, характеризующие размер предприятия, как денежная выручка и среднегодовая численность работников уменьшились на 38,6%, на 11,5% соответственно. Среднегодовая стоимость основных средств на 9,3% за период исследования увеличились.

На протяжении исследуемого периода времени основным видом продукции, выпускаемым и реализуемым Новозыбковским хлебокомбинатом, являются хлебобулочные изделия, на долю которых в 2011 г. приходится 94,9% всей денежной выручки предприятия.

В процессе исследования был выявлен ряд факторов внешней среды, которые влияют на деятельность ОАО «Хлебогор» и игнорирование которых может ухудшить положение предприятия на рынке в будущем.

Однако, расчет количественной степени влияния факторов макро- и микросреды на деятельность хлебокомбината показал, что внешняя среда и косвенного и прямого воздействия оказывает стабильное влияние на деятельность предприятия. Наибольшую значимость для ОАО «Хлебогор» представляют такие факторы внешней среды косвенного воздействия как колебание спроса, изменение налоговых ставок, рост уровня доходов населения, рост темпов инфляции. Особенно отрицательное воздействие на деятельность хлебокомбината оказывает такой фактор внешней среды прямого воздействия как зависимость качества продукции хлебокомбината от качества продукции поставщиков. Наиболее положительное воздействие оказывает такой фактор внешней среды ближнего окружения как высокий спрос на хлебобулочные изделия.

Исследование внутренней среды показало, что для предприятия характерны сильные позиции. Однако значительным недостатком деятельности хлебокомбината является низкий уровень предприятия в области маркетинга: отсутствие понятной маркетинговой концепции, проведения маркетинговых исследований. Отрицательным моментом является и то, что на хлебокомбинате отсутствует внедрение научных разработок.

Результаты диагностики позволяют охарактеризовать состояние системы стратегического управления ОАО «Хлебогор» как неблагоприятное. Отсутствие эффективно функционирующей системы бизнес-процессов стратегического анализа, стратегического выбора, стратегического выполнения и контроля не позволяет системе стратегического управления ОАО «Хлебогор» быть хорошим инструментом управления для высшего руководства. Кроме того, на предприятии в настоящий момент не имеется необходимых стандартов и инструкций, регламентирующих и обеспечивающих функционирование системы стратегического управления. Предприятие имеет неудовлетворительную методическую базу для обеспечения функционирования своей системы маркетинга, она неэффективно используется в основном по причине того, что маркетинговый подход пока не стал, по сути, для руководства хлебокомбината основой его будущего развития.

С целью определения возможных направлений стратегического развития хлебокомбината исследовано проблемное поле ОАО «Хлебогор» с помощью корреляционного SWOT-анализа, что позволило предложить ряд мероприятий:

- выход на новые рынки (проникновение на привлекательные рынки);
- укрепление позиций хлебокомбината на существующем рынке;
- расширение ассортимента выпускаемой продукции;
- увеличение объемов реализации (продаж);
- проведение рекламной кампании;
- укрепление связей предприятия с поставщиками;
- обновление и модернизация оборудования;
- отслеживание разработок (новых технологий производства) на рынке хлебопечения.

Согласно разработанному «дереву краткосрочных целей» руководству ОАО «Хлебогор» Новозыбковский хлебокомбинат целесообразно сосредоточить свои усилия на расширении границ деятельности предприятия.

Стратегический подход к управлению современной организацией предполагает непрерывный процесс отслеживания изменений, происходящих во внешней среде. Поэтому для выявления потребительских предпочтений и уточнения их требований к характеристикам хлебобулочных изделий производства ОАО «Хлебогор» был проведен опрос, результаты которого позволили разработать общий профиль конкурентоспособности хлебобулочной продукции предприятия.

Согласно профилю в настоящее время руководству хлебокомбината целесообразно сосредоточить свои усилия на полезности и упаковке хлебобулочных изделий.

На основании результатов корреляционного SWOT-анализа, выявления приоритетных целей развития хлебокомбината (на основе построения семантического дифференциала факторов конкурентоспособности хлебобулочной продукции) можно сделать вывод, что для ОАО «Хлебогор» целесообразным представляется внедрение нового продукта – хлеба «Трапезный» с отрубями как самого известного вида «полезного» хлеба.

Кроме того, поскольку для потребителя важным является факт наличия упаковки, то вторым направлением системы стратегических изменений в деятельности ОАО «Хлебогор» стать закупка и установка оборудования по упаковке хлебобулочных изделий, позволяющего сохранять вкусо-ароматические качества продукта и увеличить срок хранения изделий.

Общая сумма затрат по внедрению в деятельность хлебокомбината комплекса стратегических мероприятий составит 2 млн. 6 тыс. руб.

В результате реализации стратегических мероприятий, направленных на достижение приоритетной цели – расширение границ деятельности предприятия, хлебокомбинат получит дополнительно прибыль в размере 1745 тыс. руб., а рентабельность продаж составит 9,6%, что больше рентабельность продаж в 2011 г. на 3,59 п.п.

Таким образом, совершенствование стратегического подхода к управлению, основанного на непрерывном процессе отслеживания изменений во внешней среды, позволит ОАО «Хлебогор» постепенно наращивать объемы получаемой прибыли, а также поддерживать предприятие в условиях рынка на достаточно высоком уровне конкурентоспособности.



Мастеренко А.С., Хохрина О.М.

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКОЙ В ООО «ЭЛЕОТ» Г. БРЯНСКА

В настоящее время практически все предприятия уже в достаточной мере осознали необходимость наличия четко спланированного маркетингового плана действий. В структуре многих из них существуют соответствующие службы, которые в той или иной степени работают с информацией и делают на ее основе выводы о положении компании на рынке и о формировании маркетинговой стратегии предприятия. Каждая компания самостоятельно определяет маркетинговую политику в области управления сбытом и выборе каналов распределения. Маркетинг в последние годы успешно развивается и активно применяется на практике, особенно крупными организациями. Он способствует выживанию компаний на рынке, помогает не только сохранить, но и увеличить сегмент рынка, на котором функционирует предприятие. В роли специалистов по маркетингу нередко выступают сами владельцы и менеджеры малого бизнеса. Они вовлечены в процесс взаимодействия со СМИ, обществом, работниками, заказчиками, поставщиками, финансистами, а также в политические взаимоотношения. Подобные усилия продвигают и защищают малый бизнес и увеличивают его прибыльность и рентабельность.

Для успешной работы все функции организации должны быть согласованы и направлены на достижение поставленных перед нею

целей. В успешной организации каждая функция оказывает влияние на удовлетворение клиента.

Управление маркетинговой политикой в организации было рассмотрено на материалах ООО «ЭЛЕОТ» г. Брянска. ООО «Элеот» строит свое управление исходя из разных концепций – финансовой, просчитывая наиболее оптимальные сферы расходов и инвестиций и товарной, закупая более качественные товары для последующей перепродажи. Однако, в настоящее время, по многочисленным исследованиям ученых и практических подтверждений работающих торговых предприятий, наибольший эффект в управлении дает маркетинговая концепция, ориентированная на выяснение и удовлетворение запросов потребителей определенного целевого рынка.

На основании проведенного анализа системы маркетинга в ООО «Элеот» можно сделать ряд выводов. Исследуемое предприятие является микро-предприятием по масштабам деятельности и численности персонала.

Проанализировав маркетинговую деятельность предприятия можно отметить следующие основные моменты. Основной целью деятельности ООО «Элеот» является получение прибыли в процессе продаж хозяйственных товаров, а именно – инструментов, сантехники и аксессуаров, водопроводного и газового оборудования.

В ООО «Элеот» не создано отдельное подразделение, осуществляющее маркетинговую деятельность, однако, определенные функции в данной области выполняет отдел продаж. Основными задачами данного отдела являются, организация сбыта продукции; подготовка и заключение договоров на реализацию продукции; планирование поставок продукции в соответствии с заключенными договорами; выполнение планов поставок в сроки и в объеме в соответствии с заказами и заключенными договорами; учет отгруженной продукции; учет и контроль поступлений платежей от потребителей.

ООО «Элеот» продвигает свою продукцию на рынке с помощью личных продаж и рекламы в СМИ, но этого недостаточно, в связи, с чем необходимо осуществлять стимулирование продаж и совершенствование рекламной деятельности.

Стратегией фирмы на данный момент является стратегия массового маркетинга. Предприятие не выделяет сегменты рынка, и маркетинг рассматривается как однородный, недифференцированный. При этом «Элеот» выходит на рынок с одним предложением по товарам, как для оптовых, так и для розничных покупателей и ставит перед собой задачу привлечь к товарам как можно большее количество покупателей с помощью стандартного, унифицированного комплекса марке-

тинга. Однако, проведенный анализ позволил выявить несколько целевых сегментов потребителей, таких как розничные покупатели и оптовые покупатели. В связи с этим предприятию целесообразно применять стратегию концентрированного маркетинга.

Стратегия концентрированного маркетинга требует от предприятия сосредоточения усилий на одном или нескольких, но обязательно прибыльных сегментах рынка. По своему содержанию эта стратегия соответствует концепции рыночной ниши, ее рекомендуется применять при ограниченных ресурсах. Поэтому она наиболее предпочтительна для средних и малых предприятий, каким и является ООО «Элеот».

Для принятия и реализации стратегии, путем построения матрицы BCG были определены товары, приносящие наибольшую прибыль, - это две бизнес-единицы («инструменты» и «сантехника и аксессуары»). Данные ассортиментные группы попали в квадранты «Звезды» и «Дойные коровы», следовательно, они являются основным источником финансовых средств и приносят прибыль больше, чем необходимо для поддержания их роста. Газовое и водное оборудование относятся к группе «Знаков вопроса». Для этой группы товаров были разработаны предложения по стимулированию сбыта.

Далее, с учетом выбранной для ООО «Элеот» стратегии концентрированного маркетинга, был разработан комплекс предложений по стимулированию сбыта для каждого из сегментов. А именно для розничной торговли было предложено предоставление скидок постоянным клиентам в размере 5% и использование программы лояльности для покупателей. Для оптовых покупателей было предложено использовать бонусные скидки и скидки по дисконтной карте; предоставление рассрочки частным лицам при покупке крупных партий товаров сроком до 3-х месяцев.

Наряду с предложениями по стимулированию розничных и оптовых продаж было предложено мероприятия, совершенствующие рекламную деятельность в ООО «Элеот»:

- создание интернет-сайта ООО «Элеот»;
- размещение рекламных стикеров ООО «Элеот» в салонах троллейбусов города Брянска.

Актуальность данных мероприятий обусловлена тем, что на сегодняшний день работа в интернете становится не просто дополнением к торговому виду деятельности, а неотъемлемой частью стратегических маркетинговых усилий компании.

Реклама в салоне транспорта представляет собой один из наиболее популярных, недорогих и эффективных видов массовой рекламы. Основным достоинством которой, является то, что она оказывает

огромное влияние на достаточно большое количество граждан, пользующихся общественным муниципальным транспортом, тем самым она будет способствовать увеличению клиентов в ООО «Элеот».

Таким образом, был предложен комплекс мероприятий по продвижению товаров в ООО «Элеот», который должен сформировать у потребителей определенный уровень знаний о продукции, стимулировать сбыт продукции, сделать из потенциальных покупателей постоянных потребителей.

Как показали расчеты, реализация указанных мероприятий позволит ООО «Элеот» получить экономический эффект – увеличить прибыль от продаж на 33%, рентабельность продаж – на 2,4%. Однако, наиболее существенным результатом внедрения указанных мероприятий следует считать общий рост конкурентоспособности предприятия, полученный в результате методически правильного подхода к управлению маркетинговой политикой.



Жиденко О.Ю., Геращенко Т.М.

ПЛАНИРОВАНИЕ И ОПТИМИЗАЦИЯ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРУКТУРНОГО ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ «АПТЕКА № 157» ГУП «БРЯНСКФАРМАЦИЯ» Г. БРЯНСКА

Существующая на сегодняшний день система рыночных отношений предъявляет более высокие требования к финансовому планированию, чем система директивного управления, так как при рыночных отношениях за все неблагоприятные последствия деятельности, в том числе и за просчеты в финансовом планировании, ответственность несет непосредственно предприятие.

«Аптека № 157» ГУП «Брянскфармация» осуществляет следующие виды деятельности: реализацию населению готовых лекарственных препаратов, в том числе наркотических средств и психотропных веществ, по рецептам и без рецептов врача, учреждениям здравоохранения по требованиям или по заявкам.

Изучив общие сведения о работе и развитии структурного подразделения, представим показатели размера предприятия: стоимость валовой продукции за анализируемый период увеличилась на 4,1% за счет увеличения цен на продукцию, объема поставок и их реализации.

Также возросла и выручка на 21,3% за счет увеличения продаж. Среднесписочная численность работников за анализируемый промежуток времени осталась неизменной.

Проанализировав структуру денежной выручки, мы выяснили, что наибольшую долю в общей структуре денежной выручки аптеки за весь анализируемый период занимает реализация сердечно-сосудистых средств (в среднем 14,3%), желудочно-кишечных средств (в среднем 14%). Что касается остальных видов лекарственных средств, то их доля гораздо меньше в общей выручке, особенно это касается офтальмологических средств – в среднем 4,6%, средств личной гигиены – 5,9% в среднем. Не смотря на это, группа «Прочие» занимает в среднем 13,4% от общего объема денежной выручки, и, что важно, насчитывает она более 18 ассортиментных групп.

Характеризуя финансовые результаты деятельности, отметим, что коэффициент текущей ликвидности превышает нормативное значение ($2,51 \geq 2,0$), что свидетельствует о достаточном количестве средств, которые могут быть использованы для погашения краткосрочных обязательств, и поэтому предприятие могут признать финансово устойчивым.

Финансовая стратегия структурного подразделения охватывает все стороны его деятельности, в том числе оптимизацию основных и оборотных средств, распределение прибыли и другие.

Для достижения стратегических целей в соответствии с требованиями рынка и возможностями структурного подразделения «Аптека № 157» ГУП «Брянскфармация» разрабатывается генеральная финансовая стратегия предприятия. В ней определяются задачи формирования финансов и распределяются по исполнителям и направлениям работы.

Разработка финансовой стратегии структурного подразделения «Аптека № 157» ГУП «Брянскфармация» осуществлена с учетом особенностей функционирования и развития предприятия, условий внешней среды, а также целей и направлений деятельности.

Стратегическая карта сбалансированной системы показателей (рис. 1) представляет собой модель, демонстрирующую процессы объединения нематериальных активов и процессы создания стоимости.

Стремление к получению прибыли ориентирует предприятие на увеличение объема производства и снижение затрат. В условиях рыночной экономики этим достигается не только цель предпринимательства, но и удовлетворение общественных потребностей.

Вероятная точка безубыточности, т.е. размер минимального годового объема продаж, при котором структурное подразделение не будет нести убытки, составляет 6255,75 тыс. руб..

Исходя, из данных оценки риска можно сказать, что структурное подразделение «Аптека №157» ГУП «Брянскфармация» с показателем равным 27,57% имеет незначительные риски при реализации продукции.

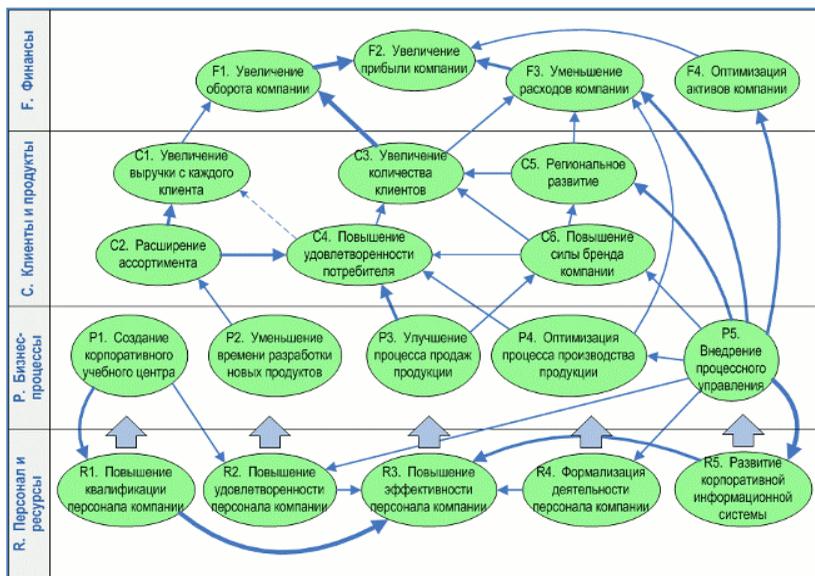


Рис. 1. Стратегическая карта BSC структурного подразделения «Аптека № 157» ГУП «Брянскфармация»

Проведенный анализ и предложенные стратегические и тактические мероприятия позволяют усовершенствовать подходы к планированию деятельности аптеки в среднесрочном и долгосрочном периодах.



Куцёбо С.В., Герашенкова Т.М.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ В ПО «МГЛИНСКОЕ» МГЛИНСКОГО РАЙОНА

Финансовые ресурсы предприятия, образуемые при реализации произведенной или приобретенной для перепродажи продукции, в ходе ведения хозяйственной деятельности используются для выполнения финансовых обязательств перед государством, банками, страховыми организациями, поставщиками материалов и товаров; оплаты

труда и материального стимулирования работников предприятий; финансирования других затрат.

Потребительское общество «Мглинское» - предприятие, занимающиеся торговой, заготовительной, производственной деятельностью. Результаты анализа финансового состояния исследуемого предприятия свидетельствуют о его нормальной финансовой устойчивости. Однако, анализ ликвидности баланса позволяет сделать вывод о том, что ПО «Мглинское» находится в зоне катастрофического риска, то есть имеющее место состояния финансов не позволяет осуществлять платежи не только в настоящем, но и в среднесрочном периоде.

На предприятии не ведется инвестиционная и финансовая деятельность, главным источником денежных поступлений является выручка от реализации. Следует отметить как негативный и тот факт, что темпы роста себестоимости опережают темпы роста выручки от реализации, в связи с чем увеличение валовой прибыли происходит недостаточно быстрыми темпами.

С целью разработки финансовой стратегии для ПО «Мглинское» использована методика выработки видения, то есть будущего желаемого состояния организации, которая содержит элементы перспективного анализа, выявления сильных и слабых сторон предприятия.

В рамках тактических мероприятий по реализации финансовой стратегии предлагается ввести должность финансового менеджера.

Данный специалист должен будет обеспечивать оптимальное научно обоснованное управление финансовыми ресурсами, которое нами предлагается осуществлять на основе использования модели оптимизации финансовой устойчивости, учитывающей частные показатели оценки финансового состояния, и возможность экономии в случае отказа ПО «Мглинское» от предоставляемого поставщиками товарного кредита.

Для разработки модели оптимизации финансовой устойчивости использован метод корреляционно-регрессионного анализа. Произведенные расчеты позволили сделать заключение о том, что при правильном управлении факторами, влияющими на коэффициент финансовой устойчивости, можно активно воздействовать на уровень финансовой устойчивости, повышать его до минимально необходимого, а если он фактически превышает минимально необходимый уровень, – использовать эту ситуацию для улучшения структуры активов и пассивов.

Еще одним направлением улучшения финансового состояния ПО «Мглинское» является увеличение ликвидных активов при неизменном уровне краткосрочных пассивов.

Также предлагается оптимизировать работу потребительского общества с кредиторской задолженностью. В настоящее время ПО

«Мглинское» получает товарный кредит у своих поставщиков на различных условиях, самым выгодным из которых является получение 3% скидки. Данная скидка предоставляется при оплате товара через 20 дней поставки.

При кредитовании в банке предприятие получает кредиты под 17% годовых, что делает краткосрочные кредиты значительно привлекательнее, чем предложения поставщиков по отсрочке платежа, которыми пользуется предприятие. Таким образом, реализуя предложенный подход, предприятие могло бы сэкономить 105 тыс. руб. на начало 2012 г. и 92 тыс. руб. на конец года.

В целом, реализация ПО «Мглинское» предложенных мероприятий по совершенствованию управления финансами с системных позиций, в перспективе финансовая устойчивость предприятия сможет достичь целевых ориентиров.



Кузнецова И.Ю., Геращенко Т.М.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В ООО «КОМБИНАТ «СТРОМА» ВЫГОНИЧСКОГО РАЙОНА

Инновационная деятельность и внедрение инновационных продуктов является залогом успешной деятельности любой фирмы. Многие предприятия не уделяют достаточного внимания инновационным преобразованиям, которые позволили бы им выйти на новый качественный уровень развития и составить конкуренцию лидерам рынка.

Общество с ограниченной ответственностью «Комбинат «Строма», создано в соответствии с ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» и Гражданским кодексом РФ. Форма собственности – частная.

Местоположение предприятия выгодно с точки зрения организации производства и осуществления торговли. Поставщики предприятия в основном находятся в Брянской области, в то время как покупатели имеют широкую географию: Москва, Курск, Брянск, Воронеж и другие города РФ.

Основной вид деятельности: производство кирпича, черепицы и прочих строительных изделий из обожженной глины.

Анализируя хозяйственную деятельность комбината в период с 2010 по 2012 гг. отметим, что выручка от реализации продукции со-

ставила 97360 тыс. руб., прирост к 2010 г. составил 44,3%. ООО «Комбинат «Строма» следует относить к средним по размерам объектам предпринимательства.

Вся выручка предприятия формируется за счет реализации строительного кирпича и камня. Доля кирпича в 2012 г. составляет почти 90%, оставшаяся часть – это камень и прочая реализация.

Оценка инновационных возможностей ООО «Комбинат «Строма»

Критерий / аспект	Вес [от 1 до 5 баллов]	Оценка [от -1 до 5 баллов]	Взвешенная оценка
Корпоративный аспект			
совместимость производственной стратегии предприятия с инновационными идеями	4	5	20
положительное отношение руководства предприятия к нововведениям	4	4	16
Итого	x	9	36
Маркетинговый аспект			
отсутствие отдела маркетинга	3	-4	-12
отлаженная система сбыта продукции	4	5	20
Итого	x	1	8
Научно-технический аспект			
использование передового научно-технологического опыта	4	4	16
Итого	x	4	16
Производственный аспект			
наличие резервов по расширению производства	4	4	16
использование эффекта масштаба производства для снижения себестоимости единицы продукции	5	4	20
Итого	x	8	36
Финансовый аспект			
Недостаточная платежеспособность и прибыльность	3	-4	-12
Итого	x	-4	-12

Согласно методике Альтмана вероятность банкротства ООО «Комбинат «Строма» высокая. Отметим, что ситуация за исследуемый период времени постоянно улучшалась.

Анализ инновационного потенциала ООО «Комбинат «Строма» показал высокие возможности использования ресурсов по корпоративному и производственному аспекту исследования.

Единственный критерий, по которому результаты исследования явились отрицательными, стал финансовый аспект – по причине снижения платежеспособности. Это свидетельствует о том, что для финансирования инноваций комбинату потребуются заемные ресурсы.

В качестве инновационной стратегии была определена стратегия выпуска нового продукта и расширения производства.

Данная стратегия для ООО «Комбинат «Строма» будет иметь следующие плюсы: расширение ассортимента, повышение привлекательности предприятия за счет новых товаров; увеличение выручки от реализации за счет нового продукта и увеличения доли предприятия на рынке строительных материалов; увеличение объемов производства и более полная загрузка производственных мощностей; снижение себестоимости единицы продукции.

В качестве инновационного продукта для ООО «Комбинат «Строма» может выступить производство блоков, которые очень востребованы при строительстве загородных домов, небольших коттеджей.

Выручка предприятия может вырасти с 97360 тыс. руб. до 130053 тыс. руб. или на 33,6%. В результате роста реализации увеличится валовая прибыль на 40,6% больше чем в 2012 г. Такой прирост прибыли возможен за счет снижения себестоимости единицы продукции и экономии от масштаба. Эффективность деятельности может вырасти с 5,25% до 5,54%. Исходя из расчетов, можно сказать, что данный инновационный проект является эффективным и может быть внедрен в деятельность ООО «Комбинат «Строма».



Ковалев И.Н., Геращенко Т.М.

СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ОАО «КЛИНЦОВСКИЙ АВТОКРАНОВЫЙ ЗАВОД»

Ввиду того, что деятельность современных предприятий в условиях рыночной экономики неразрывно связана с риском, неопределенностью и неустойчивостью их социально-экономического развития, управление фирмой в определенной мере должно быть всегда антикризисным.

Весьма существенно, что антикризисное управление носит системный характер и сопряжено с широким кругом проблем, одной из которых является проблема предвидения и распознавания предкризисных явлений. Поскольку разработка антикризисной стратегии и тактики направлена непосредственно на успешное предотвращение кризисных явлений, актуальность данной темы не вызывает сомнений.

ОАО «Клиновский автокрановый завод» - один из самых крупных и авторитетных производителей грузоподъемной техники на территории России и СНГ.

Проведенный ситуационный анализ деятельности ОАО «КАЗ» показал, что предприятие обладает обширной производственной инфраструктурой, высококвалифицированным персоналом и является ключевым игроком на рынке автомобильных и гусеничных кранов. Экономический потенциал предприятия непрерывно развивался на протяжении последних лет. Такая тенденция отмечалась как в отношении имущественного комплекса завода, стоимость которого возросла в исследуемом периоде на 4,18%, так и производственно-сбытовой деятельности, о чем свидетельствуют высокие темпы роста объема валовой продукции, выручки от реализации и чистой прибыли.

ОАО «КАЗ» является специализированным предприятием. На протяжении исследуемого периода доля автомобильных и гусеничных кранов превышала 95%. С 2010 по 2012 гг. выручка от реализации кранов увеличилась на 20,3%. В 2012 г. доля производства автокранов ОАО «КАЗ» в общем объеме производства кранов по России составила 20,2%. Доля ОАО «КАЗ» за 2012 г. выросла на 5,2% по СНГ и составляет 15% рынка.

Структурно-динамический анализ бухгалтерской отчетности показал, что рост стоимости активов предприятия в 2010-2012 гг. был обусловлен динамическими изменениями величины оборотного капитала, а хозяйственная деятельность финансируется в основном за счет собственных источников. Анализ доходов и расходов ОАО «КАЗ» показал, что размер выручки от продаж за рассматриваемый период менялся неравномерно, а себестоимость росла повышающимися темпами.

Проведенный коэффициентный анализ финансового состояния показал, что ОАО «КАЗ» обладает нормальной финансовой устойчивостью, хотя есть угроза потери способности расплачиваться по долгам в долгосрочной перспективе. Ликвидных активов для погашения краткосрочных обязательств у предприятия не хватает, а показатели быстрой и абсолютной ликвидности не достигают нормативов. Показатели оборачиваемости большинства элементов баланса выросли, а средняя продолжительность одного оборота снизилась. Большинство показателей рентабельности увеличились, причем наиболее динамичный рост пришелся на 2011 г., а в отчетном году он несколько замедлился.

Рейтинговая оценка и оценка вероятности банкротства по различным методикам свидетельствует о невысоком риске банкротства ОАО «КАЗ» в средне- и долгосрочной перспективе. Предприятие находится в хорошем финансовом положении и с точки зрения антикризисных мероприятий внимание необходимо уделить превентивным антикризисным действиям.

Поскольку кризис может быть скрытым, для обнаружения его наличия на ОАО «КАЗ» в работе была использована методика обнаружения слабых сигналов латентного кризиса Броило Е.В.. Анализ выявил, что на ОАО «КАЗ» присутствует латентный прогрессирующий кризис, который содержит в себе опасность перехода в острый кризис. Наблюдается кризис в ликвидности предприятия, кризис финансовой устойчивости, кризис оборачиваемости.

В рамках реализации стратегических и тактических антикризисных мероприятий для ОАО «КАЗ» было предложено:

1) создать систему маркетинг-контроллинга с целью инфраструктурного обеспечения информационных потребностей менеджмента ОАО «КАЗ» для выработки оптимальных управленческих решений в области совершенствования процессов материального обеспечения, организации сбыта, выставочного бизнеса, повышения сервиса обслуживания клиентов и финансовой устойчивости компании;

2) на основе проведенной оценки функционирования системы управления персоналом ОАО «КАЗ» предлагается совершенствовать процедуры адаптации и организации расстановки персонала, использовать эффективные методы развития персонала, а также повысить эффективность системы мотивации и стимулирования труда. Предлагается провести оптимизацию численности сотрудников, что обеспечит ежемесячную экономию с учетом социальных отчислений в размере 22,5 тыс. руб.

3) внести изменения в организационную структуру управления ОАО «КАЗ», создав отдел контроллинга с прямым подчинением генеральному директору, а также внедрив в деятельность экономического и финансового отделов элементы бюджетирования. Бюджетирование позволит ОАО «КАЗ» более рационально планировать текущую деятельность, а затем придерживаться запланированных показателей, служба контроллинга будет осуществлять мониторинг и анализ выполнения бюджетов.

По нашим прогнозам, применение предложенных мероприятий в ОАО «КАЗ» экономически целесообразно, так как повышается объем выручки от продаж и увеличивается производительность труда.



МАРОЧНЫЕ СТРАТЕГИИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

В данном исследовании будет использоваться типология, предложенная Филиппом Котлером. Но для повышения точности структуризации и устранения чрезмерно мелкого, однобокого дробления, предлагается удалить стратегию создания нового бренда и добавить еще один вид марочной стратегии – стратегию торговой марки-подтверждения или зонтичного бренда.

Такая замена производится в связи с тем, что стратегия создания нового бренда является всего лишь подвидом свободного брендинга, а стратегия зонтичного бренда является отдельным видом, и его необходимо принимать во внимание для избежания ошибок в построении маркетинговой стратегией.

Таким образом, типология имеет следующий вид.

1. Стратегия расширения семейства торговой марки.
2. Стратегия одной марки (расширение границ использования марки).
3. Стратегия зонтичного бренда (марка-подтверждение).
4. Стратегия индивидуальных марок (свободный брендинг).

Стратегия расширения семейства торговой марки (line extension) происходит тогда, когда компания предлагает ряд дополнительных качеств в пределах одной товарной категории и торговой марки – например, придает товару новые вкусовые качества, форму, цветовое решение, изменяет состав или форму упаковки. Деятельность компаний по внедрению новых товаров в подавляющем большинстве случаев сводится именно к расширению семейства марки.

Эту стратегию в значительной мере используют почти все молочные предприятия, представленные на Брянском рынке. Так как, рано или поздно они расширяют свой ассортимент: изменяют жирность в своих продуктах, расширяют вкусовые характеристики продукты. Яркий представитель, использующий эту стратегию - молочный холдинг Молвест, в рамках одной марки «Вкуснотеево» предлагает молоко, творог, кефир и биокефир, творожную массу, сырки глазированные, масло, сметану, ряженку и напиток «Снежок»; постоянно совершенствует и расширяет свой товарный ассортимент.

Компании предлагают расширения линии в связи со следующими причинами: желание воспользоваться стремлением покупателей к разнообразию товаров или, обнаружив скрытое желание покупателя, попытаться сыграть на этом. Побудительным мотивом для предложе-

ния дополнительных товаров может послужить как избыток производственных мощностей, так и желание компании достойно ответить на успешное расширение ассортимента товаров у конкурентов. Некоторые компании предлагают расширения семейственности марки просто для того, чтобы занять больше места на полках магазинов.

Расширение является наиболее вероятной стратегией развития более или менее популярных, завоевавших достойную долю рынка и приносящих высокую прибыль торговых марок. Присутствие всей товарной линии на прилавке заметно выделяет марку среди других конкурентов и требует минимума вспомогательных рекламных материалов.

Таким образом, можно выделить существенные преимущества и недостатки данной марочной стратегии, каждое из которых, перед принятием решения о расширении, необходимо тщательно взвесить и проанализировать.

Преимущества расширения торговой марки.

1. Уменьшение затрат вывода на рынок нового товара. Меньшие расходы требуются и на создание осведомленности, как в торговой, так и в потребительской среде.

2. Снижение рисков инвестиций в разработку новых товаров.

3. Простота стимулирования пробных покупок.

4. Улучшение видимости торговой марки на рынке, особенно по сравнению с конкурентами.

Недостатки расширения торговой марки.

1. Снижение общей стоимости (ценности) торговой марки в случае фиаско одного из членов семейства.

2. Вероятность того, что расширения будут обладать негативными качествами, противоречащими ценностям основной торговой марки. При расширении некоторые изменения в восприятии марки потребителями неизбежны.

3. В «сверхдлинной» линии утрачиваются как связи товаров между собой, так и первоначально привлекавшая к ней потребителей уникальность предложения.

Стратегия одной марки (расширение границ использования марки) представляет собой использование успешного марочного названия для выпуска новых или модифицированных товаров в новой категории. Чаще всего в качестве торговой марки выступает название фирмы.

Эту стратегию в своей работе используют **ОАО «Савушкин продукт»** - специализируется на выпуске молочной и соковой продукции под маркой «Савушкин продукт»; **ООО «Молоко»** выпускает молочную продукцию под своим названием; «Дубровкамолпром» специализируется на выпуске под маркой «Молоко из Дубровки».

Популярность данной стратегии в настоящее время возрастает: компании стремятся продавать своим лояльным покупателям все больше разнообразных товаров и услуг, которые объединяются под одним хорошо зарекомендовавшим себя марочным предложением. Такой подход часто ассоциируют с все более активным сегментированием рынков по стилям жизни, когда компания стремится удовлетворять потребности определенной группы потребителей в течение всей их жизни, от рождения до самой смерти.

С точки зрения потребителя растянутая марка помогает сузить выбор из предлагаемых товаров и брендов. Потребители остаются лояльными к растянутым маркам до тех пор, пока уровень качества товаров остается высоким, а темп инноваций соответствует ожидаемому.

Если потребителю пришлось по душе один из продуктов, у него, скорее всего, возникнет желание попробовать и другие продукты из того же семейства. Растянутая марка семейства становится удобным инструментом выбора для вечно торопящихся потребителей. Выбирая товар известной марки, покупатель заранее знает, что его потребности будут удовлетворены на ожидаемом уровне.

Данный «эффект гарантии» означает, что компании намного проще выпускать новые товары в рамках уже существующего ассортимента, а одноименная стратегия положительно воспринимается как потребителями, так и специалистами по закупкам торговых организаций: те и другие автоматически доверяют новому товару под известной маркой.

Таким образом, у данной стратегии также существуют свои преимущества и недостатки.

Преимущества стратегии одной марки.

1. Хорошо зарекомендовавший себя бренд облегчает компании проникновение на рынок новых товарных категорий, сообщая товару немедленное признание и более быстрое принятие у покупателей.

2. Расширение границ использования марки снижает расходы на рекламу, обычно необходимые для ознакомления покупателей с новой торговой маркой.

3. Представление товара под одной маркой помогает планировать аффективное представление товаров в магазине.

Недостатки стратегии одной марки.

1. Если границы использования марки не соответствуют новому товару, несмотря на его высокое качество и удовлетворение потребностей покупателей, то товар обречен на провал. Подобная проблема возникает, когда уже установившийся бренд выбрасывается на совершенно новый, непривычный ему рынок, где целевая аудитория просто не может оценить ассоциации, присущие данной марке.

2. Торговая марка может утратить свое особое положение в мыслях покупателя из-за чрезмерного использования. В момент, когда покупатели перестают ассоциировать марку с конкретным товаром или весьма похожими товарами, происходит растворение (размывание) торговой марки. Перечень видов бизнеса можно расширять сколько угодно, однако эластичность торговой марки, точнее благосклонного отношения к ней со стороны потребителей, не беспредельна.

3. Данную стратегию можно построить только на основе сильной и известной марки.

Стратегия зонтичного бренда (марка-подтверждение) объединяет два бренда, один из которых – мастер-бренд – определяет общий имидж, стилистику, качество всех товаров, а второй – суб-бренд – задает конкретный товар, его позиционирование, дифференциацию, апеллирует к особенностям целевой потребительской группы. При этом суб-бренды сохраняют значительную степень самостоятельности. Такой подход в своей деятельности используют «Вимм-Билль-Данн» и «Юнимилк» - они выступают «зонтиком». А их суб-брендами являются - «Домик в деревне» и «Веселый молочник» - у «Вимм-Билль-Данн» и «Простоквашино» - у «Юнимилк».

Данный подход удобен для управления большими портфелями товаров и торговых марок с целью максимизации эффективности как единых, так и самостоятельных марочных стратегий.

Подобная «подпись» особенно полезна на этапе входа на рынок и «раскрутки» новой марки. На этих ранних стадиях присутствие на незнакомом товаре известной и надежной марки способствует уменьшению сомнений и снижению степени беспокойства потребителей. По прошествии какого-то времени суб-марка становится более узнаваемой, аудитория начинает доверять ей.

Во многих случаях основной бренд сводится к простому названию производителя и адресу на обратной этикетке, но все равно выступает гарантом качества для тех, кто приобретает марку (суб-марку) в первый раз.

Основные преимущества стратегии зонтичного бренда заключаются в следующем.

1. ореол известности и надежности зонтичного бренда переносится на суб-бренд.

2. Отсутствие ярко выраженной зависимости брендов друг от друга (снижение риска кризисных ситуаций).

3. Индивидуализация каждого бренда и концентрация имиджа.

Основные недостатки.

1. Подобный подход увеличивает маркетинговые бюджеты прямо пропорционально увеличению количества брендов.

2. Велика вероятность пересечения целевых сегментов и, как следствие, каннибализма брендов.

3. Данную стратегию можно построить только на основе сильной и известной марки.

Стратегия индивидуальных марок (Individual brand name) – производитель управляет целым спектром марок, при этом марки компании никак не связываются друг с другом и с компанией в сознании потребителя.

Этой стратегией в своей деятельности пользуется ТнВ «Сыр Стародубский». Компания выпускает три бренда: «Березка» (цельномолочная и кисломолочная продукция), «Стародубская усадьба» (молочные продукты в упаковке «Пюр-Пак») и непосредственно «Стародубские сыры».

Таким образом, можно выделить следующие преимущества стратегии.

1. Применение сразу нескольких марок товаров позволяет завоевать большую, в сравнении с остальными стратегиями, совокупную долю рынка.

2. Используя отдельные торговые марки, можно точно «настроить» их на рыночные ниши и соответствующие группы потребителей, т.е. провести точное сегментирование.

3. Индивидуализация каждого бренда и концентрация имиджа.

Недостатки.

1. Отдельные торговые марки требуют самостоятельного брендинга и, соответственно, отдельных бюджетов.

2. Так как марки независимы друг от друга, успехи брендов сугубо индивидуальны и никак не отражаются на «братьях» и «сестрах».

3. Велика вероятность пересечения целевых сегментов и, как следствие, каннибализма брендов.

Окончательный выбор стратегии должен проводиться с учетом ситуации на рынке, миссии и ресурсных возможностей предприятия.

Важной составляющей успешного формирования эффективной марочной стратегии является понимание всех аспектов рынка. Необходимо знание покупателей и динамики рынка, полное представление о действиях конкурентов.

Следует иметь в виду, что в производстве продуктов питания и напитков, марки менее подвержены моде, колебаниям жизненного цикла и имеют меньшую непредсказуемость, чем, скажем, на рынке модной одежды или компьютеров.



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО СТРАХОВАНИЯ АПК

Система государственной поддержки АПК является неотъемлемой частью аграрной политики и представляет собой совокупность различных форм и методов безвозмездного или льготного государственного финансирования того или иного хозяйствующего субъекта, а также охватывает такие элементы как кредитование, страхование, налогообложение. В связи с переходом все большей степени ответственности к органам регионального управления АПК стоит разработать систему государственного регулирования АПК на уровне субъекта Федерации. Совершенствуя данную систему, можно предложить внести изменения в систему страхования. Практика сельского хозяйства показывает, что сельхозтоваропроизводители находятся в далеко неравных условиях по сравнению со страховыми организациями. Страховщики, как правило, располагают штатом высококвалифицированных юристов, умеющих отстаивать интересы представляемых ими организаций. В разработке условий договора страхования со стороны сельхозпредприятий участвуют незнакомые с юриспруденцией бухгалтеры (экономисты), главные специалисты соответствующих отраслей (агрономы, зоотехники, ветврачи). Учитывая тот факт, что в настоящее время более 2 тысяч страховых компаний в России получили лицензии на проведение страховых операций в сфере АПК, просто необходимо вмешательство государства в данный вид деятельности с целью оказания сельскохозяйственным товаропроизводителям юридической помощи при заключении договоров страхования и контроля их исполнения. Целесообразно привлекать юридические службы областного Комитета по сельскому хозяйству и продовольствию, а также юристов районных администраций.

Сельскохозяйственное страхование является высоко рисковым видом страхования, поскольку напрямую зависит от природно-климатических условий. Прямая зависимость от климатических условий – характерная особенность сельскохозяйственного производства. Каждый год сельское хозяйство терпит убытки в результате стихийных бедствий, особый вред приносят регулярно повторяющиеся засухи, ущерб бывает, огромен и может поставить хозяйства на грань банкротства, поэтому так важно повышать роль страхования в сельском хозяйстве. Ущерб от стихийных бедствий природного характера составляет от 6 до 26 млрд. руб. в год.

По природно-климатическим условиям вся территория РФ находится в зоне рискованного земледелия. Из нее 70% периодически страдает от засухи.

В настоящее время сельское хозяйство обеспечено страховой защитой не более чем на 15%. Отсутствие единой методологической базы страхования и перестрахования, а также адекватной нормативной основы, тормозят развитие этой отрасли.

Рыночный механизм хозяйствования предполагает, что все участники товарного производства обладают экономической самостоятельностью и несут ответственность за результаты своей хозяйственной деятельности. Но обеспечение продовольственной и экономической безопасности страны, социальная значимость сельского хозяйства и его зависимость от природно-климатических и многих иных внешних факторов, требуют государственной поддержки этого сектора экономики. Мировой опыт показывает, что в большинстве стран эта поддержка осуществляется по различным каналам, среди которых не последнее место занимает страхование. Например, в Турции основными сельскохозяйственными культурами, подлежащими страхованию, являются пшеница, томаты, виноград и оливки. Государственная поддержка в Турции построена таким образом – создана управляющая компания TARSIM. Эта же компания занимается размещением принятых рисков на перестрахование. За 6 лет активной работы в стране значительно увеличился уровень проникновения агрострахования с 1% (2006 г.) до 8,2% (2012 г.) застрахованных площадей и культур.

Модель развития агрострахования в Австрии похожа на Турцию тем, что там страховщики в стране создали отдельную страховую компанию Die Österreichische Hagelversicherung, которая занимается только вопросами агрострахования и не реализует никакие другие страховые продукты. Уровень проникновения агрострахования в Австрии 85%, что является очень высоким уровнем при отсутствии требования обязательного агрострахования в стране.

При страховании урожая страховые тарифы гораздо выше, хотя рентабельность сельскохозяйственной деятельности ниже, чем в других отраслях.

Как отметил Д. Медведев: «Аграриев не придется подталкивать к страхованию, если взносы будут солидными, а гарантии страховых компаний будут выглядеть солидными. Сейчас нет ни того, ни другого».

Однако не только размер субсидирования определяет эффективность страхования – сам механизм государственной поддержки страхования нуждается в реформировании.

Одним из организационных недостатков страхования в сель-

ском хозяйстве оказалось то, что правила страхования с государственной поддержкой принимаются ежегодно. Мировая практика показывает, что условия агрострахования в ряде стран принимаются в виде закона на определенный, в несколько лет, период, например, «Farm bill» в США. В результате стабильности законодательства поддерживается интерес сельхозпроизводителей к страхованию и в 2011 г. в США было заключено 1,2 млн. договоров, а страховая сумма составила 79,6 млрд. долл.

Следует отметить, что государство пытается решить эту проблему. Так с 1 января 2012 г. вступил в силу Федеральный закон № 260-ФЗ «О государственной поддержке в сфере сельскохозяйственного страхования и о внесении изменений в Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства», в котором установлены правовые основы оказания государственной поддержки в сфере сельскохозяйственного страхования при осуществлении страховой защиты связанных с производством сельскохозяйственной продукции имущественных интересов сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Подзаконные акты и документы, регулирующие порядок функционирования такой системы находятся в настоящее время на стадии разработки. Как эффективно будет функционировать эта система, и насколько она будет удовлетворять интересы всех сторон-участников, будет во многом зависеть от того, как разработчики системы сумеют использовать богатый опыт других стран, речь о котором шла выше, наложив его на существующие экономические, социальные и природные условия России.

Субсидирование системы сельскохозяйственного страхования (при выполнении определенных требований) находится вне ограничений ВТО, накладываемых на предоставление дотаций государства сельскохозяйственным производителям.

Разумеется, страхование не может заменить технический прогресс в отрасли, компенсировать недостатки ведения сельского хозяйства: отсутствие качественных семян, недостаточное количество удобрений и сельскохозяйственной техники и др. Но страхование как составная часть государственной сельскохозяйственной политики может и должно быть использовано для обеспечения стабильности развития аграрного сектора России, для привлечения дополнительных инвестиций в отрасль.

В настоящее время в Выгоничском районе агрострахование не используется, так как предлагаемые сейчас на рынке страховых услуг программы страхования сельскохозяйственных рисков по многим параметрам не устраивают потребителя. Основная проблема, и это зако-

номерно, их высокая стоимость. Только при условии реальной государственной поддержки можно будет достичь равновесия между спросом и предложением в этой области.

На сегодняшний день страхование – один из действенных рыночных экономических механизмов стабилизации сельскохозяйственного производства, снижения различных рисков, обеспечения финансово-хозяйственной устойчивости предприятий зернового подкомплекса.

Система страхования урожая зерновых культур должна обеспечить поддержку в развитии зернопроизводства, а также оказать влияние на стабильность доходов сельскохозяйственного товаропроизводителя, что крайне важно для поддержания на должном уровне продовольственного рынка страны. Формирование системы страховой защиты с целью сглаживания неблагоприятного влияния погодных и других факторов следует отнести к приоритетным задачам обеспечения устойчивого ведения зернового производства.

Учитывая, что агрострахование в данном районе не применяется, считаем необходимым, в целях обеспечения стабильного развития сельского хозяйства, провести расчет эффективности страхования урожая сельскохозяйственных культур на примере ОАО «Учхоз «Кокино» Выгоничского района.

Таблица 1

Площади посева и урожайность озимой пшеницы

Показатели	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Площадь посева, га	820	840	810	810	830
Урожайность, ц/га	23,9	20,9	16,0	19,6	23,2

Средняя урожайность в ОАО «Учхоз «Кокино» в среднем за 5 лет составила 20,7 ц/га. Средняя площадь посева озимых зерновых культур за тот же срок – 822 га; стоимость одной тонны урожая, принятой на страхование в Брянской области в 2012 г. – 4400 руб. Таким образом, усредненная страховая сумма для ОАО «Учхоз «Кокино» составит 9108,0 руб. с одного гектара страхуемой площади.

Следовательно, страховой взнос составит 572,9 рублей с одного гектара страхуемой площади. С учетом того, что 50% страхового взноса субсидируются государством, страховой взнос для ОАО «Учхоз «Кокино» составит 286,5 руб. с одного гектара страхуемой площади. Общая сумма страховых взносов со всей площади посева за 5 лет составит 1177,5 тыс. руб.

За рассматриваемые 5 лет хозяйственной деятельности ОАО «Учхоз «Кокино» представляла документы для оказания помощи из федерального бюджета в связи с гибелью озимой пшеницы от сильно-

го ветра (160 га) и засухи (100 га) в 2010 г. После проведения экспертизы по данным случаям была оказана помощь в размере 370,2 тыс. руб. В случае застрахованного урожая общая сумма страхового возмещения по погибшим площадям составит 2368,1 тыс. руб. Чистый экономический результат хозяйства будет равен 820,4 тыс. руб. Таким образом, при субсидированном страховании хозяйство получит помощь на сумму 1547,7 тыс. руб., или в 4 раза больше, чем при государственной помощи от чрезвычайных ситуаций.

Таблица 2

Расчет эффективности страхования для ОАО «Учхоз «Кокино»

Показатели	Значение
Средняя урожайность за 5 лет, ц/га	20,7
Закупочная цена, руб./ц	440,0
Страховая сумма руб./га	9108,0
Ставка, %	6,29
Страховой взнос, руб./га	572,9
Выплачивается хозяйством, руб./га	286,5
Средняя площадь посева за 5 лет, га	822
Сумма страховых взносов за 5 лет, тыс. руб.	1177,5
Площадь гибели, га	260
Страховое возмещение, тыс. руб.	2368,1
Оказанная государством помощь, тыс. руб.	370,2
Экономический результат хозяйства, тыс. руб.	820,4

Таким образом, предлагаемые мероприятия подтверждают эффективность страхования посевов, что позволит предупредить возможные убытки от непогоды и в перспективе удовлетворить потребности жителей Брянской области в качественной сельхозпродукции, а аграриев – в кормах.

Однако защите страховщиков также стоит уделять должное внимание. По мере укрепления финансового положения предприятий АПК и появления у них возможности создавать собственные финансовые средства используются традиционные подходы к страхованию, при этом необходимо использовать франшизу, то есть предусматривать в договорах страхования освобождение страховщика от возмещения убытков, не превышающих определенных размеров, это снизит халатность и повысит ответственность в сельскохозяйственных предприятиях.



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Продукция или услуга, произведенная предприятием, должна быть оптимальным образом продана: то есть, с учетом всех предпочтений и пожеланий клиентов и с получением наибольшей выгоды. Поэтому главная задача любого предприятия – идеальным образом совместить желания клиентов и собственные производственные возможности. В этом случае у него будет возможность доказать покупателю неоспоримые преимущества своего товара или услуги.

Именно поэтому сбытовая деятельность является центральным звеном во всей системе маркетинга, так как в процессе сбыта окончательно определяется результат работы предприятия.

МУП МТС «Рогнединская Нива» является одним из крупнейших сельскохозяйственных предприятий Рогнединского района. Основные виды деятельности МУП МТС «Рогнединская Нива» – это производство и сбыт сельскохозяйственной продукции.

В 2012 г. предприятием было получено 7,5 млн. руб. денежной выручки, что на 6,0% выше уровня 2010 г. Основным источником поступления денежных средств является отрасль животноводства.

Оценка и анализ системы сбыта и сбытовой политики на предприятии показала, что в настоящее время хозяйство реализует молоко, зерно (рожь, пшеница, овес) и мясо КРС, причем на долю молока приходится 54% денежной выручки. Отметим, что продукция животноводства занимает 71,2% денежной выручки.

Рассмотрев сбытовую деятельность МУП МТС «Рогнединская Нива», отметим, что эффективность сбытовой деятельности предприятия по сравнению с 2010 г. растет, но по сравнению с 2011 г. снижалась, что говорит о недостатках и некоторых негативных тенденциях, протекающих в сбытовых отношениях предприятия с покупателями продукции.

В 2012 г. 37,4% произведенного зерна (3099 ц) реализовывалось, причем 99% зерна продавалось организациям и предпринимателям. В 2012 г. 66,1% произведенного сена было реализовано, в том числе 84,5% организациям и предпринимателям и 15,5% работникам организации. В 2012 г. было произведено 4797 ц молока, из них 3480 ц было реализовано, то есть уровень товарности производимого молока составил 72,5%. В структуре реализуемого молока 99,9% было продано организациям и предпринимателям.

Анализ эффективности сбытовой деятельности МУП «Рогнединская Нива» в разрезе видов продукции выявил, что наиболее рентабельным видом продукции является реализация овса – рентабельность продаж составила 28%. Рентабельность молока в 2012 г. составила 23,8%.

В качестве основных путей совершенствования сбытовой политики в МУП МТС «Рогнединская Нива» была предложена организация прямого канала сбыта продукции, производимой на предприятии, а именно организация розничной продажи молока на центральном рынке города Брянска.

Продажа будет осуществляться с помощью полуавтомата «ХРВ-16» в розлив, при необходимости – в ПЭТ-бутылки емкостью от 1 до 5 литров. Данный способ обеспечивает в сочетании с ПЭТ-тарой наибольший срок хранения продукции.

Анализ эффективности предлагаемых мероприятий показал, что при реализации молока розничным покупателям рентабельность продаж составит 42,5%, уровень рентабельности продукции – 73,8%, возможная дополнительная прибыль предприятия в год может составить 409,7 тыс. руб. Это позволит уже в первый же год почти полностью компенсировать затраты на покупку оборудования. Полный период окупаемости составит 13,2 месяца.

За счет реализации предложенных мероприятий выручка от продажи молока увеличится на 945,5 тыс. руб. или на 24,2%. Полная себестоимость возрастет на 535,9 тыс. руб. или на 18%. В результате прибыль от продаж повысится на 43,9%. Уровень рентабельности увеличится на 3,8 п.п. и составит 27,6%.

Таким образом, в заключении необходимо отметить, что любому предприятию необходимо постоянно совершенствовать свою сбытовую деятельность и сбытовую политику, так как это выступает как дополнительный источник получения прибыли и совершенствования не только сбытовой деятельности, но и производства вообще.



Храменкова В.А., Ворочай С.В.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

На современном этапе многие российские предприятия столкнулись с серьезной проблемой – отсутствием эффективной структуры управления.

Управление предприятием признается одной из наиболее важных сфер жизни организации, способной многократно повысить ее эффективность, а само понятие «управление» рассматривается в достаточно широком диапазоне: от экономико-статистического до философско-психологического.

Сущность управления предприятием, включая наемных работников, работодателей и других владельцев организации заключается в установлении организационно-экономических, социально-психологических и правовых отношений субъекта и объекта управления.

Без управления людьми не может существовать ни одна организация. Гибкая организация труда, самоорганизация работника и групп трудящихся, их сознательное участие не только в производственном процессе, но и в управлении производством становится отправной точкой создания систем управления человеческими ресурсами.

В последние десятилетия управление персоналом и производством стало родом профессиональной деятельности, а управленческий персонал – одной из массовых составных частей рабочей силы. Обеспеченность квалифицированной рабочей силой, степень ее мотивации, организационные структуры и формы работы, определяющие эффективность использования персонала, стали основными факторами обеспечения конкурентоспособности предприятий.

Рационально спроектированная структура управления обеспечивает наилучшие условия для передачи достоверной информации в объеме, необходимом для своевременного принятия решений, способствует координации работы функциональных служб и линейного персонала, улучшает разделение труда, распределение полномочий и ответственности за порученное дело на всех уровнях управления, сокращает вмешательство вышестоящих работников в текущие процессы, облегчает связи между руководителями и подчиненными.

Чем совершеннее структура, тем эффективнее воздействие управления на процесс производства, лучше его результативные показатели.

Исследование структуры управления в СПК «Северное» и разработка на его основе эффективной стратегии является на современном этапе развития рыночных отношений одним из приоритетных направлений.

В последние десятилетия управление персоналом и производством стало родом профессиональной деятельности, а управленческий персонал – одной из массовых составных частей рабочей силы. Обеспеченность квалифицированной рабочей силой, степень ее мотивации, организационные структуры и формы работы, определяющие эффективность использования персонала, стали основными факторами обеспечения конкурентоспособности предприятий.

СПК «Северное» относится к малым предприятиям по количеству работников согласно ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 18.10.2007 г. № 230-ФЗ.

В хозяйстве в динамике за последние три года наблюдается снижение стоимости валовой продукции в действующих ценах, а соответственно, и выручки от реализации продукции.

СПК «Северное» узко специализирован на производстве продукции животноводства, в частности, молока. Коэффициент специализации кооператива на протяжении 2010-2011 гг. попадает в интервал от 0,4 до 0,6, что свидетельствует о высоком уровне специализации хозяйства, а в 2012 г. уже отмечается глубокий уровень специализации данного предприятия.

Анализ организационной структуры хозяйства показал, что для СПК «Северное» характерна бригадная организационно-производственная структура.

Основное производство предприятия – это сельскохозяйственное производство, которое представлено животноводческой и полеводческой бригадой. Остальные подразделения выполняют вспомогательные функции по обслуживанию данного производства (автогараж, машинно-тракторный парк). К низшей ступени в основных отраслях производства относятся бригады и молочно-товарные фермы, к высшей – хозяйство в целом и аппарат управления во главе с его руководителем.

Определение типа структуры и системы управления показало, что для выполнения необходимых функций в СПК «Северное» создан аппарат управления, включающий две категории работников: руководители и специалисты. В СПК «Северное» используется линейная структура управления, которая образуется в результате построения аппарата управления только из взаимоподчиненных органов в виде иерархической лестницы. Во главе каждого подразделения находится руководитель, наделенный всеми полномочиями и осуществляющий единоличное руководство подчиненными ему работниками, сосредотачивающий в своих руках все функции управления. Сам руководитель находится в непосредственном подчинении руководителя высшего уровня.

Анализ состава и численности работников аппарата управления показал, что за период 2010-2012 гг. численность персонала значительно сократилась и составляет 19 чел., из которых 63,2% это рабочие специальности, 15,8% - руководители и 21,1% специалисты. За анализируемый период численность специалистов сократилась на 1 чел. и составила 4 чел., а численность руководителей, наоборот, возросла – на 2 работника и составила 3 чел.

Среди руководителей преобладает возраст от 30 до 55 лет (100% руководителей), среди специалистов – 75,0% работников в возрасте от 30 до 55(60) лет и 25% – в возрасте до 30 лет.

В качестве проекта совершенствования организационной структуры и структуры управления предложен проект по ориентации производства на производство молока. По сравнению с уровнем 2012 г. добавились следующие должности: экономист по труду, сбыту и нормированию (1 чел.), главный зоотехник, планируется увеличить численность доярок и привлечь ветеринара. Прирост расходов на заработную плату составит 567 тыс. руб. в год.

Предприятию потребуется взять кредит на 5 лет для пополнения поголовья КРС на 100 гол. В результате внедрения проекта в среднем за год доходы от реализации молока могут составить 7880 тыс. руб. Если сравнить с 2012 г., то прирост выручки может составить 6050 тыс. руб. или увеличиться в 4,3 раза.

При внедрении проекта возможная прибыль от реализации молока составит 693,8 тыс. руб., несмотря на убыточность в 2012 г. рентабельность продаж достигнет уровня 8,8% вместо – 96,9% – в 2012 г., рентабельность производства продукции – 11,5%, что на 62,4 п.п. больше, чем фактически в 2012 г. Окупаемость проекта при кредите на 5 лет составит всего 1,7 года.

Отметим, что в 2011 г. общая эффективность системы управления понизилась на 54%, также наблюдается снижение в 2012 г на 69%, следовательно, СПК «Северное» нуждается в совершенствовании структуры управления. Мероприятия, разработанные в проектом варианте, способствуют росту индекса общей эффективности управления в 3,6 раза

Таким образом, исходя из полученных расчетов, можно сказать, что предложенный проект совершенствования организационной структуры производства и структуры управления является эффективным и окупаемым.



Гизатулин Р.А., Подольникова Е.М.

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Проблема повышения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции приобретает особую актуальность и стратегическое значение, так как интеграция России в мировое экономическое пространство обуславливает жесткую конкуренцию на рынках сбыта.

Это может привести к сокращению объемов ее производства и вытеснению с внутреннего рынка, неполному использованию производственных мощностей, увеличению стоимости продовольствия, неспособности обеспечить современные социально-экономические потребности общества. В этих условиях необходима разработка конкретных направлений повышения уровня конкурентоспособности отечественной сельскохозяйственной продукции.

СПК «Коробкино», расположенное на территории Дмитриевского района Курской области, занимается выращиванием зерновых культур, кормовых культур, а также производством молока и мяса.

В 2012 г. по сравнению с 2010 г. тенденция изменения основных показателей деятельности СПК «Коробкино» носит в основном положительный характер. В первую очередь, стоит отметить рост стоимости валовой продукции в действующих ценах (на 4334 тыс. руб. или на 45,8%). Денежная выручка в 2012 г. в СПК «Коробкино» составила 5526 тыс. руб., что больше уровня 2010 г. на 1141 тыс. руб. или на 26,0% при снижении численности работников организации за этот же период на 5 человек или на 19,2%.

Возросла и среднегодовая стоимость основных средств СПК «Коробкино» на 836 тыс. руб. или на 5,7% по сравнению с 2010 г. Площадь сельскохозяйственных угодий кооператива увеличилась на 60 га или на 13,6%, в том числе пашни на 10 га или на 2,3%.

За исследуемый период сократилось условное поголовье скота с 481 голов в 2010 г. до 362 голов в 2012 г. (на 24,7%).

СПК «Коробкино» имеет молочно-зерновую специализацию производственной деятельности. Коэффициент специализации СПК «Коробкино» на протяжении трех лет попадает в интервал от 0,2 до 0,4, что свидетельствует о среднем уровне специализации хозяйства.

За последние годы предприятие СПК «Коробкино» значительно улучшило свои производственные и финансовые показатели деятельности. В структуре денежной выручки СПК «Коробкино» в 2012 году наибольший удельный вес занимает выручка от реализации зерновых и зернобобовых (43,79%), реализация молока принесла кооперативу 32,4% денежной выручки. Однако еще в 2011 году реализации молока приносила СПК «Коробкино» 42,3% всей денежной выручки. Таким образом, представляется целесообразным разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности молока в СПК «Коробкино».

С целью оценки потребительских качеств молока как одного из основных и перспективных источников поступления денежных средств в хозяйство, производимого СПК «Коробкино» и его основными конкурентами, была разработана система балльной оценки факторов.

Согласно результатам балльной оценки СПК «Коробкино» имеет ряд существенных преимуществ по производимому им молоку. Так, по жирности, кислотности, вкусу, плотности, бактериальной обсемененности молока СПК «Коробкино» превосходит своего конкурента – ООО «Владимирское». Вместе с тем СПК «Коробкино» уступает ООО «Деметра» по таким показателям качества молока как чистота и плотность.

На основании данных о предпочтительности показателей конкурентоспособности молока, полученных в результате опроса потребителей, были определены коэффициенты весомости данных показателей и рассчитаны групповые показатели конкурентоспособности продукции.

Групповой показатель конкурентоспособности молока в СПК «Коробкино» значительно выше данного показателя в ООО «Владимирское» (на 38,4 п.п.). Вместе с тем СПК «Коробкино» отстает, хотя и не существенно (на 5,4 п.п.), по групповому показателю конкурентоспособности молока от ООО «Деметра».

На уровень конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции влияют и цены на нее. Поэтому актуальным является исследование уровня конкурентоспособности молока по стоимостным показателям.

Итак, молоко производства СПК «Коробкино» по уровню конкурентоспособности, рассчитанному с учетом стоимостных показателей, занимает 2 место. Опережает продукцию СПК «Коробкино» молоко производства ООО «Деметра». Молоко производства ООО «Владимирское» с учетом стоимостных показателей занимает третье место.

Результаты оценки конкурентоспособности молока производства СПК «Коробкино» и его основных конкурентов позволили наметить основные направления повышения конкурентоспособности молока в хозяйстве.

Так, с целью повышения уровня чистоты молока в СПК «Коробкино» предлагается внедрение в деятельность хозяйства технологии его пастеризации, для чего хозяйству рекомендуется приобретение пастеризационной установки модели «ОПФ-1».

Следующим направлением повышения конкурентоспособности молока в СПК «Коробкино» является увеличение его плотности, что предполагается достигнуть путем применения минерально-витаминной добавки «Агрофид Лактация» для дойных коров.

Для повышения молочной продуктивности коров в СПК «Коробкино» целесообразным являются следующие мероприятия:

- 1) организация кормления коров в сухостойный период (применение витаминно-минерального премикса «Кауфит Драй Компликт»);
- 2) организация кормления коров после отела – в период раздоя (применение 10% белково-витаминного концентрата «Кауфит Премиум 10»).

Реализация предложенных мероприятий, направленных на повышение уровня конкурентоспособности молока в СПК «Коробкино», потребует дополнительных затрат в размере порядка 889 тыс. руб.

В результате повышения уровня конкурентоспособности производимого молока, СПК «Коробкино» вправе рассчитывать на повышение цены его реализации минимум до уровня цены главного конкурента – ООО «Деметра» (1040 руб. за 1 тонну). Кроме того, у СПК «Коробкино» появится возможность повысить уровень товарности молока за счет повышения уровня его качества. Исходя из этого, СПК «Коробкино» может рассчитывать на увеличение денежной выручки.

Итак, за счет повышения качества производимого молока и, как следствие, увеличения цены реализации пастеризованного молока СПК «Коробкино» получит дополнительно прибыль в размере 2 миллионов 491 тысяч рублей, а рост рентабельности продаж составит 28,9 п.п.

Кроме того, за счет реализации комплекса мероприятий (достижения чистоты молока первой группы и повышение степеней плотности молока до 1,031) изменятся значения уровня конкурентоспособности молока, рассчитанные по потребительским и стоимостным показателям. То есть, по уровню конкурентоспособности молока СПК «Коробкино» будет сопоставимо с лидером рынка – ООО «Деметра», что позволит хозяйству более эффективно функционировать на рынке в долгосрочной перспективе.



Черткова М.А., Швецова О.А.

УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Современная действительность заставляет руководителей предприятий постоянно принимать решения в условиях финансового и экономического кризиса, коммерческая деятельность чревата различными ситуациями нестабильности, результатом которых может стать несостоятельность или даже банкротство хозяйствующего субъекта. Другими словами успешность ведения бизнеса напрямую зависят от того, какие финансовые проблемы существуют у предприятия и как оно намерено их решать. В этой связи, особенно актуальной становится проблема разработки механизмов управления предприятием в условиях кризиса.

Закрытое акционерное общество «Рославльский автоагрегатный завод АМО-ЗИЛ» – крупнейшее машиностроительное предприятие Смоленской области по производству автомобильных компонентов.

Репутация ЗАО «РААЗ АМО ЗИЛ» в деловом мире высока. Об этом говорят полученные заводом многочисленные дипломы и сертификаты. Продукция РААЗ поставляется более чем на 40 машиностроительных заводов России и СНГ. О европейском уровне качества продукции ЗАО «РААЗ АМО ЗИЛ» свидетельствует экспорт основного объема производимых крепежных изделий в Германию, Латвию, Литву, Польшу, Финляндию и другие страны ближнего и дальнего зарубежья.

Несмотря на достаточно высокий уровень качества продукции завода по показателям, характеризующим размер предприятия, наметились негативные тенденции. Так стоимость валовой продукции снизилась на 40,1% и в 2012 г. составила 1187347 тыс. руб. Денежная выручка снизилась на 40,1% и составила 1187347 тыс. руб.

Среднегодовая стоимость основных средств по первоначальной стоимости примерно одинакова на протяжении исследуемого периода и составляет 1568520 тыс. руб. в 2012 г., что всего на 5,7% меньше 2008 г.

Численность персонала также сокращается – в 2012 г. она составила 4472 чел., что на 19,1% меньше уровня 2008 г. (5525 чел.).

Результаты исследования итогов финансовой деятельности ЗАО «РААЗ АМО-ЗИЛ» свидетельствуют о том, что завод является финансово неустойчивым. С целью выявления симптомов ухудшения финансовой ситуации предприятия в рамках исследования была проведена финансовая диагностика, основанная на финансовом анализе деятельности завода.

Анализ всех пяти объектов кризисного поля показал, что ЗАО «РААЗ АМО ЗИЛ» является финансово неустойчивым:

1. Коэффициент достаточности чистого денежного потока снизился на 90,0% за счет значительного увеличения кредиторской задолженности и снижения суммы прироста запасов.

2. Коэффициент независимости значительно ниже, чем рекомендованное значение. Основная часть источников формирования капитала завода в 2012 г. – это заемный капитал, доля которого составляет 72,9%.

3. Наблюдается увеличение суммы долгосрочных финансовых обязательств, которые в 2012 г. составили 104662 тыс. руб.

4. Коэффициент маневренности активов завода понизился, что свидетельствует о снижении доли оборотных активов в общей сумме активов предприятия. Только 20% от всей суммы активов предприятия в 2012 г. являются высоколиквидными. Согласно значению коэффициента абсолютной платежеспособности текущие финансовые обязательства предприятия совершенно не обеспечены готовыми средствами.

5. Снижается в динамике уровень переменных текущих затрат и

уровень текущих затрат к объему реализации продукции. Согласно коэффициенту финансового левириджа предприятие зависит от кредиторов, существует риск потери им платежеспособности.

Для проведения диагностики банкротства ЗАО «РААЗ АМО ЗИЛ» был применен SWOT-анализ, результаты которого показали, что сила и реализация возможностей доминируют над слабостью и угрозами предприятия во времени, а значит, у завода есть еще шансы выйти из кризисного состояния.

По матрице оценки рентабельности, построенной с использованием модели Дюпона, установлено, что поскольку рентабельность активов средняя при низком уровне рентабельности реализации, заводу необходимо для выхода из кризисного состояния разработать и провести план организационных мероприятий, направленных на оптимизацию и увеличение эффекта от продаж продукции.

Согласно Z-модели Альтмана для завода в настоящее время вероятность наступления банкротства – высокая. К тому же с каждым годом вероятность наступления банкротства в ЗАО «РААЗ АМО ЗИЛ» повышается.

Результаты анализа финансового состояния ЗАО «РААЗ АМО-ЗИЛ» позволяют выявить «узкие места» в данной области.

1. Отрицательная динамика размера собственного капитала завода.
2. Убыточная деятельность предприятия за весь период исследования.
3. Увеличение зависимости предприятия от внешних источников.
4. Крайне низкая платежеспособность предприятия.
5. В ЗАО «РААЗ АМО ЗИЛ» отмечена очень высокая вероятность банкротства, которая при этом из года в год повышается.

Причем основной причиной ухудшения положения завода является убыточная деятельность и низкие объемы реализации продукции.

Для выбора оптимальной антикризисной стратегии была применена методика SPACE-анализа, на основе которой установлено, что в настоящее время для завода характерная консервативная позиция, а критическим фактором деятельности предприятия является конкурентоспособность продукции. Согласно местонахождению вектора стратегической позиции предприятия в настоящее время для ЗАО «РААЗ АМО ЗИЛ» наиболее приемлемой и наиболее предпочтительной с точки зрения минимизации риска является стратегия развития продукта.

Исходя из вышеизложенного, в качестве мероприятия, направленного на укрепление финансового состояния завода, способствующего снижению себестоимости единицы продукции, повышению уровня ее качества, и, как следствие, снижению убыточности деятель-

ности предприятия, целесообразно рассматривать технологическое новшество как легко внедряемое и быстро приносящее отдачу, а именно внедрение в деятельность ЗАО «АМО-ЗИЛ» технологии электроэрозийной вырезки (вместо гидроабразивной резки металлов).

В процессе сравнения показателей планов производства продукции завода по существующей и по новой технологии, установлено, что в результате изменения технологии за счет снижения себестоимости продукции и повышения уровня ее качества, ЗАО «АМО-ЗИЛ» может рассчитывать на прирост прибыли. В случае удачной реализации проекта предприятие сможет в среднем за год его осуществления получить 126 миллионов 120 тысяч рублей чистой прибыли. Рентабельность продаж по проекту составит 9,8%, тогда как по планам завода при производстве по существующей технологии – всего 1,3%.

В результате реализации проекта увеличатся и показатели деловой активности. Другими словами ЗАО «РААЗ АМО ЗИЛ» в случае реализации предложенных мероприятий может рассчитывать за счет роста размера денежной выручки на более эффективное использование своих средств.

Таким образом, расчеты показывают, что предложенный проект является эффективным и может быть внедрен в деятельность закрытого акционерного общества «Автоагрегатный завод АМО-ЗИЛ» города Рославля для повышения финансовой устойчивости, финансовой независимости, платежеспособности и прибыльности предприятия в целом.



Пырева Е.В., Швецова О.А.

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ

В современных условиях рыночный потенциал и конкурентоспособность предприятий ориентированы на принципы управления маркетингом. Управление маркетингом рассматривается как неотрывная составляющая управления предприятием, определяющая характер его деятельности и повышающая эффективность его работы. Управление маркетингом состоит в выявлении потребностей и их преобразовании в управляющие усилия в виде определенного товарного предложения предприятия, удовлетворяющего эти потребности через потребительские свойства товара в нужных количествах, доведения предложения по каналам распределения до потребителя и продвижение товара.

Таким образом, развитие производства определяется потребителями через удовлетворение их потребностей, что ставит потребителя на центральное место всего экономического процесса создания товаров. Поэтому грамотное применение знаний по управлению маркетингом в практике хозяйственной деятельности предприятия является актуальным.

ООО «Технодом» является торговым предприятием. Основным видом деятельности ООО «Технодом» является реализация электро- и бензоинструментов, садового оборудования и бытовой техники.

Анализ показателей, характеризующих размер ООО «Технодом» в динамике, позволяет сделать следующие выводы. Денежная выручка от продаж товаров, работ, услуг в 2012 г. увеличилась по сравнению с 2010 г. на 5,8%, но снизилась по сравнению к 2011 г. на 22,3%. Также наблюдается рост среднегодовой численности работников до 70 человек.

Проанализировав основные показатели финансового состояния ООО «Технодом», можно сделать вывод, что за анализируемый период времени, предприятие характеризуется слабой финансовой устойчивостью, так, в среднем коэффициент финансовой устойчивости составляет 0,14. В целом предприятие является рентабельным, однако показатели в динамике сокращаются, наилучшие показатели рентабельности на предприятии наблюдалась в 2011 г.

Исследование состояния маркетинговой деятельности в ООО «Технодом» проводилось на основе методики, предполагающей оценку конкурентоспособности организации по направлениям комплекса маркетинга (4 P) и PR.

Основными конкурентами ООО «Технодом» на брянском рынке специнструмента являются ООО «Техномир», ООО «АМИК» магазин «Технопрофи», ИП Усова О.В. магазин «Специнструмент», ООО «Мир инструмента».

Результаты анализа маркетинговой деятельности показали, что лидерами по товарной политике являются ООО «Технодом» и ООО «Техномир». Слабость товарной политики ООО «Технодом» заключается в малом гарантийном сроке и малой комплектации реализуемых товаров.

Лидерами в политике ценообразования являются ООО «Технодом» и ООО «Технопрофи». То, что ООО «Технодом» не имеет договоров о сотрудничестве с банками, ограничивает возможности клиентов по отсрочке платежа.

Лидером сбытовой политики является ООО «Техномир». ООО «Технодом» имеет самые худшие позиции в области сбытовой политики, это является следствием недовольства клиентов качеством обслуживания.

Лидеры в политике продвижения – ООО «Технодом» и ООО «Технопрофи», однако, в динамике коммерческие расходы снижаются с каждым годом, пока еще действует эффект мультипликатора, но если не заниматься политикой продвижения, предприятие утратит свои позиции.

Лидерами по PR являются ООО «Технодом» и магазин «Специнструмент». Лояльность клиентов по отношению к ООО «Технодом» оставляет желать лучшего, это связано с плохим качеством обслуживания.

Таким образом, наиболее сильными конкурентными позициями обладают ООО «Технодом» и ООО «Техномир». Однако, положение ООО «Технодом» на рынке неустойчиво, уязвимо в силу низких показателей политики продвижения.

С целью выявления недостатков маркетинговой деятельности и изучения отношения потребителей к ООО «Технодом» было проведено маркетинговое исследование с помощью опросного листа в магазине «Технодом» в Советском районе. В процессе исследования выявлено, что наибольшее удовлетворение посетители магазина «Технодом» высказали по поводу «Доставки товара». Также положительной оценки удостоились «Автостоянка», «Широта ассортимента», «Уровень цен» и «Качество продукции». А вот «Качество обслуживания» и «Интерьер магазина» вызвали у покупателей больше отрицательных, чем положительных эмоций, 64% посетителей недовольны качеством обслуживания и 69% – интерьером магазина.

Для решения проблемы, касающейся недостаточно хорошего качества обслуживания клиентов в магазинах ООО «Технодом», предлагается провести внутрифирменное обучение торгового персонала. Проводить обучение предлагается через кадровое агентство «Империал». Обучение будет происходить на территории центрального офиса ООО «Технодом» и в бизнес-центре МПСУ, где расположено данное кадровое агентство. Общая стоимость обучения торгового персонала ООО «Технодом» составит 231,2 тыс. руб. Всем прошедшим обучение будет выдаваться свидетельство о повышении квалификации. Все продавцы, прошедшие обучение, могут быть повышены до должности продавцов-консультантов.

Кроме того, с целью повышения уровня лояльности покупателей к магазинам ООО «Технодом» представляется целесообразным запустить работу интернет-магазина. Удобство интернет-магазина для покупателей заключается в том, что узнать о новых товарах, они смогут просто, зайдя на сайт магазина в Интернете. Там же они смогут при желании отложить для себя товар, для последующей покупки с помощью курьера либо самостоятельно приехав, либо оставить заявку

на временно отсутствующий товар. Все необходимые для создания интернет-магазина операции может выполнить информатик-экономист, имеющийся в штате ООО «Технодом», который в настоящее время занимается администрированием сайта.

Для устранения недостатков в интерьере торговых помещений ООО «Технодом» необходимо создать дизайн-проект, для чего необходимо привлечь опытного дизайнера со стороны. Наш выбор остановился на «Студии дизайна интерьера Ольги Ковалевой (Брянск)», которая не раз сталкивалась с дизайном торговых и промышленных помещений. Затраты на улучшение интерьера торговых помещений ООО «Технодом» составят 1350 тыс. руб.

Повышение квалификации работников, создание интернет-магазина и улучшение интерьера торговых помещений ООО «Технодом» обеспечит постепенный рост продаж на 20% в год, за счет более высокого уровня удовлетворенности клиентов качеством обслуживания. Прирост выручки составит 8408 тыс. руб. Валовая прибыль увеличится на 2165 тыс. руб., чистая прибыль – на 1732 тыс. руб., а рентабельность продаж – на 4,13 п.п.

Увеличение чистой прибыли на 1732 тыс. руб. покроеет все расходы на предлагаемые мероприятия, составляющие 1581,24 тыс. руб. Экономический эффект от реализации предложенных мероприятий составит 150,8 тыс. руб.

Таким образом, предложенные мероприятия по совершенствованию управления маркетинговой деятельности в ООО «Технодом» благоприятно скажутся на имидже, а также усилят лояльность покупателей к магазинам организации.



Страхова Н.Ю., Ворочай С.В.

ПРОГНОЗ ПРЕДЛОЖЕНИЯ МОЛОКА НА РЫНКЕ МОЛОЧНОГО СЫРЬЯ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

Необходимым условием регулирования рыночных отношений является составление надежных прогнозов развития социально – экономических явлений. Выявление и характеристика трендов и моделей взаимосвязи создают базу для прогнозирования, то есть для определения ориентированных размеров явлений в будущем. Для этого используется метод экстраполяции, под которой понимается нахождение уровней за пределами изучаемого временного ряда, то есть продление в будущее тенденции, наблюдавшейся в прошлом. Поскольку в дей-

ствительности тенденция развития не остается постоянной, то данные, получаемые путем экстраполяции ряда, следует рассматривать как вероятностные оценки.

Одним из методов анализа и обобщения динамических рядов является выявление его основной тенденции.

Приемы выявления основной тенденции динамического ряда:

- укрупнение интервалов основан на укрупнении периодов времени, к которым относятся уровни ряда;

- метод скользящей средней состоит в замене абсолютных данных средними арифметическими за определенные периоды;

- аналитическое выравнивание – подбор адекватной математической функции (тренда), которая наилучшим образом отображает основную тенденцию ряда динамики.

Таблица 1

Прогнозные значения производства молока

Модель	Среднее квадратическое отклонение, тыс. т	Производство, тыс. т	
	Производство	2011 г.	Прогнозное значение на 2014 г.
Линейная	4,879	336,5	309,18
Параболическая	2,277		345,28
Показательная	4,639		311,79
Логарифмическая	2,294		324,93
Гиперболическая	3,532		335,69

Данные таблицы показывают, что наиболее подходящим трендом для изменения уровня производства молока служит модель параболы, где самое наименьшее квадратическое отклонение – 2,277. Учитывая эти данные, прогнозное значение производства молока в 2014 г. может составить 345,28 тыс. т.

Следует отметить, что прогнозирование базируется, прежде всего, на знании закономерностей развития прогнозируемых явлений, факторов, которые определяют эти закономерности, и того, как эти факторы будут вести себя в прогнозируемый период.

Данные, получаемые путем экстраполяции ряда, следует рассматривать как вероятностные оценки, так как в действительности тенденция развития не остается неизменной. Учитывая благоприятное и неблагоприятное развитие ситуации, можно определить вероятностные границы интервала прогнозируемого явления.

Таблица 2

Средний, оптимистический и пессимистический прогноз производства
молока, тыс. тонн

2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Прогноз на 2014 г.		
					сред- ний	опти- мисти- ческий	песси- мисти- ческий
380,5	358,2	351,2	337,3	336,5	324,93	345,28	309,18

Данные таблицы показывают, что среднее прогнозируемое значение производства молока на предстоящий период составляет 324,93 тыс. т; оптимистический прогноз производства молока – 345,28 тыс. т (параболическая модель), пессимистический – 309,07 тыс. т (согласно линейной модели).

Сегодня в молочной отрасли существуют две глобальные проблемы – это качество и количество молока-сырья, а также проблема снижения его себестоимости. Молоко-сырье, получаемое с фермы переработчиков за границей, выше качеством, чем наше отечественное уже после пастеризации на заводе. Многие переработчики это осознают и давно помогают хозяйствам повысить товарность и улучшить качество молока.

Вся производственная цепочка в хозяйстве влияет на конечный результат. Это и порода коров, и правильное кормление, и соблюдение гигиены и санитарии, использование автоматизации, и, конечно же, грамотный персонал. Каждый зоотехник знает, что повышение продуктивности животного зависит от генетического потенциала животного.

Во-первых, необходимо правильно кормить корову в зависимости от стадии лактационной кривой и физиологического состояния животного. Чтобы молоко соответствовало требованиям ГОСТ по физико-химическим показателям, нужно сбалансировать рацион коровы по витаминам, макро- и микроэлементам, включая в рацион высокобелковые корма.

Во-вторых, чтобы улучшить показатели по микробиологии и снизить содержание соматических клеток, необходимо соблюдать гигиену при доении.

В-третьих, для сохранения качества молока необходимо его охладить до 2-4 градусов, что позволит увеличить его бактерицидную фазу.

Все участники рынка заинтересованы в получении качественно-сырья. Переработчикам гораздо выгоднее установить молокоприемные пункты для частника, проводить обучающие семинары, чем терять прибыль от простоев из-за дефицита молока надлежащего качества.



ФИНАНСОВОЕ ОЗДОРОВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК СПОСОБ ПРЕОДОЛЕНИЯ КРИЗИСНОГО СОСТОЯНИЯ В СПК «СЕВЕРНОЕ» ВЫГОНИЧСКОГО РАЙОНА

В настоящее время большинство сельхозорганизаций страны находятся в затруднительном финансовом положении. Нехватка денежных средств, кредиторская задолженность и ряд других обстоятельств приводят к тому, что предприятия оказываются неплатежеспособными. В связи с этим особую актуальность приобретают вопросы антикризисного управления и, в частности, проблема финансового оздоровления предприятий.

Основными видами деятельности СПК «Северное», функционирующего на территории Выгоничского района, являются производство и сбыт молока, мяса КРС по договорам.

Характеризуя результаты хозяйственной деятельности СПК «Северное» отметим, что практически по всем показателям размера предприятия за анализируемый период времени отмечен спад.

С целью выявления проблем в финансовой сфере кооператива было проведено исследование результатов финансовой деятельности. Полученные значения основных групп финансовых коэффициентов свидетельствуют о том, что за анализируемый период времени кооператив сдал свои позиции. Кроме того, согласно проведенного анализа, можно констатировать, что анализируемое предприятие неплатежеспособно, так как в 2012 г. коэффициент текущей ликвидности составил 1,067, что меньше норматива; коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами составил 0,045, что также меньше норматива.

Согласно Z-модели Альтмана для СПК «Северное» в настоящее время вероятность наступления банкротства высокая, поскольку $Z < 1,23$, начиная с 2011 г. Вместе с тем у СПК «Северное» есть реальная возможность восстановить свою платежеспособность в течение 12 месяцев, поскольку коэффициент восстановления платежеспособности больше единицы (равен 1,12).

В процессе прогнозирования развития внешней и внутренней среды было установлено, что существует возможность девяти сценариев развития бизнеса (табл. 1).

Для достижения устойчивости функционирования для СПК «Северное» наиболее характерен благоприятный вариант развития при благоприятном изменении внешней среды и изменении внутренней среды без использования внешних источников поддержки.

Прогнозирование и оценка возможных сценариев развития
среды бизнеса

Варианты изменения внутренней и внешней среды	Сохранение внутренней среды без изменений	Изменение внутренней среды без использования внешних источников поддержки	Реализация инвестиционных проектов, финансируемых из внешних источников
Стабильность внешней среды	Неблагоприятный (вероятность банкротства)	Удовлетворительный	Благоприятный
Благоприятные изменения внешней среды	Удовлетворительный	Благоприятный	Очень благоприятный
Негативное изменение внешней среды	Неблагоприятный (вероятность банкротства)	Неблагоприятный	Удовлетворительный



Рис. 1. Мероприятия антикризисного характера, направленные на финансовое оздоровление СПК «Северное» в рамках оперативной реструктуризации

Успешная реализация оперативных мер создает предпосылки для стратегической реструктуризации. Основные меры стратегической реструктуризации, предлагаемые в СПК «Северное», представлены на рис. 2.

Для выбора наиболее оптимального сценария были рассчитаны коэффициенты текущей ликвидности и обеспеченности собственными средствами по трем сценариям, разработанным в процессе прогнозирования возможного развития СПК «Северный».



Рис. 2. Мероприятия стратегической реструктуризации

Произведенные расчеты свидетельствуют о том, что в случае реализации предложенных мероприятий в СПК «Северное» по оптимистичному и наиболее вероятному сценариям хозяйство сможет достичь удовлетворительной структуры баланса и стать платежеспособным, что свидетельствует о возможности финансового оздоровления данного предприятия.



Пантюшина Е.А., Карликова Л.И.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ В ОАО «ЛЮДИНОВСКИЙ ХЛЕБОКОМБИНАТ» КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

В условиях рыночной экономики, когда к товару со стороны потребителя предъявляются повышенные требования по качеству и ассортименту, от эффективности работы предприятия с производимым товаром зависят все экономические показатели организации и рыночная доля. Умение компании сосредоточиться на ключевых позициях своего ассортиментного набора может являться одним из существен-

ных факторов в достижении конкурентного рыночного преимущества. Роль руководства заключается в том, чтобы умело сочетать финансы предприятия с его товарной политикой, обеспечивающей рост и прибыль. Тщательно разработанная товарная политика предприятия служит руководству указателем, курсом, которым должно идти предприятие, что в свою очередь позволяет сотрудникам предприятия ориентировать свою работу в направлениях, сулящих большую отдачу. Правильный выбор товарной политики предприятия является своего рода гарантией, что выгодные возможности не будут упущены.

Товарная политика занимает особое место в деятельности предприятия. Хорошо продуманная товарная политика ориентирована на качественное удовлетворение потребительского спроса. Место и роль товарной политики обусловлены тем, что, в конечном счете, удовлетворение потребностей зависит от потребительской ценности товара, которая формируется в результате управления товарной политикой.

ОАО «Людиновский хлебокомбинат» специализируется на выпуске хлебобулочных изделий. В структуре денежной выручки доля выручки от продажи хлебобулочной продукции в 2010 – 2012 гг. составила от 84,4% до 86,3%. В динамике данный показатель за период исследования вырос на 1,9%, что обусловлено увеличением объемов продаж данных видов изделий. При этом доля выручки кондитерских изделий увеличилась на 0,2%, а доля макаронных изделий не изменилась.

На предприятии ассортимент представлен тремя группами: хлебобулочные изделия, кондитерские изделия и макаронные изделия. При анализе ассортимента выявлено, что широта ассортимента в 2010-2012 гг. осталась неизменной и составила 3 единицы, а коэффициент новизны имел значение от 0,03 до 0,07 п.п.

Основными конкурентами ОАО «Людиновский хлебокомбинат» являются Кировский и Жиздренский хлебокомбинаты, а так же с малой долей вероятности Голосиловская пекарня. В соответствии с проведенной оценкой конкурентоспособности определено, что ОАО «Людиновский хлебокомбинат» является лидером рынка хлебобулочных изделий в Людиновском районе Калужской области. ОАО «Жиздринский хлебокомбинат» и ОАО «Кировский хлебокомбинат» отнесены к последователям рынка.

Для оценки конкурентоспособности хлеба анализируемого предприятия использовали потребительские свойства. Согласно проведенному анализу лидером является хлеб «Белый», второе место в ранжированном ряду занимает хлеб «Раменский». Менее конкурентоспособным оказался хлеб «Бородинский».

В соответствии с проведенной оценкой конкурентоспособности батонов первое место в ранжированном ряду занимает батон «Подмосковный», второе место – принадлежит батону «Нарезной». На последней

позиции по цене потребительских свойств находится плетенка с маком.

В целях совершенствования товарной политики предприятия выполнен SWOT-анализ. Используя информацию о сильных и слабых сторонах организации, возможностях и угрозах, предложены наиболее актуальные стратегии. Такими стратегиями являются: увеличение доли рынка хлебобулочных изделий, оптимизация товарного ассортимента, внедрение нового вида продукции, разработка рекламно-информационной кампании и поиск альтернативных поставщиков сырья.

Используя методику, основанную на применение системы увязки перспектив сбыта продукции с возможностями ресурсообеспечения и прибыльностью, выявили оптимальные для организации ассортиментные группы продукции. Сводные показатели «баланса выживания» свидетельствуют, что для ОАО «Людиновский хлебокомбинат» оптимальными ассортиментными группами являются хлебобулочные изделия и кондитерские изделия.

В целях нейтрализации угрозы для предприятия связанной с изменением потребностей и вкусов потребителей, рекомендуем внедрить в производство хлеб «Фруктовый» из пшеничной муки с орехами и сухофруктами.

Внедрение новых видов продукции с полезными для здоровья добавками необходимо сопровождать кампаниями по информированию покупателей о свойствах этих продуктов, используя рекламу. Так как продукт является товаром повседневного спроса, предлагается использовать наиболее дешевый и эффективный способ распространения рекламы, в частности на витрине магазина следует разместить рекламно-информационные постеры, привлекающие внимание покупателей к новому изделию.

Согласно проведенным расчетам, организации на производство предлагаемого хлебобулочного изделия и на ее продвижение потребуются средства в сумме 2755 тыс. руб. При прогнозируемой рыночной цене (14,69 руб.) и планируемом выпуске продукции (210000 шт.) возможно получение предприятием дополнительной выручки в размере 3085 тыс. руб., что положительно скажется на изменении финансовых результатов. Рентабельность продаж увеличится на 0,35 п.п. в результате роста прибыли на 330 тыс. руб.

Использование предлагаемых мероприятий по совершенствованию товарной политики приведет не только к получению дополнительного дохода, но и позитивно отразится на имидже предприятия и повысит его конкурентоспособность на рынке хлебобулочных изделий Людиновского района Калужской области.



УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В ООО «СНЕЖКА-НОВОСЕЛКИ» БРЯНСКОГО РАЙОНА

Стержень любой организации – работающие в ней люди, которыми необходимо управлять. Система управления персоналом очень разносторонняя и многогранная. Она включает в себя все аспекты взаимодействия работников с организацией и обеспечивает непрерывное совершенствование методов работы с кадрами и использование достижений отечественной и зарубежной науки и наилучшего производственного опыта.

Управление кадрами представляет собой сложную систему, функционирующую в трех измерениях: как работники, т.е. «инструмент», обеспечивающий реализацию экономических целей хозяйствующего субъекта; как индивидуумы, или человеческая общность, для которой характерны развивающиеся личности, и как сотрудники, причастные к единой организационной системе. В современных условиях назрела объективная необходимость изменения взглядов на кадровое управление, возникновение кадровых проблем станет неизбежным. Они могут решаться лишь на основе научно разработанной концепции, которая предполагает формирования методологии, системы и технологии управлению персоналом.

В анализируемом предприятии ООО «Снежка-Новоселки» за 2010-2012 гг. размеры производства по результативным показателям увеличились. В частности, стоимость валовой продукции и денежная выручка выросли на 26,5 и 24,9% соответственно.

Специализация хозяйства молочное скотоводство, что определяется высоким удельным весом выручки от реализации молока в общей выручке предприятия. В частности за исследуемый период времени величина показателя составила 63,0-69,7%.

В современных условиях предприятие является финансово не устойчивым, не ликвидным, с низкой деловой активностью, но по-прежнему остается рентабельным.

На предприятии в 2010-2012 гг. основную долю в общей численности работников занимал производственный персонал, в частности от 85,1 до 89,6%. При этом за исследуемый период его удельный вес вырос на 4,5%. Остальная часть приходилась на непромышленный персонал, который в хозяйстве представлен работниками мельницы, молочного цеха, общественного питания.

В ООО «Снежка-Новоселки» в категории служащих на 01.01.2013 г. преобладал возраст от 31 до 54 лет. На долю руководителей в данном возрасте приходилось 90,9% от общего количества руководителей. Более 50% специалистов имели возрастную категорию от 31 до 54 лет. В вышеуказанной категории находился и один собственнo служащий. В возрасте до 30 лет в хозяйстве на исследуемый период времени работало 2 служащих, в том числе в категории специалистов. На предприятии в возрасте 55-60 лет трудилось 5 человек, что составляет 20% от общей численности служащих.

Преобладающая часть служащих предприятия на 01.01.2013 г. имела стаж работы свыше 10 лет (13 чел.). Со стажем работы до 5 лет в хозяйстве числилось 4 человека, от 5 до 10 лет – 8 служащих.

На 01.01.2013 г. с высшим образованием в организации работало 9 служащих и 15 человек имело среднее специальное образование.

В ООО «Снежка-Новоселки» рабочее время года и дня используется достаточно эффективно. Так, в 2010-2012 гг. коэффициент использования рабочего времени в течение года составлял от 1,45 до 1,52, что свидетельствовало о работе персонала в выходные и праздничные дни. Значения коэффициентов использования рабочего дня характеризуют сверхурочную работу персонала.

В хозяйстве среднегодовая выработка за анализируемый период времени увеличилась по валовой продукции и денежной выручки на 39,7 и 37,9% соответственно. По чистой прибыли произошло снижение выработки на 35,4%.

На предприятии используются материальное и моральное стимулирование труда. Основу материальных стимулов составляют оплата труда персонала организации, доплаты и премирование. В организации среднемесячная заработная плата одного работника в 2012 г. по отношению к 2010 г. увеличилась на 16,2%. В то же время зарплатоотдача выросла на 19,0%, это свидетельствует о соответствии темпов роста заработной платы темпам роста зарплатоотдачи.

Для совершенствования технологии управления трудовыми ресурсами рекомендуем ряд мероприятий по адаптации персонала, в частности использовать форму обучения ротация и внедрение наставничества. В результате их реализации хозяйство может увеличить денежную выручку на сумму 543 тыс. руб. и иметь дополнительную прибыль в размере 292 тыс. руб.

В целях улучшения системы стимулирования труда в ООО «Снежка-Новоселки» рекомендуем переход на 18-ти разрядную тарифную сетку. С целью увязки величины заработной платы с финансо-

вым состоянием предприятия рекомендуем в организации применять тарифные коэффициенты в зависимости от достигнутого уровня рентабельности продаж.

С учетом измененного фонда оплаты труда тарифные коэффициенты в градации от 7,1 до 10,0% увеличатся на 1,1%, а в градации свыше 10,1% соответственно на 3,2%. Остальную величину прибыли целесообразно направлять на развитие материально-технической базы предприятия. В зависимости от градации рентабельности продаж на вышеуказанное направление дополнительно предприятие может выделить от 509 до 1527 тыс. руб.

В качестве мероприятий по улучшению морального стимулирования работников предприятия предлагаем: предоставление служебного автотранспорта; обучение за счет предприятия на семинарах и тренингах; оплату санаторно-курортного лечения сотрудников.

Для совершенствования работы с кадрами в ООО «Снежка-Новоселки» рекомендуем внедрение автоматизированной подсистемы «Кадровое обеспечение» для 1С: Предприятие. В организации вопросы кадрового обеспечения в основном занимается по совместительству секретарь – делопроизводитель. Автоматизация кадровой работы должна избавить ее от выполнения рутинных операций при работе с кадрами, подготовке и учете приказов. Внедрение данной подсистемы в ООО «Снежка-Новоселки» позволит повысить производительность труда, качество и достоверность кадрового учета предприятия и привести его в порядок в соответствие с законодательными документами.

Согласно проведенным расчетам на внедрение автоматизированной подсистемы потребуются затраты в размере 30757 руб. Но при ее использовании сокращаются затраты времени на ведение кадрового учета в количестве 378 час и годовая экономия от внедрения автоматизированной системы составит 21924 руб. Срок окупаемости данной подсистемы – 1 год и 5 месяцев.

Рекомендуемые мероприятия по совершенствованию технологии управления персоналом, улучшению мотивации труда, автоматизация кадровой работы активизируют деятельность работников в области повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия и повысят его конкурентоспособность.



ОЦЕНКА И ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ В ТНВ «СЫР СТАРОДУБСКИЙ»

Повышение эффективности хозяйствования предприятия – важнейшая задача современного этапа развития экономики. В значительной степени ее решение определяется повышением конкурентоспособности продукции, что предполагает полное или частичное обновление ассортимента, техническое переоснащение производства, трансформацию организационной структуры и использование принципиально новых методов управления.

Оценка конкурентоспособности продукции являются исходным элементом для производственно-хозяйственной деятельности предприятий в условиях рыночной экономики. При этом систематической оценке должны подвергаться не конкурентоспособность производимой предприятием продукции, но и конкурентоспособность самого предприятия.

Важность такой оценки обусловлена целым рядом обстоятельств, среди которых следует назвать необходимость разработки мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции, выбор предприятием партнера для организации совместного выпуска продукции, привлечение средств инвестора для организации конкурентоспособного производства, составление маркетинговых программ для выхода предприятия на новые рынки сбыта, своевременного принятия решения об оптимальных изменениях товарного ассортимента, разработке и производстве новых и модернизированных изделий, расширении и создании производственных мощностей и другие.

ТНВ «Сыр Стародубский» занимает достойное место на рынке молочной продукции и зарекомендовало себя как стабильное, надежное и развивающееся предприятие. Организация специализируется на производстве сыра натурального. Удельный вес выручки от сыра натурального в структуре денежной выручки предприятия в 2010-2012 гг. находился в пределах от 61,0 до 65,2%.

Для проведения анализа внутриотраслевой конкуренции рассмотрели один из основных ее факторов – емкость рынка. В качестве исследуемого рынка принят рынок Брянской области. В результате проведенного анализа выявлено, что лидером рынка является ТНВ «Сыр Стародубский», претендентом на лидерство ООО «Хохланд Руссланд», последователем на рынке ЗАО «Янтарь» и предприятие ЗАО «Карат» заняло рыночную нишу и избегает конкуренции. Конкурент-

ное преимущество ТнВ «Сыр Стародубский» заключается в удобном месторасположении, высоком качестве продукции, более низких ценах и широком ассортименте выпускаемой продукции.

Проведенная оценка конкурентоспособности молочных изделий на основе потребительских свойств показала, что наиболее конкурентоспособным видом молочной продукции товарищества для потребителей является молоко.

Согласно проведенной оценке конкурентоспособности твердых сыров, лидером оказался Костромской сыр, так как у него наименьшая цена 100 баллов потребительских свойств.

В целях более углубленного анализа определили конкурентоспособность сыра Костромского на основе органолептических и маркетинговых показателей. В качестве конкурента выступило предприятие ООО «Хохланд Руссланд». В результате проведенного исследования выявлено, что более конкурентоспособным является сыр Костромской, производимый ТнВ «Сыр Стародубский», так как общий уровень конкурентоспособности продукции с учетом цены у данного сыра выше на 0,93 п.

Для выявления основных направлений повышения конкурентоспособности молочной продукции выполнен SWOT-анализ, учитывая результаты которого и финансовые возможности предприятия определены основные направления повышения конкурентоспособности молочной продукции, в частности: внедрение нового вида продукции, модернизацию транспортных средств.

Предлагаем ТнВ «Сыр Стародубский» внедрить в производство новинку – напитки сывороточные «Наслаждение». Данная продукция ориентирована на потребителей, которые заботятся о своем здоровье.

Напиток «Наслаждение» будет выработан на основе сыворотки с добавлением натуральных концентрированных фруктовых соков и представлен следующими вкусами: вишня, апельсин и манго, лимон и зеленый чай и будет разливаться в картонную упаковку объемом 0,5 л.

Согласно проведенным расчетам предприятие дополнительно может иметь прибыль в размере 9055 руб. в сутки, а годовая дополнительная прибыль может составить 2391 тыс. руб.

Предложенная модернизация транспортных средств, предусматривает переоборудование имеющегося транспорта на газовое топливо. Учитывая информацию о затратах на переоборудование автомобилей на газовое топливо (203 тыс. руб.) и экономию затрат на ГСМ в результате перехода на газовое топливо (4180 тыс. руб.) определили, что экономический эффект по данному мероприятию составит 3977 тыс. руб.

В ходе исследований определен совокупный эффект предложенных мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции. При внедрении предлагаемых мероприятий возможно увеличение денежной выручки на 17160 тыс. руб., а рентабельности продаж – на 0,11 п.п., в результате роста прибыли на 6368 тыс. руб.

Таким образом, внедрив рекомендуемые мероприятия в практическую деятельность ТНВ «Сыр Стародубский» повысит конкурентоспособность на рынке молочной продукции как Брянской области, так и Российской Федерации.



Паршикова А.А., Карликова Л.И.

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ В СПК «КРАСНЫЙ РОГ» ПОЧЕПСКОГО РАЙОНА

Сельское хозяйство является одной из самых важных отраслей народного хозяйства. Оно производит продукты питания для населения, сырье для перерабатывающей промышленности, обеспечивает и другие нужды общества. Поэтому, актуальной темой в настоящее время является проблема дальнейшего повышения уровня конкурентоспособности данной отрасли, что невозможно без осуществления грамотного управления качеством производимой продукции на конкретном предприятии.

В СПК «Красный Рог» тщательно следят за процессом производства и хранения продукции. Кооператив реализует перерабатывающему предприятию ООО «Торговый дом «Дубровкамолоко» молоко только I сорта, объемы продажи которого за 2010 – 2012 гг. имели тенденцию к увеличению. Документом, подтверждающим качество молока-сырья требованиям технического регламента на молоко и молочную продукцию (Федеральный закон от 12.06.2008 № 88-ФЗ с изменением от 22.07.2010), является декларация соответствия, выданная ФГБУ «Брянская межобластная ветеринарная лаборатория». Протокол испытаний, приложенный к декларации, содержит результаты испытаний образца по следующим показателям: кислотность, массовая доля белка, жира, сухих веществ, плотность, содержание соматических клеток и т.д.

В ходе исследования оценку качества производимого молока в СПК «Красный Рог» осуществили с помощью органолептического метода, выделив такие параметры, как: внешний вид, вкус, запах и цвет молока. Согласно проведенным исследованиям, уровень качества молока-сырья по органолептическим показателям в кооперативе на 80% соответствует эталонному значению.

Реализация КРС на мясо в СПК «Красный Рог» осуществляется как организациям (ОАО «Брянский мясокомбинат», ОАО «Мясоперерабатывающий комбинат»), так и гражданам. При продаже продукции категории по упитанности не устанавливаются. При этом экологическая чистота реализуемых животных подтверждается ветеринарным свидетельством и справкой об эпизоотологическом состоянии хозяйства.

В кооперативе большое внимание уделяется качеству зерна. В хозяйстве высевают рожь озимую, пшеницу озимую, рапс озимый, овес, кукурузу на зерно. При посеве озимой ржи применяют сорт «Пуховчанка», семенной материал 2 и 3 репродукции. Посев пшеницы осуществляют, используя сорт «Московская 39», по качеству семена 2 репродукции; овса – сорт «Козырь», семенной материал массовой репродукции. Уборка урожая осуществляется как раздельным способом, так и прямым комбайнированием. Транспортировка зерна с поля производится на зерноочистительный сушильный комплекс КЗС-25. Зерно сушится, очищается от сорной травы, и только потом оно может храниться определенное время. После проведения качественной сушки и обработки влажность зерна не должна превышать 14%. После очистки и сушки зерно поступает в специально оборудованные помещения. В настоящее время для хранения зерна используют склад и зернохранилище.

Документами, подтверждающими качество семенного зерна, являются акт апробации, удостоверение качества семян, протокол испытания, акт регистрации сортовых и гибридных посевов, сертификаты соответствия, выданными филиалом ФГБУ «Россельхозцентр» по Брянской области. Для проведения испытания агроном предприятия отбирает щупом из нескольких мест семенное зерно в количестве 1 кг, заполняет акт отбора проб для определения качества семян, этикетку на каждый вид семян и доставляет в лабораторию.

Предприятие занимается производством продовольственного зерна. Реализация зерна в 2010-2012 гг. в основном осуществлялась на ОАО «Стародубхлебопродукт» и ОАО Брянский хлебокомбинат «Каравай». Характеристики качества зерна определялись покупателем продукции по среднесуточной пробе. Используя среднесуточные пробы, в лаборатории комбината хлебопродуктов осуществлялась оценка показателей качества количественно и качественно.

Для оценки конкурентоспособности продукции предприятия использовали стоимостные показатели. В качестве конкурента выступило ОАО Агрородок «Московский», расположенное в Почепском районе Брянской области. СПК «Красный Рог» оказался на 2 месте по уровню конкурентоспособности зерна, что характеризует более слабую его конкурентную позицию по отношению к ОАО Агрородок «Московский».

Кооператив уступает конкуренту в цене реализации 1 ц продукции и в издержках на производство единицы продукции. При производстве молока более конкурентоспособным является СПК «Красный Рог». Предприятие превосходит конкурента по удою молока на 1 корову и производственной себестоимости единицы продукции. СПК «Красный Рог» является более конкурентоспособным при производстве КРС на мясо, что обеспечивается ценой реализации 1ц КРС на мясо и производственной себестоимостью 1 ц прироста КРС. По показателю среднесуточный прирост КРС предприятие несколько уступает конкуренту.

Для повышения качества и конкурентоспособности молока предлагаем ввести функциональную кормовую добавку ФКД «Дельта Фидс». Применение ФКД «Дельта Фидс» эффективно влияет на производство молока в хозяйстве. Предприятие может увеличить валовой надой молока на 3621 ц. При этом возможно увеличение денежной выручки на 19,5%, а прибыли в 2,4 раза. Кроме того, рентабельность продаж молока вырастет на 17,3%.

С целью снижения риска, связанного с поражением растений болезнями, предлагаем при выращивании пшеницы озимой использовать препарат «Циркон», который увеличивает урожайность зерновых на 3,3 ц, а валовой сбор зерна на 990 ц. В результате реализации дополнительно полученного зерна возможно увеличение денежной выручки на 38,3%. Рентабельность продаж увеличится на 20,6% в результате роста прибыли в 2,5 раза.

Для снижения высокой вероятности возникновения болезней предлагаем ввести в рацион кормления КРС на выращивании и откорме иммуностимулятор «Нуклеопептид». В результате использования иммуностимулятора возможен рост среднесуточного привеса на 97 грамм и увеличение валового прироста на 410 ц. При этом стоимость валовой продукции может вырасти на 3850 тыс. руб., возможно увеличение чистого дохода на 1661 тыс. руб. и повышение рентабельности продукции на 7,8%.

В ходе исследования определили совокупный эффект от внедрения предлагаемых мероприятий. При реализации мероприятий по повышению качества продукции денежная выручка увеличится на 9205 тыс. руб., а прибыль от продаж – на 7974 тыс. руб. При этом рентабельность продаж вырастет на 10,3%.

Рекомендуемые мероприятия обеспечат повышение конкурентоспособности СПК «Красный Рог» на рынке сельскохозяйственной продукции Брянской области.



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ В ВЫГОНИЧСКОМ СЕЛЬПО

Ассортиментная политика предполагает решение проблемы выбора номенклатуры производимой продукции и ее оптимизацию. Основная задача ассортиментной политики – определение структуры производства.

Выгоничское потребительское общество – добровольное объединение граждан, созданное по территориальному признаку на основе членства путем объединения его членами имущественных паевых взносов для торговой, заготовительной и иной деятельности в целях удовлетворения материальных и иных потребностей его членов.

Чтобы обеспечить эффективную предпринимательскую деятельность, предприятие должно постоянно развивать товарный ассортимент. Необходимость этого обусловлена рядом факторов, основные из которых изменение спроса на отдельные товары и изменения в товарном ассортименте конкурентов.

В Выгоничском сельпо представлено огромное количество товаров, которые объединены в двух ассортиментных группах - продовольственные товары (колбасные изделия, консервные, рыба и морепродукты, чай, макаронные изделия и т.п.) и непродовольственные товары (табачные изделия, мебель, телевизоры, медикаменты и т.п.).

Ассортимент Выгоничского сельпо достаточно насыщен, это выражается в многообразии ассортиментных групп.

Обновление ассортимента в Выгоничском сельпо происходит внедрением новых товаров, пользующихся наибольшим спросом. Наибольшим спросом в Выгоничском сельпо пользуются товары повседневного спроса.

В объеме реализации товаров в разрезе ассортиментных групп в целом наблюдается положительная динамика. В группе продовольственных товаров наблюдается рост реализации колбасных изделий на 59%, рыбы и морепродуктов на 62,6%, кондитерских изделий на 46,4%, овощей на 58,8%, вина на 50,3%, пива на 99,9%. Исключение лишь составляет масло растительное, его объем реализации снизился на 4,6%. В группе непродовольственных товаров снижение произошло в реализации мебели на 50,3%, увеличились ритуальные услуги на 10,9%. Количество потребления табачных изделий увеличилось в 2,8 раза, уменьшился объем реализации медицинских товаров на 16,1%.

Задача высшего руководства Выгоничском сельпо состоит в том, чтобы с учетом всех факторов обеспечить наиболее полное соответствие товарного ассортимента запросам потребителей. Такое соответствие достигается благодаря управлению товарным ассортиментом.

Принимая решения о широте, глубине, насыщенности и гармоничности товарного ассортимента, необходимо постоянно проводить оценку продаваемых Выгоничском сельпо изделий. Поэтому следует постоянно анализировать соответствие производимых изделий запросам покупателей.

Для более углубленного анализа был использован АВС-анализ. Анализ позволил выделить группу «А» (ассортиментные позиции, сумма долей, с накопительным итогом которых составляет 73,3% от общей суммы групп), группу «В» (ассортиментные позиции, сумма долей, с накопительным итогом которых составляет 16,4% от общей суммы групп) и группу «С» (сумма долей которых составляет 10,3% от общей суммы параметров). В группу «А» вошла такая продукция как колбасные изделия, кондитерские изделия, пиво, хлеб и хлебобулочные изделия, табачные изделия. В группу «В» вошли морепродукты и рыба, плоды, вино. Группа «С» составляет наименьшую долю реализации продукции. В нее вошли медицинские товары, овощи, масло растительное, ритуальные услуги, консервы мясные, мебель, телевизоры, электропылесосы.

Из этого следует, что на продукцию, попавшую в группу А и в меньшей степени в группу В, должна быть сконцентрирована основная работа: сосредоточены коммерческие и рекламные усилия, так как они являются более рентабельными позициями в ассортименте. Для продукции, попавшей в область В необходимо улучшать качественные характеристики либо снижать цену, чтобы регулировать спрос на нее. Группу С можно либо выводить из ассортимента и заменять ее более качественной продукцией, либо при наличии достаточного спроса на нее принимать меры по улучшению ее положения: увеличивать рентабельность, снижать объемы производства.

Проведя анализ ассортиментной политики можно сделать вывод, что предприятию необходимо активизировать деятельность по оказанию услуг, так как по продаже продовольственных товаров, которые вошли в группу «А», на рынке Выгоничского района появляется в последнее время все больше конкурентов.

Следует уделять больше внимания расширению особенно бытовых услуг, предоставление которых на рынке Выгоничского района недостаточно развито.

Из всех рассмотренных направлений оказания услуг для Выгоничского сельпо наиболее перспективным, на наш взгляд, будет оказание парикмахерских услуг. Салон-парикмахерская будет оказывать населению различные парикмахерские услуги, а так же услуги маникюра.

Клиентами салона-парикмахерской будут жители поселка Выгоничи и района. Цены салона ориентированы на клиентов со средним достатком. Салон будет оказывать недорогие услуги на высоком уровне, актуальные, пользующиеся большим спросом.

Конкурентные преимущества проектируемого предприятия - хорошее качество, разнообразие услуг, невысокие цены, хороший сервис, активная рекламная деятельность – позволят составить достойную конкуренцию на рынке услуг.

Кроме того, в последнее время есть тенденция роста спроса на изготовление, обработку цифровой фотографии. Поэтому перспективным направлением для Выгоничского сельпо будет организация работы фотостудии.

Фотостудия будет получать доход от двух основных направлений: от профессиональной съемки в студии (для портфолио, буклетов, каталогов и другой рекламной продукции) и от репортажной фотосъемки.

Для того чтобы проинформировать потенциальных покупателей необходимо провести рекламную кампанию. Затраты на рекламу в газетах составят: «Российская Нива» 300 руб. в неделю, «Брянские факты» 350 руб. в неделю. Реклама в маршрутных такси 3000 руб. в месяц. В рекламных целях также будут задействованы такие средства, как визитки, расклейка объявлений в подъездах и рассылка по почтовым ящикам, наружная реклама. За счет реализации предлагаемых мероприятий выручка Выгоничского сельпо увеличится на 4,7%, прибыль увеличится на 1801 тыс. руб. Уровень рентабельности продаж составит 5%, что выше фактического уровня на 1,5%.

Разработанные мероприятия позволят расширить ассортимент услуг Выгоничского сельпо и положительно повлияют на деятельность предприятия.

Кундасева Е.Н., Подольникова Е.М.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В УПРАВЛЕНИИ ООО «КОМБИНАТ «СТРОМА» ВЫГОНИЧСКОГО РАЙОНА

В настоящее время возрастает значение финансовых методов управления и таких важнейших функций менеджмента как оценка ресурсного потенциала, стоимости предприятий, анализа и прогнозирования финансового состояния, особенно в условиях структурной перестройки промышленности, наличии системы различных рисков. Развитие этих функций менеджмента требует разработки соответствующих конкретных финансовых инструментов и показателей.

За период с 2010 по 2012 гг. сумма основного капитала ООО «Комбинат «Строма» выросла на 23,2%. Большой удельный вес к общим активам составляют основные средства и незавершенное строительство. Наличие вложений в строительство указывает на инвестиционную направленность вложений предприятия.

Имущество предприятия за анализируемый период увеличилось на 38,5%, что может свидетельствовать о тенденции повышения потенциальных возможностей предприятия.

С 2010 по 2012 гг. по всем видам рентабельности наблюдался рост. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств в 2012 г. составил 2,55, это хороший показатель для промышленности. За исследуемый период данный показатель незначительно снизился. Продолжительность одного оборота за 2010-2012 гг. выросла на 8 дней и составила 141 день.

Сравнительный анализ дебиторской и кредиторской, а также сумм дебиторской и кредиторской задолженности показал, что кредиторская задолженность в анализируемом предприятии с 2010 по 2012 гг. выросла в 2,2 раза, дебиторская задолженность также имеет тенденцию к росту, что является негативным моментом в деятельности ООО Комбинат «Строма».

Проведенный анализ свидетельствует о нормальном функционировании предприятия, однако, имеется ряд проблем с ростом кредитной зависимости и растущей дебиторской задолженностью. Руководству ООО «Комбинат «Строма» необходимо более грамотно проводить финансовую политику предприятия.

Из-за отсутствия налаженной системы управления финансами ООО «Комбинат «Строма» ежегодно теряет от 10 до 20% своих доходов – нехватка полноценной и оперативной финансовой информации приводит к ошибочным, запоздалым управленческим решениям, многие объекты финансового управления уходят из внимания руководителей.

Руководству предприятия необходимо снизить, во-первых, себестоимость реализуемой продукции, для чего возможно произвести изменения в технологии производства керамического кирпича путем использования новой пропорции керамической массы, а во-вторых, уменьшить коммерческие и административные расходы, для этого необходимо ограничить расходы управляющего персонала введением лимита бюджета, который в течение месяца могут потратить работники управления. Для снижения себестоимости производства кирпича в 2012 г. на предприятии было решено использование новой инновационной пропорции состава керамической массы при следующем соотношении компонентов, массовая доля: глина – 97,9-98,8; уголь – 0,2-

0,3; измельченный брак кирпича после сушки – 0,5-0,9; измельченные отходы стекловолкна – 0,5-0,9.

За счет новых составов керамических масс для производства керамического кирпича снижение себестоимости составит около 3%, возрастут прочие расходы на 25%, также за счет лимитирования бюджета управленческого персонала снижение коммерческих и административных расходов составит примерно 7%.

Такое снижение себестоимости производства кирпича и лимитирование бюджета в ООО «Комбинат «Строма» положительно отразится на чистой прибыли, которая увеличилась на 2155 тыс. руб.

В деятельности ООО «Комбинат «Строма» существуют проблемы со взиманием оплаты за товар от недобросовестных клиентов. Размер дебиторской задолженности 2012 г. составлял 14521 тыс. руб. Поэтому предложено использовать факторинговую систему, которая дает 100% гарантию оплаты 80% от суммы счета. Услуги факторинга в Брянске оказывает ЗАО «Промсвязьбанк».

От ЗАО «Промсвязьбанк» по факторинговой операции мы получаем 80% суммы долга дебитора. Размер оборотных средств остается на том же уровне, но сумма в размере 11616,8 тыс. руб. переходит в статью денежные средства, т.е. наиболее ликвидные оборотные средства, которые необходимы предприятию для нормальной работы и тем самым, улучшая показатели платежеспособности предприятия.

В структуре источников предприятия в 2012 г. значительную часть занимает кредиторская задолженность. Ее доля постоянно увеличивается. Это крайне негативная тенденция.

После проведения переговоров с ОАО «Альтаир», основным поставщиком сырья для ООО «Комбинат «Строма», был заключен договор о продлении сроков оплаты за сырье, тем самым у ООО «Комбинат «Строма» появилась возможность перевести долг на статью долгосрочные кредиты и займы, следствием чего станет сокращение кредиторской задолженности.

Сокращение кредиторской задолженности почти на 40% и продажа счетов дебиторов ЗАО «Промсвязьбанк» по факторингу положительно скажется на показателях платежеспособности ООО «Комбинат «Строма».

Таким образом, реализация предложенных комплексных мер по совершенствованию финансового менеджмента будет способствовать росту финансовой устойчивости и повышению эффективности финансово-хозяйственной деятельности ООО «Комбинат «Строма».



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ

В зависимости от вида продукции, объемов производства, емкости рынка возможны различные варианты организации службы маркетинга, которую возглавляет обычно заместитель директора по маркетингу. Каждое предприятие создает отдел (службу) маркетинга с таким расчетом, чтобы он наилучшим образом способствовал достижению маркетинговых целей (выявление неудовлетворенного спроса, географическое расширение рынка, выявление новых сегментов рынка, увеличение прибыли и т.д.).

Маркетинговые службы могут строиться в соответствии с одним из следующих принципов: функциональная организация (отдел состоит из нескольких функциональных подразделений – рекламы, сбыта, исследования рынка и т.п.; товарной организации (наряду с функциональным разделением сотрудников отдела их дифференцируют по видам товаров); рыночная организация (при наличии сегментов рынка); товарно-рыночной (матричной) организации (для фирм с широким ассортиментом товаров).

Проведенный анализ показал, что в ООО «Сахар» отдел маркетинга отсутствует. В частности часть функций маркетолога выполняет руководитель отдела продаж и его подчиненные. Несмотря на отсутствие выделенного отдела по управлению маркетинговой деятельностью основные задачи возложены на коммерческий блок.

Анализ эффективности управления маркетингом на предприятии целесообразно основывать на расчете динамики показателей, характеризующих прибыльность коммерческой деятельности хозяйствующего субъекта и его конкурентоспособность:

Доля прибыли предприятия от коммерческой деятельности является определяющим показателем при оценке качества организации, функционирования и управления маркетинговой системой, так как цель любого коммерческого предприятия заключается в максимизации получаемой им прибыли. Вся получаемая прибыль формируется как раз от основной деятельности.

Размер прибыли от продажи продукции за 2012 г. составил 34239 тыс. руб., что на 33915 тыс. руб. или в 105,7 раза больше чем в 2010 г. Такой рост прибыли вызван, в первую очередь, оптимизацией затрат на производство продукции и ростом продаж в 2012 г. по сравнению с 2010 г. на 171040 тыс. руб. или на 69,9%.

Оценка эффективности управления маркетинговой деятельностью
в ООО «Сахар»

Наименование	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2012 г. в % к 2010 г.
Объем отгруженной продукции всего, тыс. руб.	244844	676236	415884	169,9
Объем отгруженной продукции, тыс. тонн	24,5	35,2	37,9	154,7
Прибыль от продажи продукции, тыс. руб.	324	4813	34239	10567,6
Доля прибыли по основному производству в общей прибыли, %	100,0	100,0	100,0	100,0
Объем спроса на продукцию предприятия (емкость рынка Брянской области), тыс. тонн	41,7	41,7	41,7	100,0
Расходы на маркетинг, тыс. руб.	2325	1099	3698	159,1
Расходы на маркетинг в расчете на 100 руб. продаж, %	0,95	0,16	0,89	93,6
Расходы на маркетинг в расчете на 100 руб. расходов предприятия, %	4,5	17,5	18,3	402,7

Но, несмотря на высокие оценки эффективности системы управления маркетинговой деятельностью ООО «Сахар» есть резервы для дальнейшего повышения эффективности. Об этом можно судить по следующим фактам:

- максимальные продажи продукции были не в 2012 г., а в 2011 г.;
- практически неизменные расходы на маркетинг, рекламу и стимулирование продаж.
- рост продаж импортного сахара на территории области.

Данные вызывают необходимость поиска путей совершенствования управления маркетинговой деятельностью на ООО «Сахар» с целью повышения эффективности деятельности предприятия.

Проведенный анализ емкости рынка Брянской области и регионов РФ показал, что на федеральном уровне доля ООО «Сахар» ничтожно мала – всего 0,2% от всей емкости федерального рынка (9,8 тыс. т в 2012 г. из 5579,2 тыс. тонн).

Исходя из данного обстоятельства и сложившихся продаж возникает следующая задача из маркетингового плана ООО «Сахар» на ближайшие три года – увеличить продажи на федеральном рынке до 0,3% в 2014 г. и до 0,5% в 2015 г. В среднесрочной цели ООО «Сахар» стоит задача занять в 2015 г. 0,5% емкости федерального рынка, что составляет 27,9 тыс. тонн сахара за пределы Брянской области.

Необходимо составить такую маркетинговую программу продвижения продукции на федеральный рынок, которая позволит достигнуть поставленных целей. Для реализации данных целей необходимо определить направления совершенствования комплекса маркетинга («маркетинг-микс») ООО «Сахар» для федерального уровня.

Исходя из имеющихся данных возникает следующее решение по организации федеральных продаж – полностью отказаться от оптовиков одного из уровней, заменив его наличие собственным распределительным центром (аренда) в г. Москва. В данном случае, появится возможность повысить цены для региональных оптовиков и полностью избежать наличия длинной цепи посредников при распределении продукции. Целесообразно внедрить распределительный склад в г. Москва и его целенаправленное обслуживание.

Для обеспечения трехмесячных стоков продукции предприятие должно иметь склад с площадью не менее 1000 кв. м. При ставке аренды 2 тыс. руб. за 1 кв. м аренда за год составит 24000 тыс. руб. Общие расходы на транспортировку составят 6974 тыс. руб. в год для поддержания трехмесячного стока на распределительном центре. Расходы на персонал в год составят 3240 тыс. руб. на заработную плату и 978 тыс. руб. на отчисления с заработной платы. Таким образом, общие расходы на персонал в год составят 4218 тыс. руб. в год. Отметим, что заработные платы были взяты исходя из предложений на рынке труда города Москва.

Следующий элемент комплекса маркетинга – это продвижение продукции. Так как задача продавать, как можно меньше, предлагаем воспользоваться установлением минимальных цен для конечного потребителя. Предложенные направления по совершенствованию управления маркетингом, будут способствовать развитию деятельности предприятия в целом.



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Маркетинговый подход дает возможность предприятию сократить риск, связанный с постоянным изменением рыночных условий, и занять выгодную конкурентную позицию. Использование инструментов маркетинга позволяет разработать и предложить покупателю товар, который сможет наилучшим образом удовлетворить его потребности. Нацеленность маркетинга на долгосрочную перспективу создает условия для стабильного и успешного роста предприятия.

На эффективность маркетинга оказывает существенное влияние процесс построения маркетинговых коммуникаций с внешней средой, которые строятся исходя из рационального и эффективного маркетингового информационного обеспечения.

Для обработки маркетинговой информации немаловажное значение играет оборудование для обработки информации. В частности, в ООО «Сахар» имеется следующее оборудование:

- компьютеры (с операционной системой Виндовс 7);
- программное обеспечение (в основном вся информация обрабатывается в программных продуктах Офис, в частности Excel);
- оргтехника (сканер, факс, принтер, копир);
- доступ к сети интернет.

Источниками маркетинговой информации выступают:

- официальные издания, сборники, периодика (отраслевые издания, сборники органов статистики и др.);
- электронные источники (сайты органов статистики, сайты конкурентов, сайты маркетинговых агентств);
- личные коммуникации (при общении с представителями партнеров, покупателей).

Несмотря на отсутствие маркетингового отдела в ООО «Сахар» сбору маркетинговой информации уделяется достаточно много времени. Особенно уклон делается на объем производства и потребления продукции на рынке. На предприятии уделяют внимание сбору маркетинговой информации, анализируют конкурентов, определяют основные рынки сбыта продукции и каналы распределения. Проведение маркетинговых исследований и сбор информации позволяет выделить основных конкурентов и определить емкость рынка продукции предприятия.

Таблица 1

Маркетинговая информация и исследования, проведенные
в ООО «Сахар» в апреле 2013 г.

Маркетинговое исследование / маркетинговая информация	Источник информации	Значение
Исследование рынка производства сахара в Брянской области и по областям РФ	www.gks.ru	4751 (2782+1969) тыс. тонн
Определение потребления на душу населения в Брянской области и РФ	www.gks.ru	33 кг в Брянской области / 39 кг в РФ
Исследование конкурентов	коммуникации	ОАО «Валуйкисхар», ОАО «Добринский СХ», ОАО «Знаменский СХ», ОАО «Кристалл», ЗАО «Лининградский», ОАО «Успенский Сахарник»

Ответственным за проведение и получение информации является начальник отдела сбыта.

Маркетинговые коммуникации представляют собой процесс передачи целевой аудитории информации о продукте. Следовательно, потребитель не получает качественной информации, побуждающей его к покупкам продукта ООО «Сахар».

Выделяют следующие основные направления маркетинговых коммуникаций: реклама; связи с общественностью (PR); директ-маркетинг; спонсорство; стимулирование сбыта; коммерческий френдинг.

Прочие инструменты маркетинговых коммуникаций: упаковка; сувениры с фирменной символикой в качестве подарков; предоставление лицензии на использование фирменных символов компании или продукта; послепродажное (сервисное) обслуживание; личная продажа; средства стимулирования торговли или рекламно-оформительские средства для мест продажи, доставляющие маркетинговое обращение непосредственно в места продажи и повышающих вероятность приобретения товаров покупателями.

При разработке основных направлений совершенствования маркетинговых коммуникаций для ООО «Сахар» необходимо подходить

интегрировано. Интегрированные маркетинговые коммуникации (англ. integrated marketing communications) – концепция совместного использования всех видов маркетинговых коммуникаций, исходя из единых целей. Коммуникации при этом взаимодополняют друг друга. Возникает эффект синергии, который позволяет добиться эффективности, труднодостижимой при использовании отдельных видов маркетинговых коммуникаций. Определим данные направления коммуникаций.

Таблица 2

Направления коммуникаций по каналам

Целевая аудитория	Регион	Цель коммуникаций	Задача коммуникации	Выбранные направления коммуникаций
Посредники: дилеры, дистрибьюторы, оптовые организации	Области РФ, иностранный рынок	Найти посредников для продвижения продукции ООО «Сахар» на внешнем рынке	Формирование желания для продвижения продукции ООО	Прямой маркетинг, директ-маркетинг, прямая почтовая рассылка, каталоги, справочники, специализированные выставки
Население: конечный потребитель	Брянская область	Привлечение населения Брянской области к продукту отечественного производства	Формирование общественного мнения у потребителя о высоких вкусовых и потребительских свойствах	спонсорство, реклама на транспорте, стимулирование покупателей

Для каждой целевой аудитории были выбраны направления и инструменты маркетинговой коммуникации. Рассмотрим выделенные коммуникации по направлениям.

Применение данных маркетинговых коммуникаций позволит ООО «Сахар»:

- дать достоверную информацию перспективным потребителям о своем продукте, услугах, условиях продаж;

- убедить покупателя отдать предпочтение именно этому товару;
- заставить покупателя действовать – направить внимание потребителя на продукт ООО «Сахар».

Отметим преимущества интегрированных маркетинговых коммуникаций для ООО «Сахар»:

- единство управления кампанией по продвижению продукта;
- единство планирования кампании;
- единство финансирования кампании.

Такой подход окажется значительно дешевле традиционного, чем обусловлена эффективность предложения.



Семенец М.Н., Подольникова Е.М.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЗАО «ПРОЛЕТАРИЙ» Г. СУРАЖА

В настоящее время ни одно предприятие в системе рыночных отношений не может нормально функционировать без маркетинговой деятельности, а полезность маркетинга с каждым моментом все возрастает. Это происходит потому, что потребности людей, как известно, безграничны, а ресурсы предприятия ограничены.

ЗАО «Пролетарий» - успешно развивающаяся компания на российском рынке производителей и поставщиков картона и упаковок из гофрокартона. Является одним из ведущих предприятий в стране, которое изготавливает картонную тару и гофроупаковку на заказ любой сложности по индивидуальным размерам с нанесением многослойной печати для применения в любых сферах.

Одним из главных стратегических преимуществ ЗАО «Пролетарий» является наличие собственной сырьевой базы, что обеспечивает гарантированные бесперебойные поставки сырья в переработку, а также позволяет контролировать качество продукции на всех стадиях производства. Это дает серьезные преимущества потребителям гофропродукции ЗАО «Пролетарий», обеспечивая регулярность поставок, а также высокий уровень качества и сервиса.

Наиболее крупными потребителями продукции ЗАО «Пролетарий» являются ООО «Пролетарий СПБ» и ООО «ГД «Пролетарий МСК». Остальные предприятия в основном приобретают продукцию фабрики для того, чтобы использовать в своем производстве.

Проанализировав сбыт продаж продукции по географическому

признаку можно сделать вывод о том, что основная часть продукции реализуется в РФ (более 90%). Если проводить сегментирование по областям РФ, то наиболее высокие продажи приходятся на Москву и Московскую область и Санкт-Петербург.

После проведения SNW-анализа наиболее сильную качественную оценку проявили позиции менеджмент и финансы, недостатком в развитии предприятия явились слабое развитие НИОКР и маркетинга.

С помощью SWOT-анализа было выявлено, что ЗАО «Пролетарий» также не уделяет достаточного внимания маркетингу на предприятии. Не в полной мере выполняются такие важные функции, как аналитическая, функция продвижения товара и производственная.

Отдел маркетинга и реализации продукции ЗАО «Пролетарий» состоит из десяти сотрудников. Фактически данное подразделение нельзя назвать полноценной службой маркетинга вследствие того, что она выполняет практически только функции отдела сбыта, частично затрагивая функции отдела маркетинга.

В результате исследования маркетинговой деятельности ЗАО «Пролетарий» были предложены мероприятия по совершенствованию коммуникативной и ассортиментной политики предприятия.

Основной источник информации для потребителей промышленного предприятия – это реклама в специальных изданиях, информация в интернете, специализированные выставки.

Сегодня большую часть клиентов ЗАО «Пролетарий» получает через специализированные выставки и использование связей. Также задействована реклама в виде информации о предприятии, нанесенной на борта грузового и легкового транспорта предприятия.

Для продвижения своей продукции предприятие также использует Интернет. ЗАО «Пролетарий» имеет свой сайт, где находится информация о предприятии и его деятельности (контакты, партнеры, соц. сфера, вакансии, фотоальбом, продукция, прайс-лист, закупки, продажи). Но сайт трудно найти, если не вводить название предприятия, а искать только производимую им продукцию. Поэтому необходимо работать над сайтом, чтобы он стал максимально доступен и приносил прибыль.

Для совершенствования коммуникативной политики были предложены следующие мероприятия:

- продвижение сайта в Интернете за счет баннерной рекламы
- продвижение сайта в Интернете за счет контекстной рекламы
- реклама с помощью электронной рассылки
- реклама в прессе.

Размещение фирменных баннеров на посещаемых ресурсах

способствует повышению узнаваемости предприятия среди пользователей интернета, частично выполняя, таким образом, функции имиджевой рекламы.

Yandex Direct, по нашему мнению, на сегодняшний день наиболее оптимальная система для размещения контекстной рекламы ЗАО «Пролетарий» в Интернете. Это доказывает и самая большая и постоянно растущая аудитория (36 млн. человек), гибкая система скидок, а также самая низкая цена за клик.

Также для продвижения сайта планируется использовать электронные рассылки. Электронная рассылка нужна каждому предприятию, которое планирует привлечь новых клиентов.

Основной целью продвижения сайта является повышение его популярности, узнаваемости, посещаемости и, как следствие, рос продаж за счет притока новых посетителей, заинтересованных в продукции, предлагаемой данным сайтом.

При совершенствовании ассортиментной политики предприятия необходимо обратить внимание на производство новых востребованных видов гофропродукции.

Сегодня очень выгоден бизнес по производству упаковки для продажи. Но не все производители могут установить оборудование для производства упаковки или тары из-за нехватки средств или просто потому, что это не выгодно при небольших объемах.

Уровень производства гофропродукции в ЗАО «Пролетарий» еще не достаточно развит, об этом говорит небольшой ассортимент. Но производственные мощности предприятия позволяют внедрить новое оборудование и расширить ассортимент гофропродукции.

Из всего предлагаемого на рынке оборудования наиболее приемлемым по качеству и цене для условий ЗАО «Пролетарий», на наш взгляд, является ротационная машина СВР - 3 производства ООО «Веста» РФ.

Кроме данного оборудования ЗАО «Пролетарий» необходимо приобрести устройство удаления облоя УО-1 этого же поставщика. Устройство удаления облоя при ротационной высечке УО-1 предназначено для автоматического отделения облоя при высечке гофрокартонной упаковки и автоматического выноса обрезков гофрокартона из рабочей зоны. Позволяет удалять 90-100% облоя.

Реализовав проект внедрения данного оборудования в ЗАО «Пролетарий», можно расширить ассортимент гофропродукции, за счет чего увеличится выручка от производства продукции. Расширение номенклатуры является одним из направлений повышения рентабельности гофропроизводства.

За счет реализации предлагаемых мероприятий выручка от продажи продукции увеличится на 3,6%, прибыль от продаж на 17,8%. Уровень рентабельности в проекте составит 22,2%, что выше фактического уровня на 2,7%.

Разработанные мероприятия позволят расширить ассортимент продукции ЗАО «Пролетарий», а также увеличить число клиентов, что позволит улучшить его финансовое положение в целом.



Новиков М.М., Шеламкова Н.Ю.

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Выгоничское потребительское общество – юридическое лицо, являющееся некоммерческой организацией.

В Выгоничском сельпо работает 61 человек, в том числе в торговле – 46, общественном питании – 3. Это говорит о том, что исследуемое предприятие по количеству занятых на нем человек следует относить к средним объектам предпринимательства.

За анализируемый период произошло увеличение размеров по всем показателям. Выручка от реализации продукции увеличилась на 36,9% и составила 96235 тыс. руб. Товарооборот увеличивается соизмеримыми с выручкой темпами – на 36,2% к уровню 2009 г. и составил 110883 тыс. руб.

Доля собственного капитала в общем капитале предприятия составляет 68%, что является достаточно высоким показателем для торговых организаций. Отметим 2009 г. где доля собственного капитала составляет 78% при нормативе от 40% до 60%. По показателям платежеспособности только по коэффициенту текущей ликвидности предприятие попадает в норматив, по остальным значение показателей значительно ниже нормативных рекомендованных. В целом, несмотря на снижение некоторых показателей финансового состояния ситуация на сельпо стабильная, деятельность прибыльная. Вероятность банкротства предприятия за исследуемый период времени ничтожна мала

Управление продажами возложено на заведующего каждого магазина, помощь в управлении продажами в области ассортиментного управления оказывает товаровед-организатор. Общее управление продажами осуществляет руководитель организации.

Общее число торговых магазинов предприятия составляет 15 розничных точек, расположенных в Выгоничском районе Брянской

области. Доля розничного товарооборота занимает более 94% от совокупного товарооборота, что подтверждает то, что Выгоничское сельпо – это розничная торговая организация, деятельность которой направлена на удовлетворение нужд и потребностей потребительского рынка. Отметим, что на оборот общественного питания приходится 3,0% оборота, на оборот оптовой торговли – 2,9% оборота, на объем платных услуг – всего 0,01%.

Наибольшую выручку предприятию в 2011 г. приносит реализация мяса и мясной продукции 21,3%, алкогольной продукции и слабоалкогольные напитки 19,0%, хлеб и хлебобулочные изделия 17,2%.

Рост продаж объясняется не только ростом цен, но и за счет увеличения количества реализованного товара. Индекс физического роста к 2009 г. составил 14,0% в ценах 2009 г. Таким образом, данные умозаключение подтверждает факт увеличения продаж предприятия. Доля сельпо на потребительском рынке района существенна и занимает почти треть всего оборота потребительского рынка Выгоничского района.

Средняя наценка в 2011 г. наименьшая и составляет 27,4%, что на 0,52 п. п. ниже, чем в 2010 г. и на 1,13 п. п. ниже 2011 г. Рентабельность продаж по прибыли от продаж составила 2,74%. Это значит, что в среднем на 100 руб. продаж Выгоничское сельпо получало 2,74 руб. прибыли от продажи продукции.

В качестве совершенствования продаж предложено усовершенствовать структуру управления продажами, в частности внедрить на предприятии начальника отдела продаж. В составе отдела необходимо привлечь квалифицированного начальника отдела, в прямое подчинение ему передать товароведа-организатора. Главной целью и задачей начальника отдела продаж будет выполнение планов продаж. Только в случае реализации оптимистичного пана (+18% физического объема) предприятие сможет получить прибыль более чем в 2011 г.

В качестве мероприятий по совершенствованию продаж был предложен проект программы стимулирования продаж на предприятии, в частности предоставление покупателям двух видов скидок: «убыточный лидер» и праздничная скидка и мероприятия в области выкладки товаров как на полках магазина, так и на промо-стойках.

Совокупный эффект от реализации комплекса стимулирующих мероприятий составляет 1240 тыс. руб., из которых 67,9% это мерчандайзинг, 12,4% - акция «убыточный лидер», 4,4% - акция «праздничная скидка» и 15,4% - это совершенствование структуру управления продажами.

В случаи удачной реализации маркетинговых мероприятий, направленных на стимулирование продаж в магазинах сельпо, выручка

предприятия может увеличиться на 24061 тыс. руб. и достигнет уровня 120296 тыс. руб. С ростом выручки себестоимость увеличится на 18888 тыс. руб. Валовая прибыль по проекту может составить 26913 тыс. руб., что на 6222 тыс. руб. больше фактического уровня 2011 г.

Отняв из валовой прибыли все проектные расходы, получим прибыль до налогообложения. Она по проекту составит 3047 тыс. руб., что на 1240 тыс. руб. выше фактического значения за 2011 г. Уплатив налог на прибыль с полученного эффекта, получаем чистую прибыль предприятия в размере 2500 тыс. руб., что на 992 тыс. руб. больше 2011 г.

Средняя рентабельность продаж по проекту на 0,48 п.п. выше факта 2011 г., когда она составила 3,22%. Рентабельность деятельности соответственно составляет: по проекту 2,65%, по факту – 20%. Прирост по рентабельности составляет 0,65 п.п.

Исходя из вышеперечисленного, можно сказать предлагаемые мероприятия могут быть эффективны, что позволяет принять решение об их внедрении на объекте исследования.



Красовский Д.В., Шеламкова Н.Ю.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ

Именно от персонала, наиболее сложного и перспективного, потенциально неисчерпаемого ресурса организации, зависит ее деятельность, выживаемость и конкурентоспособность. Поэтому возникает необходимость формирования кадровой политики, способной мобилизовать персонал, обеспечить переход от фрагментарных действий по преобразованию кадровой сферы к системным мероприятиям, направленным на обеспечение инициативы и творчества, профессионального развития персонала с одновременным изменением его отношения к трудовой деятельности и ее результатам. Кадровая политика сегодня является составной частью всей управленческой и производственной политики организации.

Показатели, характеризующие размер ОАО «Дятьково-хлеб», за исследуемый период возросли. Это обусловлено ростом производства основной продукции, в связи с ростом спроса на нее. Так, стоимость валовой продукции возросла на 7,5%, выручка на 5,2%. Однако, наблюдается снижение среднесписочной численности работников, вызванное незначительной частью увольнения персонала. Данный показатель за три года снизился на 11%. Рост среднегодовой стоимости основных средств за период исследования оставил 22,6 %.

Финансовая устойчивость ОАО «Дятьково-хлеб» является допустимой, которая характеризует ситуацию недостатка собственных оборотных средств и излишек долгосрочных источников формирования запасов и затрат. Этой ситуации соответствует гарантированная платежеспособность. Что касается финансовой проблемы ОАО «Дятьково-хлеб», то основной является рост себестоимости продукции, который обусловлен увеличением единого социального налога. Данный показатель в 2011 году составил 34%. Все это приводит к уменьшению оборотных средств, потере и недополучению прибыли.

Общая численность ОАО «Дятьково-хлеб» за исследуемый период сократилась на 5%. В структуре производственного персонала наибольшую численность занимают рабочие.

Анализ кадровой политики выявил ряд недостатков. Например, на предприятии используются в основном внешние источники подбора персонала, отсутствует резерв кадров. Процесс отбора персонала ведется по упрощенной схеме. В основном уделяют внимание, стажу работника, не интересуясь при этом деловыми и личностными характеристиками претендента. Не уделяется внимание адаптации персонала. В связи с этим предлагаем рекомендации, способствующие устранению имеющихся недостатков в системе управления персоналом организации.

Прежде всего, предлагаем рассмотреть совершенствование процесса кадровой политики. Следующим шагом работы является построение матрицы распределения функций, что способствует детализации кадровой политики в распределении работ и операций по структурным подразделениям. Такая матрица наглядно показывает, какие должностные лица участвуют в осуществлении функций управления персоналом. Использование матрицы распределения функций на разных этапах деятельности предприятия способно значительно облегчить работу менеджера по персоналу.

Оценка персонала давно стала неотъемлемой частью системы управления персоналом, а значит и частью кадровой политики организации. Ее использование имеет большое значения практически для всех процессов от найма и адаптации, мотивации и развития, формирования оценки эффективности труда. В идеале в каждой организации должен быть полный набор профилей всех должностей. Профили должностей рекомендуется обязательно разрабатывать в организациях с численностью более 100 человек, со сложной административно-управленческой структурой. Предложены к рассмотрению профили должности. Это комплексный документ, который включает в себя должностную инструкцию, биографические данные сотрудника, специальные знания и навыки, личностные качества и ценности, которые

необходимы для выполнения должностных обязанностей в организации. Важно помнить, что профиль является основой для всех процессов: подбора, адаптации, оценки, развития персонала. Понимая место профилирования в общей системе управления, становится понятно, что единожды проведя эту работу, кадровая политика практически систематизирует все процессы и процедуры, касающиеся организационной структуры предприятия и сотрудников, выполняющих свои обязанности на своих рабочих местах в рамках бизнес-процессов.

Не маловажной частью кадровой политики является формирование кадрового резерва. Создание группы резерва обеспечит преемственность в управлении, повысит уровень готовности сотрудников к изменениям в организации, их мотивацию и лояльность, что приведет к снижению уровня текучести кадров и общей кадровой стабилизации. Наличие кадрового резерва позволяет значительно сэкономить финансовые и временные ресурсы при подборе, обучении и адаптации ключевых сотрудников.

Процесс адаптации персонала является последовательным этапом в кадровой политике ОАО «Дятково-хлеб». В рамках адаптации происходит детальное знакомство с окружающими и новыми обязанностями; усвоение правил поведения. Это позволяет приспособиться к работе и отождествить себя с коллективом, стать его частицей. Адаптационная программа имеет целью создать оптимальные условия для более полной и быстрой адаптации работников предприятия, принятых на определенную должность. Предлагаем использовать адаптационную программу. Предлагаемый подход к совершенствованию кадровой политики позволит стабилизировать состав персонала, успешно добиваться намеченных целей предприятия.



Новикова Е.Н., Шеламкова Н.Ю.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

В условиях становления рыночной экономики в нашей стране особое значение приобретают вопросы практического применения современных форм управления персоналом, позволяющих повысить социально-экономическую эффективность любого производства. Руководители предприятий призваны стать инициаторами в области реализации технологических и организационных перемен. Управление людьми представляет собой наиболее трудную задачу для любого ру-

ководителя. В настоящее время потенциал человеческой личности стал рассматриваться в качестве важного условия повышения производительности труда и постепенно менеджеры стали понимать, что именно на них лежит ответственность за человека на производстве, за раскрытие его потенциальных возможностей на благо организации и для его собственного блага. Именно от персонала, наиболее сложного и перспективного, потенциально неисчерпаемого ресурса организации, зависит ее деятельность, выживаемость и конкурентоспособность.

Структурная характеристика персонала ООО «Снежка-Мичуринское» определяется составом и количественным соотношением отдельных категорий и групп работников предприятия. Наибольший удельный вес в структуре персонала в 2012 г. занимает производственный персонал 92,5%.

Предприятие ООО «Снежка-Мичуринское» имеет опытный персонал, что положительно сказывается на его деятельности в целом. Так, среди руководителей и специалистов предприятия преобладает численность со стажем работы 5-10 лет в должности.

Руководители и специалисты предприятия имеют высшее и среднее специальное образование. При этом 57% руководителей от общей численности служащих с высшим образованием и 45% руководителей имеют среднее специальное образование. Это говорит о том, что служащие предприятия образованы и могут решать сложные проблемы, возникающие на предприятии.

В качестве метода подбора персонала в ООО «Снежка-Мичуринское», используют собеседование. Однако имеются недостатки, снижающие его эффективность. Например, работники управленческого состава проходят, как и рабочие всего одного собеседование. В то же время подбор руководителя высшего и среднего уровня может потребовать несколько этапов собеседования. Другая проблема заключается в тенденции оценивать кандидата в сравнении с лицом, с которым проводилось собеседование непосредственно перед этим. В хозяйстве нет разработанных критериев для подбора управленческого персонала. Не предусмотрены виды отборочных испытаний позволяющие измерить способности выполнения задач, связанных с предполагаемой работой. Таким образом, процесс подбора персонала так же нуждается в совершенствовании.

Для использования на предприятии предлагается следующие этапы отбора персонала: Предварительный отбор (по документам). Заполнение тестовых форм – диагностика деловых и личностных качеств и характерологических особенностей с помощью тестов. Собеседование с непосредственным начальником.

На первом этапе каждый претендент заполняет анкету для поступающих на работу и пишет заявление.

На втором этапе оцениваются деловые и личностные качества претендента. При отборе необходимо учитывать особенности личности претендента, его деловые личностные характеристики, психофизиологические особенности. На третий этап отбора выходят те претенденты, которые прошли первый и второй этапы.

Собеседование является заключительным этапом отбора. Оно позволяет ознакомиться более тщательно с претендентами на должность. На данном этапе сопоставляются данные кандидата с требованиями. Проводится оценка. Если претендента принимают на работу, издается приказ о приеме и заключается с ним трудовой договор.

Также при определении требований к претендентам (компетенция, личные качества, знания) за основу могут быть приняты профессиограммы их будущих должностей. По сути, профессиограмма это профессионально-квалификационная модель руководящего работника.

Существующая система мотивации ООО «Снежка-Мичуринское» основана в основном на материальных стимулах и мотивах. Моральное стимулирование практически не применяется. Руководство предпочитает воздействовать на мотивацию сотрудников путем денежного вознаграждения. В рамках совершенствования предлагается разработка проекта по улучшению мотивации труда работников предприятия. Мероприятия по совершенствованию системы мотивации труда работников исследуемого предприятия будут реализованы в три этапа. Усиление мотивационных факторов в области режима труда и отдыха, а также продолжительности рабочего времени.

Совершенствование стиля и методов управления планируется осуществить с помощью тренинга для руководящих работников. Программа развития персонала способствует формированию рабочей силы, обладающей более высокими способностями и сильной мотивацией к выполнению задач, стоящих перед организацией. Естественно, что это ведет к росту производительности, а значит, и к увеличению ценности людских ресурсов организации.

Предложенные в мероприятия позволят снизить текучесть кадров, улучшить условия психологической среды, и укрепить трудовую дисциплину работников. Стимулирование труда ООО «Снежка-Мичуринское» будет содействовать повышению эффективности производства, которое выражается в повышении производительности труда и качества продукции, стимулы к труду формируют активную жизненную позицию, высоконравственный климат на предприятии, социальная эффективность обеспечивается формированием социальной структуры предприятия через различный уровень доходов, который в значительной степени зависит от воздействия стимулов на различных людей.



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА

Основным источником выплат заработной платы в ООО «Комбинат «Строма» является запланированный фонд оплаты труда, который в свою очередь формируется за счет себестоимости реализуемой продукции и частично прибыли. Это означает, что увеличение заработной платы путем увеличения фонда оплаты труда будет приводить к увеличению себестоимости и, соответственно, к уменьшению конкурентоспособности продукции и прибыли.

С целью повышения материальной заинтересованности работников ООО «Комбинат «Строма» предлагается система оплаты труда, основанная на применении критерия эффективности труда. Суть предлагаемой системы заключается в том, что заработная плата работников состоит из двух частей: постоянной и переменной. Постоянная часть заработной платы представляет собой фиксированную (оклад, тарифная ставка), а переменная часть – надбавку, размер которой зависит не только от результатов труда отдельного работника, но и от результатов труда коллектива, в котором он работает, и доли его участия в общих результатах коллектива. Особенность предлагаемой системы оплаты заключается в том, что она не только стимулирует труд самих работников, но и обеспечивает для руководства ООО «Комбинат «Строма» возможность оперативного управления и стабилизации необходимой эффективности труда работников при неконтролируемых изменениях доходов предприятия.

Стимулирование работников за повышение производительности труда на предприятии имеет преимущество, поскольку четко определяется связь между результатами и затратами труда.

При распределении коллективного фонда поощрения индивидуальную производительность труда можно определить для сельщиков через процент выполнения норм выработки, для повременщиков – через выполнение нормированных заданий.

Таблица 1

Выплата вознаграждения за выслугу лет

Стаж работ, дающий право на получение вознаграждения за выслугу лет	Размер годового вознаграждения за выслугу лет в долях месячной тарифной ставки (оклада)
от 1 года до 3 лет	0,05
от 3 лет до 5 лет	0,15
от 5 лет до 10 лет	0,2
от 10 лет до 15 лет	0,3
свыше 15 лет	0,4

Премияльный фонд ООО «Комбинат «Строма» распределяется между всеми подразделениями в соответствии с эффективностью труда каждого из них. Фонд подразделения между работниками аналогично.

Для совершенствования материального стимулирования помимо основной тарифной ставки (оклада) работникам ООО «Комбинат «Строма» необходимо выплачивать следующие вознаграждения:

1. Вознаграждение за выслугу лет.

Выплата вознаграждения за выслугу лет работникам должна производиться в виде ежемесячных процентных надбавок к должностному окладу в зависимости от непрерывного стажа работы, дающего право на получение вознаграждения.

Начисление и выплата вознаграждения за выслугу лет в указанных размерах производится ежемесячно за фактически отработанное время при наличии собственных средств.

Стаж работы исчисляется один раз на начало года. В стаж работы, дающий право на получение вознаграждения за выслугу лет, включается только время работы в ООО «Комбинат «Строма».

Руководители подразделений имеют право снижать работникам размер вознаграждения за выслугу лет за производственные упущения в работе, но не более чем на 50%:

- при нарушении трудовой и технологической дисциплины;
- при опоздании на работу и преждевременный уход с работы;
- за дисциплинарное взыскание;
- за привлечение к административной и уголовной ответственности;
- за упущения в работе.

2. Премирование работников.

Ежегодно и ежемесячно производить премирование работников ООО «Комбинат «Строма». Премия должна начисляться путем распределения приработка по коэффициентам трудового участия (КТУ).

Сумма приработка – это остаток фонда заработной платы (ФЗП) после начисления основной и других видов заработной платы.

КТУ представляет собой обобщенную оценку трудового вклада коллектива и отдельных работников в общие результаты работы организации.

Общая сумма КТУ должна составлять для линейных специалистов и служащих – 25% от общей суммы приработка по ООО «Комбинат «Строма».

Для специалистов ООО «Комбинат «Строма» необходимо установить премию по результатам хозяйственной деятельности за обеспе-

чение планового показателя качества предоставления медицинских услуг в размере 25% должностного оклада в пределах и при наличии собственных средств.

За общие результаты работы по итогам квартала также необходимо выплачивать ежеквартальное вознаграждение работникам списочного состава за счет экономии, полученной в квартале. Конкретные размеры вознаграждения по итогам работы за квартал должны устанавливаться в зависимости от непрерывного стажа работы в ООО «Комбинат «Строма» в пределах должностного оклада и утверждаются начальником подразделения с учетом произведенных упущений.

Таблица 2

Перечень показателей увеличения и снижения КТУ

Показатели	Величина повышения (понижения) КТУ
Показатели, повышающие КТУ	
Проявление инициативы в работе, связанной с внедрением в производство новой техники, технологии, передовых методов организации труда, прогрессивных материалов, совершенствование управления и хозяйственного расчета, участие в изобретательской работе	0,3
Досрочное и качественное выполнение особо важных заданий	0,2
Участие в работе по повышению квалификации рабочих линейных специалистов и других работников	0,1
Выполнение наряду со своими обязанностями обязанностей работника, отсутствующего по болезни, в отпуске и т.п.	0,5
Наставничество в отношении ИТР – молодых специалистов	0,1
Показатели, понижающие КТУ	
Нарушение установленного распорядка рабочего дня (опоздание, самовольный уход с работы) и т.д.	0,2
Нарушение установленных сроков сдачи отчетности и выполнения порученных заданий	0,3
Несвоевременное доведение инструктивных материалов (заданий) до исполнителей	0,1
Невыполнение распоряжений руководства	0,2
Некачественное, несвоевременное выполнение производственных заданий, безынициативность в работе	0,2

*Значение КТУ для непроизводственного персонала необходимо установить ежемесячно в пределах от 0 до 1,5; для руководящих работников, специалистов и служащих отделов и служб аппарата управления (РСС) – от 0 до 2.

Также возможно:

- производить выплаты выходного пособия по уходу работника на пенсию при стаже работы на ООО «Комбинат «Строма» не менее 20 лет;
- выплачивать единовременные вознаграждения к юбилейным датам работы сотрудников на предприятии;
- всем работникам должна оказываться материальная помощь в случае материального затруднения, при несчастном случае, длительном заболевании и др. При наличии средств необходимо также выплачивать материальную помощь к отпуску в размере до двух должностных окладов (тарифных ставок).

Таким образом, для более эффективного управления персоналом на предприятии ООО «Комбинат «Строма» необходимо внести существенные изменения в практику управления персоналом.



КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ

Сидорова С.В., Нестеренко Л.Н.

КОНЦЕПЦИЯ ОТРАСЛЕВОГО РАЗВИТИЯ ОАО «АГРОГОРОДОК» «СЕЛЬЦОВСКИЙ»

ОАО «Агрогородок» «Сельцовский», расположен в деревне Сельцо Дятьковского района. Численность населения насчитывает 848 человек, из которых трудоспособные составляют 52%.

Деревня имеет многовековую историю, (первые упоминания о ней относятся к 1620 г.), хорошо развитую инфраструктуру, - имеется школа, детский сад, клуб, библиотека.

Самой серьезной проблемой Агрогородка является ограниченная сфера приложения труда, - в ОАО Агрогородок Сельцовский, в 2012 г. было занято всего 15 человек, (что составляет 4% от трудоспособного населения деревни).

По развитию агрогородков в Брянской области, разработана специальная программа, которую контролирует лично губернатор.

В данном исследовании разработана программа развития зернового производства, реализация которой позволит повысить экономическое состояние предприятия, решить проблему занятости.

Предприятие имеет имущественный комплекс в 34 млн. руб., земельный массив в 940 га, представленный пашней.

Прибыль предприятия в 2012 г. составила всего 141 тыс. руб., при рентабельности активов 0,61%.

Серьезной проблемой для предприятия является слабая материально-техническая база, - в хозяйстве всего 3 трактора, один зерноуборочный комбайн, и 1 сеялка, с высокой степенью износа.

Для выполнения производственных процессов акционерное общество обращается к другим предприятиям для перевозки грузов (на балансе предприятия нет ни одного автомобиля), обработки полей, но не всегда полностью рассчитывается за выполненную работу, в результате к нему предъявляются судебные иски. За 2010-2012 гг. Арбитражный суд рассматривал 17 исков к предприятию.

На основании изучения ресурсного потенциала и экономики предприятия была разработана программа увеличения объемов и повышения эффективности зернового производства, отрасли способствующей существенно изменить социально-экономические условия развития Агрогородка.

В основу программы положена следующая концепция:

1. Площади под зерновыми культурами целесообразно довести до 450 га (уровня 2009-2010 гг.);

2. Необходимо совершенствовать состав и структуру зернового поля, выделив площади под озимые 200 га; яровые 200 га; зернобобовыми (люпин на зерно) 50 га.

3. В интенсификации производства зерновых целесообразно перейти на сорта интенсивного типа с высоким генетическим потенциалом – 48-75ц/га:

- пшеница - «Памяти Федина»;
- рожь – «Верасень» с высокими хлебопекарными свойствами;
- ячмень пивоваренный – «Аннабель»;
- овес (ценный сорт для производства круп) – «Улов»;
- люпин «БСХА 385».

4. Интенсификацию производства зерновых планируется осуществить при использовании дополнительного количества удобрений (2 ц действующего вещества на 1га, а также средств защиты растений (протравливание семян фундазолом 2,5-3,0 кг/т, батрейном – 2,0 кг/т, против головни и корневых гнилей).

Урожайность зерновых, при реализации вышеназванных направлений интенсификации, возрастет до уровня 29 -30 ц с га.

5. Увеличение объема производства зерна позволит изменить состав и структуру баланса зерновых культур:

- создать семенной фонд – 1242 ц;
- выдать работникам в счет оплаты труда – 300 ц;
- осуществлять лизинговые платежи на компенсационной основе – 3818 ц;
- реализовать – 5215 ц;
- оставить на корм животным 3080 ц, что позволит увеличить численность скота на 60%;
- иметь резерв зерна – 600 ц.

Продажа зерна населению и работникам в счет оплаты труда, будет способствовать развитию личного подсобного хозяйства и закреплению кадров.

7. Для совершенствования материальной базы отрасли необходимо приобретение 2-х зерноуборочных комбайнов «Полесье», двух сеялок и 2 тракторов, на общую сумму в 10,8 млн. руб., на условиях лизинга на срок в 6 лет. Расчет по лизинговой сделке целесообразно осуществлять компенсационными платежами, - зерном, что составит 28, 8% от валового сбора зерновых в год в течение 6 лет.

8. Общий объем инвестиций для реализации проекта составит 14,6 млн. руб., в том числе лизинг техники – 12,7 млн. руб.

9. Себестоимость 1 ц зерновых по данному проекту составит 412 руб., против 756 руб. в 2011 г.

10. Экономическая и социальная эффективность проекта довольно высока. Реализация зерна по цене по 550 руб. за 1ц позволяет получить прибыль в 1,3 млн. руб., при рентабельности в 32,5%.

Социальный эффект не менее значим – предоставление рабочих мест 12 работникам. Усилится развитие животноводства в ОАО и личных подсобных хозяйств населения, и это только на первом этапе реализации проекта.



Лапик А., Грищенко В.П.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА В СПК «РАБОЧИЙ» ГОРДЕЕВСКОГО РАЙОНА

Животноводство является важнейшей отраслью сельского хозяйства, которая дает более половины его валовой продукции. Крупнейшей из его подотраслей является молочное скотоводство, на котором специализируется большинство сельскохозяйственных предприятий и личных подсобных хозяйств населения Брянской области. Значение отрасли огромно и определяется, прежде всего, питательными свойствами его продукции – молока и мяса, ценностью получаемого кожевенного сырья.

Реформирование аграрного сектора экономики сопровождалось спадом производства во всех отраслях сельского хозяйства и молочное скотоводство здесь не стало исключением. Проводимые преобразования привели к разрушению ресурсного потенциала молочного скотоводства и, как следствие этого, к спаду производства и снижению его экономической эффективности. И хотя в последние годы молочное скотоводство становится одной из рентабельных отраслей животноводства в большинстве регионов страны, но до становления благополучной ситуации в отрасли еще очень далеко. Последствия недавнего спада производства в животноводстве сказались особенно остро, а разрушенный производственный потенциал потребует длительного времени для полного восстановления.

Для эффективного развития молочного скотоводства необходимо внутри каждого сельскохозяйственного предприятия выявлять ре-

зервы повышения производства продукции на основе более рационального использования внутрихозяйственных резервов.

Молочное скотоводство в настоящее время является отраслью специализации СПК «Рабочий», расположенного в Гордеевском районе Брянской области.

Роль производства молока как в целом по организации, так и в отрасли животноводства достаточно велика. По всем анализируемым показателям в целом по хозяйству в 2012 г. не менее 30% приходится на долю производства молока. Так, занимая 16,4% общей суммы производственных затрат и 28,6% затрат труда, продукция принесла организации 60,1% всей денежной выручки, а прибыль от реализации молока составила 86,7% показателя в целом по хозяйству.

В отрасли животноводства роль производства молока еще весомее: 26,5% валовой продукции и 64,3% денежной выручки приносит производство и реализация молока.

Необходимо отметить, что это наиболее рентабельная отрасль. В 2012 г. она принесла 177 тыс. руб. прибыли, уровень рентабельности составил 2,1%, в то время как в животноводстве рентабельность достигала 1,3%, а в целом по организации 1,5%.

Таблица 1

Состав и структура затрат в молочном скотоводстве

Статьи затрат	2010 г.		2011 г.		2012 г.		2012 г. в % к 2010 г.
	руб.	%	руб.	%	руб.	%	
Затраты всего, тыс. руб.	10966	x	9885	x	12873	x	117,4
Затраты на 1 корову	31693,6	100,0	25025,3	100,0	32589,8	100,0	102,8
в том числе:							
- оплата труда	3257,2	10,3	2572,2	10,3	3283,5	10,1	100,8
- корма	16413,3	51,8	12954,4	51,7	18015,2	55,3	109,7
- содержание основных средств	3716,7	11,7	2911,4	11,6	3911,3	12,0	105,2
- прочие	8306,4	26,2	6587,3	26,3	7079,8	21,7	85,2

Общий размер производственных затрат по молочному скотоводству за анализируемый период возрос на 17,4%. В 2012 г. удельные затраты на одну корову составили 32589,8 руб., что выше уровня 2010 г. на 2,8%. Производственные затраты в расчете на одну корову в 2010-2012 гг. отличались не только по величине, но и по структуре. Если в 2010 году основные затраты приходились на корма (51,8%) и прочие затраты (26,2%), то в 2012 г. преобладали корма (55,3%) и прочие затраты (21,7%).

По статьям затрат увеличение произошло на оплату труда (0,8%), содержание основных средств (5,2%) и корма (9,7%). В структуре затрат в 2012 г. наибольший удельный вес занимали затраты на корма (55,3%), прочие (21,7%) и оплата труда (10,1%).

Реализация продукции является одним из наиболее важных этапов в деятельности сельскохозяйственного предприятия, так как от степени организации этого процесса напрямую зависят конечные финансовые результаты. В то же время необходимо учитывать, что если слишком затратно и малоэффективно организовано производство, то на этом этапе уже мало что можно сделать – лишь несколько снизить убытки.

В условиях рыночных отношений организации получили возможность самостоятельно выбирать каналы и способы реализации продукции с учетом объективных и субъективных факторов их эффективности. С одной стороны, для сельскохозяйственных товаропроизводителей появилась возможность самостоятельно максимально эффективно реализовать свою продукцию, с другой стороны, в условиях рыночных отношений каждый покупатель стремится минимизировать свои издержки, поэтому продать продукцию дорого достаточно сложно. Если учесть то, что сельскохозяйственные организации производят молоко в достаточно больших количествах и реализовать его необходимо ежедневно, то очевидно, что перерабатывающие предприятия в этом отношении являются наиболее привлекательным клиентом, но находящиеся в ранге монополиста местного уровня, они будут диктовать цены закупок, а не производители цены реализации.

Одной из проблем, возникших в этой связи, является и то, что процесс заключения договоров между товаропроизводителями и заказчиками часто тормозится из-за разногласий в отношении уровня цен реализации, качества поставляемой продукции, порядка и сроков расчетов за нее. Кроме того, в современных условиях качество производимой и реализуемой продукции становится одним из важнейших факторов конкурентоспособности любого предприятия.

СПК «Рабочий» молоко реализует по узкому кругу каналов: только предприятиям и организациям, а также на рынке. Проанализируем экономическую эффективность реализации молока в динамике анализируемого периода.

Таблица 2

Экономическая эффективность реализации молока

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2012 г. в % к 2010 г.
Реализовано молока, ц	7437	7809	7973	107,2
Уровень товарности, %	92,5	90,2	74,7	17,8*
Денежная выручка от реализации молока, тыс. руб.	7874	7534	8540	108,4
Средняя цена реализации 1 ц, руб.	1058,76	964,78	1071,11	101,2
Коммерческая себестоимость 1 ц молока, руб.	1197,12	994,49	1048,91	87,6
Прибыль (убыток), всего, тыс. руб.	-1029	-232	177	x
в т.ч. на 1 корову, руб.	-2973,9	-587,3	448,1	x
на 1 ц молока, руб.	-138,36	-29,7	22,2	x
Уровень рентабельности(убыточности), %	-11,6	-2,9	2,1	13,7*

* - отклонение показателей

Анализ таблицы показывает, в соответствии с увеличением объемов производства растет и количество реализуемого молока. Однако, если производство молока возросло на 32,8%, то реализация на 7,2%. Это способствовало снижению уровня товарности молока к 2012 г. до 74,7% или на 17,8 пункта.

Благодаря увеличению объемов продажи молока и цены реализации, денежная выручка за анализируемый период увеличилась на 8,4%. Рост цены реализации 1 ц привели к росту доходности отрасли. В 2012 г. прибыль от продажи молока составила 177 тыс. руб., хотя в 2010-2011 гг. данная отрасль приносила убыток.

Уровень убыточности молока в 2010-2011 гг. находился на уровне 11,6 и 2,9%, а в 2012 г. была получена прибыль и уровень рентабельности достиг 2,1%.

Таким образом, можно констатировать, что реализация молока остается экономически эффективной в 2012 г.

Несмотря на высокую эффективность отрасли, нами были выявлены резервы ее дальнейшего повышения. Прежде всего, это касается ликвидации яловости, совершенствование структуры кормового раци-

она с тем, чтобы обеспечить уровень среднегодовых удоев не ниже 3500 кг, а также активизация маркетинговой деятельности.

Введение предполагаемых мероприятий позволит повысить выручку на 2565 тыс. руб. окупить затраты на производство и получить прибыль. В целом производство и реализация молока даст прибыли предприятию почти в 2,2 раза больше фактической и составит 1905 тыс. руб., а уровень рентабельности составит 20,7%.



Дубинин А., Грищенко В.П.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНОВЫХ КУЛЬТУР В ТНВ «ЗАРЯ» ПОЧЕПСКОГО РАЙОНА

Зерновое хозяйство – отрасль в агропромышленном комплексе, которая определяет основные его межотраслевые пропорции. Каждое рабочее место, связанное с производством зерна, создает условия для увеличения занятости, как минимум 7-10 рабочих мест, в других сферах экономики. Уровень развития зернового производства оказывает существенное влияние на уровень и качество жизни населения, характеризует и определяет надежность обеспечения продовольствием страны, способствует укреплению ее экономической безопасности и независимости.

Производство зерна является основой аграрной экономики Брянской области, обеспечивая потребности населения области в хлебе, крупах и продуктах переработки зерна, а также отрасли животноводства в концентрированных кормах.

Изучение экономической эффективности производства зерна в общественном производстве чрезвычайно актуально для Брянской области, так как в последнее десятилетие значительно снизились объемы производства зерна и площади под зерновыми культурами.

Современный объем производства обеспечивает только треть потребностей области в зерновых и зернобобовых культурах (с учетом потребности в фураже).

ТнВ «Заря» является небольшим предприятием по размерам земельных угодий, площадь которых составляет 760 га и представлены они пашней. Специализацией предприятия за исследуемый трехлетний период являлось скотоводство молочного направления.

Ресурсный потенциал предприятия за изучаемый период значительно возрос, - имущественный комплекс увеличился в 7,3 раза, на 395 гектар возросла площадь сельхозугодий.

Хозяйство находится на этапе развития жизненного цикла и имеет определенные проблемы с обеспеченностью основными производственными фондами. Техническая оснащенность предприятия является довольно низкой, что не позволяет убирать всю посеянную площадь и выполнять производственные процессы своевременно, что отражается на урожайности и эффективности производства. В 2010 г. из 450 га засеянной площади зерновых убрано всего 270 га, потери составили 1,3 млн. руб.

Обеспеченность трудовыми ресурсами недостаточная, особенно кадрами механизаторов, в результате на одного механизатора приходится 190 га пашни. Уровень материального стимулирования труда невысокий, что приводит к оттоку кадров, - в 2011 г. их численность сократилась на 11 человек.

Производимая продукция на предприятии является в основном рентабельной, за исключением выращивания и откорма крупного рогатого скота, который приносит убыток в 812 тыс. руб. Дефицит энергоценных кормов приводит к низкой продуктивности крупного рогатого скота. Поэтому приоритетной проблемой повышения эффективности работы предприятия является увеличение объемов производства зерновых культур и повышение эффективности. Рекомендуется в развитии зернового производства реализовать следующую программу.

1. Учитывая уровень материальной оснащенности отрасли и потребности животноводства, площади в хозяйстве под зерновыми увеличить до 450 га.

2. Изменить структуру зернового клина: 300 га занять под озимой рожью, 80 га под ячменем и 70 га под овсом, сократив площади под зернобобовыми, себестоимость 1 ц которых составляет более 1570 руб.

3. Увеличить количество вносимых удобрений, не менее 2 ц д.в. на гектар. Интенсификацию производства зерновых планируется осуществить за счет использования сортов интенсивного типа высоких репродукций и использования удобрений в количестве 2 ц действующего вещества на 1 га в соотношении NPK 90:60:90, а также средств защиты растений (протравливание семян фундазолом 2,5-3,0 кг/т, батрейном – 2,0 кг/т, против головни и корневых гнилей).

4. Провести сортообновление. По сортовому составу зерновых культур проектируется инновационная программа, - внедрение новых сортов с новыми свойствами и высоким генетическим потенциалом - 48-75ц/га:

- рожь «Верасень» с высокими хлебопекарными свойствами;
- ячмень пивоваренный «Аннабель»;

- овес (ценный сорт для производства круп) «Улов».

Затраты составят на сортовые семена 1207руб на 1/га, а на удобрения и средства защиты 1380 руб. на 1 га.

5. Для совершенствования материальной базы отрасли планируется приобретение зерноуборочного комбайна «Полесье» и 2-х тракторов, с полным набором техники. На общую сумму в 6 млн. руб. По данной программе планируется использование лизинга на срок 6 лет. Сумма лизинга составит 7,1 млн. руб., а расчет по лизинговой сделке целесообразно осуществлять компенсационными платежами (зерном, что составит 5,6% от валового сбора зерновых в год).

6. Баланс зерна в проектном варианте позволяет создать резерв семян 920 ц, выдать в счет оплаты труда 600 ц, рассчитываться по лизингу 2120 ц, реализовать 6350 ц, оставить на корм животным 6700 ц и создать резерв 2300 ц.

7. Себестоимость 1 ц зерновых по данному проекту составит 265,9 руб. При коммерческой себестоимости в 224,18 руб. и цене реализации 1ц по 415,03 руб. предприятие получит прибыль от зерновых в 1,5 млн. руб., а уровень рентабельности составит 163,7%.



Гулакова К., Грищенкова В.П.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА В ОАО «НАДЕЖДА» ЛЮДИНОВСКОГО РАЙОНА

Молочное скотоводство является одной из наиболее ценных отраслей сельскохозяйственного производства. Однако эффективность функционирования отрасли как в стране, так и в Калужской области в настоящее время остается низкой.

В этой связи необходим поиск факторов, которые позволили бы увеличить продуктивность животных, а следовательно, и повысить валовое производство молока.

ОАО «Надежда», расположенное в Людиновском районе Калужской области, организовано в 2003 г. в результате реорганизации СПК «Манинский». Организация специализируется на откорме крупного рогатого скота и молочном скотоводстве.

На протяжении анализируемого периода размеры производства ОАО «Надежда» значительно сократились. Особенно большое уменьшение произошло по результативным показателям: стоимость валовой продукции сократилась на 62,2%, размер денежной выручки – на 48,1%. Также сократилось условное поголовье скота – на 65,7%.

Снизилась также стоимость основных производственных фондов – на 26,1%. Примечательно то, что основу этого снижения составил продуктивный скот.

В ОАО «Надежда» наблюдается значительное снижение показателей эффективности деятельности. За анализируемый период только стоимость основных производственных фондов и текущих затрат в расчете на 100 га сельскохозяйственных угодий снизилась на 64,8%. В то же время, значительно сократился размер текущих производственных затрат – на 45,4%, расход электроэнергии – на 55,4%, затраты труда – на 69,3%.

Снизился в 2012 г. и обобщающий показатель экономической эффективности – уровень убыточности, который составил 31,7% (снижение на 10,8 пункта).

Молочное скотоводство в настоящее время является одной из отраслей специализации ОАО «Надежда». Роль производства молока как в целом по организации, так и в отрасли животноводства достаточно велика.

Так, занимая 48,7% общей суммы производственных затрат и 36,3% затрат труда, продукция принесла организации 26,2% всей денежной выручки, а убыток от реализации молока оказался на 19,2% выше показателя в целом по хозяйству.

В отрасли животноводства роль производства молока еще весомее: 80,4% валовой продукции и 26,8% денежной выручки приносит производство и реализация молока.

Необходимо отметить, что это наиболее убыточная отрасль. В 2012 г. она принесла 1516 тыс. руб. убытка, уровень убыточности составил 53%, в то время как в животноводстве убыточность достигала 33,8%, а в целом по организации 32,5%.

Экономическая эффективность производства молока имеет ряд негативных тенденций. Так, общий валовой надой молока снизился за анализируемый период на 1813 ц или на 56,1%. Этому в большей степени способствовало снижение продуктивности коров (на 22,1%), а также значительное уменьшение поголовья коров (на 73 головы или на 43,7%).

Увеличение произошло по производственным затратам на 1 корову (10,1 %), но на фоне снижения продуктивности производственная себестоимость 1 ц молока увеличилась на 39,9 %. Производственная себестоимость 1 ц молока в 2012 году составила 2410,15 руб., что является высоким показателем, с которым нельзя рассчитывать на рентабельную продажу молока.

В качестве негативного момента необходимо отметить увеличение трудоемкости 1 ц молока до 5,6 чел.-час (на 40,9%) и соответственно снижение производства молока на 1 тыс. чел.-час до 177,4 ц (на 28,7%).

Таблица 1

Экономическая эффективность производства молока

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012г.	2012 г. в % к 2010 г.
Среднегодовое поголовье коров, гол.	167	128	94	56,3
Производственные затраты на 1 корову, руб.	38832,34	44945,3	42765,9	110,1
Валовой надой, ц	3232	2690	1419	43,9
Годовой удой на 1 корову, кг	1935	2101	1509	77,9
Получено телят на 100 коров и нетелей, гол.	145,5	122,2	142,2	97,7
Себестоимость 1 ц молока, руб.	1722,45	1914,87	2410,15	139,9
Трудоемкость 1 ц молока, чел.-час	4,0	2,6	5,6	140,9
Произведено молока на 1 тыс. чел.-час затрат труда, ц	248,6	384,2	177,4	71,3

ОАО «Надежда» молоко реализует по узкому кругу каналов: только предприятиям и организациям, а также на рынке. В соответствии с снижением объемов производства снижается и количество реализуемого молока.

При снижении объемов продажи молока и цены реализации, денежная выручка за анализируемый период снизилась на 40,9%. Снижение цены реализации 1 ц привели к резкому повышению убыточности отрасли. В 2012 г. убыток от продажи молока составила 1516 тыс. руб., что на 43,6% больше уровня 2010 г. Высоким в 2012 г. оказался и убыток: на одну корову – 16127,6 руб. (рост в 2,5 раза), на 1 ц молока – 1278,2 руб. (рост в 2,7 раза).

Уровень убыточности молока даже в 2010 г. находился на высоком уровне (27,8%), а в 2011 г. достиг 29,1%, а к отчетному году увеличился до 53,0%.

Таким образом, можно констатировать, что реализация молока остается экономически неэффективной на протяжении всего анализируемого периода.

Таблица 2

Экономическая эффективность реализации молока

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012г.	2012 г. в % к 2010 г.
Реализовано молока, ц	2200	2035	1186	53,9
Уровень товарности, %	68,1	78,6	83,6	15,5*
Денежная выручка от реализации молока, тыс. руб.	2734	2762	1342	49,1
Средняя цена реализации 1 ц, руб.	1242,7 2	1357,25	1131,5	91,1
Коммерческая себестоимость 1 ц молока, руб.	1722,2 7	1914,98	2409,78	139,9
Прибыль (убыток), всего, тыс. руб.	-1055	-1135	-1516	143,6
в т. ч. на 1 корову, руб.	-6317,4	-8867,2	-16127,6	в 2,5 р.
на 1 ц молока, руб.	-479,5	-557,7	-1278,2	в 2,7 р.
Уровень рентабельности, %	-27,8	-29,1	-53,0	25,2*

* - отклонение показателей

Несмотря на высокую убыточность отрасли, нами были выявлены резервы ее дальнейшего повышения. Прежде всего, это касается ликвидации яловости, совершенствование структуры кормового рациона с тем, чтобы обеспечить уровень среднегодовых удоев не ниже 3195 кг, а также активизация маркетинговой деятельности.

Реализация предлагаемых мероприятий может увеличить продуктивность коров до 3195 кг (на 1686 кг), что позволит получить от планируемого поголовья коров (127 голов) 5169 ц молока. Реализация молока в количестве 3618 ц при достижении высокого уровня цены 1357,25 руб. позволит получить 4910 тыс. руб. денежной выручки, что значительно больше уровня 2012 г.

Благодаря увеличению цены реализации и снижению себестоимости организация сможет снизить уровень убыточности до 6,3 %, что на 46,7% ниже 2012 г.



ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ В СПК «КРАСНЫЙ РОГ» ПОЧЕПСКОГО РАЙОНА

Земельные ресурсы являются важнейшей составной частью производственных ресурсов хозяйства. От рационального использования земли, повышения ее плодородия зависит развитие всех отраслей сельскохозяйственного производства.

Таблица 1
Состав и структура земельных угодий СПК «Красный Рог»

Виды угодий	2010 г.		2011 г.		2012 г.	
	га	%	га	%	га	%
Общая земельная площадь	7276	100	7276	100	7276	100
Сельскохозяйственные угодья	5950	81,8	5950	81,8	5950	81,8
в том числе:						
пашня	4955	68,1	4955	68,1	4955	68,1
сенокосы	459	6,3	459	6,3	459	6,3
пастбища	465	6,4	465	6,4	465	6,4
многолетние насаждения	71	0,9	71	0,9	71	0,9
Лесные массивы	642	8,8	642	8,8	642	8,8
Древесно-кустарниковые растения	156	2,1	156	2,1	156	2,1
Пруды и водоемы	60	0,8	60	0,8	60	0,8
Дороги	47	0,6	47	0,6	47	0,6
Болота	322	4,4	322	4,4	322	4,4
Прочие земли	146	2,0	146	2,0	146	2,0

Состояние и использование земли в СПК «Красный Рог» Почепского района, как и многих других предприятиях Брянской области, требует тщательного изучения и разработки неотложных мер по улучшению их использования. Поэтому рассмотрим состав и структуру земельных ресурсов хозяйства и определим эффективность использования земель.

Земельный фонд в течение рассматриваемого периода не изменился. Общая земельная площадь составила 7276 га, площадь сельскохозяйственных угодий – 5950 га. В структуре земельного фонда наибольший удельный вес занимают сельскохозяйственные угодья 81,8%, в том числе пашня – 68,1%, сенокосы – 6,3%, пастбища – 6,4%.

Из земель несельскохозяйственного назначения в состав земельного фонда входят лесные массивы (8,8%) и древесно-кустарниковые растения (2,1%), пруды и водоемы (0,8%).

Земля как средство производства должна использоваться эффективно, только тогда можно добиться высоких урожаев и качественной продукции. К структурным показателям эффективности использования земли относятся сельскохозяйственная освоенность, распаханность, степень использования пашни.

Анализ уровня использования земельных ресурсов в СПК «Красный Рог» показывает, что за исследуемый период освоенность земельного фонда составляла 81,8%. Уровень распаханности сельскохозяйственных угодий высокий – 83,3%. Степень использования пашни составляет 78,3%.

Увеличение производства сельскохозяйственной продукции может быть успешно осуществлено только при условии значительного повышения эффективности использования земельных ресурсов. В современных условиях это приобретает особую актуальность.

Основным показателем экономической эффективности использования земельных ресурсов является выход основных видов сельскохозяйственной продукции в натуральном выражении, а также выход продукции сельского хозяйства в расчете на единицу земельной площади в стоимостном выражении.

Урожайность основных сельскохозяйственных культур имеет средний уровень, кроме того, наблюдается тенденция к дальнейшему его повышению. В животноводстве продолжает наращивать объемы производства молочное скотоводство. Например, в расчете на 100 га сельскохозяйственных угодий производство молока увеличилось на 130,6 ц (37,5%), прирост же крупного рогатого скота снизился на 2,8 ц (7,6%). Этот результат стал следствием снижения объемов производства соответствующего вида продукции.

В целом использование земельных ресурсов в хозяйстве можно считать эффективным. Об этом свидетельствует, прежде всего, тот факт, что на протяжении анализируемого периода предприятие получает прибыль, его величина повышается к 2012 г. В то же время, наблюдается как повышение, так и снижение других показателей по отраслям растениеводства и животноводства.

Таблица 2

Эффективность использования земельных ресурсов

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2012 г. в % к 2010 г.
Урожайность, ц/га:				
- зерновые и зернобобовые	18,6	15,7	20,7	111,3
- кукуруза на зерно	-	90,8	103,0	х
Получено в расчете на 100 га сельскохозяйственных угодий:				
- молока, ц	347,9	332,2	478,5	137,5
- прироста крупного рогатого скота, ц	37,3	37,2	34,5	92,4
- валовой продукции, тыс. руб.	993,5	1139,7	1230,1	123,8
- денежной выручки, тыс. руб.	700,7	697,2	948,1	135,3
- прибыли, тыс. руб.	2,3	49,1	126,4	в 54 р.
Получено в расчете на 100 га пашни, тыс. руб.:				
- валовой продукции растение- водства	367,8	444,5	448,3	121,8
- денежной выручки растение- водства	62,4	55,3	189,2	в 3 р.
- прибыли растениеводства	-15,4	9,9	25,4	х
- валовой продукции животно- водства	823,5	22,4	1021,3	124,0
- денежной выручки животно- водства	752,2	762,3	320,8	42,7
- прибыли животноводства	8,9	43,6	122,1	в 13 р.

Повышение экономической эффективности использования земельных ресурсов является основой для роста продуктивности сельскохозяйственного производства и рационального использования трудовых и материально-технических ресурсов, как на уровне конкретного землепользователя, так и на государственном уровне. Анализируемый объект является представителем той части сельскохозяйственных предприятий, где земельные ресурсы используются не полностью, и отдача от задействованной в производстве земли незначительно повышается. В связи с этим, дальнейшее повышение эффективности использования земли в СПК «Красный Рог» является актуальной задачей.

Наиболее важным мероприятием по рациональному использованию сельскохозяйственных угодий является вовлечение в хозяйственное использование каждого имеющегося гектара. В хозяйствах Почепского района на протяжении всего анализируемого периода пашня используется полностью. На протяжении анализируемого периода наблюдается снижение площади зерновых культур (12,5%), и их удельный вес в структуре посевных площадей остается по прежнему невысоким – в 2012 г. 32,6%, в тоже время рациональным считается уровень 50-55%.

С точки зрения экологической защищенности почвы и формирования прочной кормовой базы животноводства значительные посевы многолетних трав являются положительным фактом, а большие площади достаточно доходных в условиях Почепского района зерновых культур с экономических позиций рациональны. Возможности по наращиванию посевных площадей под зерновыми культурами будет рассмотрены ниже.

Эксплуатация каждого конкретного участка в соответствии с его почвенными и технологическими свойствами позволяет повысить общий объем производства продукции растениеводства, улучшить использование рабочей силы, техники и других материальных ресурсов.

Например, нужно учитывать, что для возделывания пропашных культур пригодны только ровные или полого волнистые участки со склоном до градусов, с хорошим естественным водным режимом. Необходимым условием их размещения являются также удовлетворительные агрохимические свойства почвы (содержание подвижных форм калия и фосфора 80-100 мг на 1 кг почвы, уровень кислотности рН5 и выше). При этом почвы должны иметь легкий и средний механический состав (супесчаные и песчаные, легкосуглинистые почвы).

Зерновые культуры можно возделывать на участках с крутизной наклона до 10 градусов. Более тяжелые по механическому составу почвы (глинистые, суглинистые) больше подходят для озимой пшеницы, легкие (песчаные, супесчаные) – для озимой ржи и овса. Ячмень не предъявляет особых требований к этому параметру качественной характеристики почв и его можно выращивать на землях разного механического состава.

Слабокультуренные почвы, а также участки с неблагоприятным водным режимом отводят для многолетних трав.

После этого, как определено возможное место размещения отдельных видов сельскохозяйственных культур, необходимо разработать и реализовать комплекс мероприятий, направленных на сохранение естественного и повышение экономического почвенного плодородия.

дия. Этому будут способствовать проводимые в комплексе друг с другом орошение и осушение, химическая мелиорация, применение удобрений, освоение севооборотов, поверхностное и коренное улучшение лугов и пастбищ. Система этих мероприятий является одной из наиболее важных, но в то же время менее задействованных в настоящее время. Особенно остро стоит проблема с внесением удобрений. Так, органические удобрения, как основной источник поддержания уровня почвенного плодородия, на протяжении последних трех лет вносятся не систематически, да и в небольших количествах. И это при том, что в Почепском районе содержится крупный рогатый скот. Конечно, полученного объема навоза будет достаточно для внесения не более чем 3,3 т/га пашни. Это, конечно же не решит проблему обеспечения почвы органикой. Так, согласно рекомендациям ученых, для условий Почепского района среднее внесение удобрений, призванное обеспечить бездефицитный баланс гумуса в почве составляет 10,2-12,0 т/га (в среднем 11,1 т/га), для обеспечения оптимального уровня почвенного плодородия потребуются вносить около 13,0 т/га.



Бохан Н.Н., Грищенко В.П.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА В КРАСНОГОРСКОМ РАЙОНЕ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

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. Молоко является практически незаменимой основой питания в детском возрасте, как людей, так и животных. В нем содержатся все необходимые питательные вещества. По многообразному составу с ним не может конкурировать ни один из известных человеку пищевых продуктов. В молоке имеются почти все известные в настоящее время витамины.

Особенностями, которые характеризуют молочное скотоводство, является: повсеместность производства молока и молочных продуктов для бесперебойного снабжения ими населения, необходимость органического сочетания молочного скотоводства с другими отраслями сельского хозяйства, значительная трудоемкость и большая доля продукции этой отрасли во всем объеме производства сельскохозяй-

ственной продукции в большинстве регионов страны. Молочное животноводство оказывает большое влияние на экономику всего сельского хозяйства, поэтому производство молока имеет большое народнохозяйственное значение.

Красногорский район расположен в юго-западной части Брянской области. На севере и западе район граничит с Могилевской и Гомельской областями Республики Беларусь, на юге и востоке с Новозыбковским и Гордеевским районами Брянской области.

Состав валовой продукции в хозяйствах Красногорского района в 2011 г. по сравнению с 2009 годом снизился на 9,4 %, в том числе стоимость валовой продукции растениеводства и животноводства также снижается на 7,9 % и 10,9 % соответственно. Денежная выручка сократилась на 31,3 %, в том числе денежная выручка от реализации продукции растениеводства и животноводства также сократилась на 65,5 и 16,7 %.

Среднегодовая численность работников сократилась на 62,9%, также сократилась среднегодовая стоимость основных средств на 28,4%. Площадь сельскохозяйственных угодий за анализируемый период увеличилась на 43,6%. поголовье скота уменьшилось на 39,6%.

Хозяйства в своей деятельности ориентируются в большей степени на производство и реализацию продукции животноводства, в частности молочно-мясного скотоводства с развитым зернопроизводством.

Уровень интенсивности и экономическая эффективность интенсификации показал, что производственные затраты уменьшились на 40,4%, затраты труда снизились на 68,6% соответственно. Делая вывод по экономической эффективности интенсификации можно сказать, что выход валовой продукции за ряд лет уменьшился. Убыток в целом по району от сельскохозяйственного производства по сравнению с 2007 г. снизился на 25,1%.

Экономическая эффективность производства молока за анализируемый период показало, что поголовье коров сократилось в 2011 году по сравнению с 2007 г. на 982 головы (или 41,7 %). Надой на 1 корову увеличился на 328 кг (25%) не смотря на сокращение численности поголовья, Валовой надой молока уменьшился на 8385 ц (27,2%).

Затраты на 1 корову увеличились на 61,2%. Себестоимость 1 ц молока увеличилась на 30,3% . Возможно это связано с ростом затрат.

Затраты труда на 1 корову и на 1 ц молока сократились на 18,3% и 33,7% соответственно, что говорит о положительном моменте. Оплата 1 чел.-час увеличилась на 32,6%. Таким образом производство молока в хозяйствах Красногорского района не эффективно.

Для повышения экономической эффективности производства и реализации молока в хозяйствах Красногорского района можно применить следующие направления интенсификации:

- улучшение кормления животных;
- селекционно-племенная работа;

Реализация данных направлений предполагает:

1. Увеличение поголовья скота 10,9%, при этом надой молока на 1 корову и валовой надой всего увеличатся на 59,6%;
2. Затраты на 1 корову сократятся на 34,8%, вследствие сокращения себестоимости кормов на 48%;
3. Коммерческая себестоимость 1 ц молока сократится на 29,7%.
5. Выручка от реализации увеличится на 77,2%, полная себестоимость реализованной продукции увеличится также на 24,6%.
6. Рентабельность производства составит 38,8%, что на 41,2 п.п. выше фактического уровня.

Основным источником инвестирования проекта послужит лизинг.



Елизарова В.С., Камовский Н.П.

ПОВЫШЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ В ТНВ «КНЯГИНИНО» СЕВСКОГО РАЙОНА

Проблема эффективности возникает в связи с потребностью товаропроизводителя максимально экономить ресурсы при выпуске продукции. В условиях рыночной экономики, когда предпринимательская деятельность осуществляется на свой страх и риск, она приобретает первостепенное значение.

ТнВ «Княгинино» было зарегистрировано администрацией Севского района 31 июля 2007 г. Высшим органом управления товариществом на вере является собрание полных товарищей (действующих членов). Руководство деятельностью товарищества осуществляет уполномоченный, избираемый из числа полных товарищей. Вкладчики не вправе участвовать в управлении и ведении дел товарищества, а также оспаривать действия полных товарищей. Число голосов каждого полного товарища пропорционально его доле в общем числе долей.

С 2007 по 2011 гг. стоимость валовой продукции увеличилась на 45,8%, в том числе по растениеводству увеличение составило 51,0%, по животноводству – 44,4%. Получаемая денежная выручка от реали-

зации сельскохозяйственной продукции с 2007 по 2011 гг. выросла на 4270 тыс. руб. (59,4%). Площадь сельскохозяйственных угодий за последние три года сократилась на 1825 га (57,1%), в том числе площадь пашни уменьшилась на 1463 га (56,0%). На предприятии также происходит сокращение численности работников, которое составило за анализируемый период 20,6%. Среднегодовая стоимость основных средств выросла на 18,8%.

Основным производственным направлением предприятия является молочно-мясное скотоводство с развитым производством зерна.

В ТнВ «Княгинино» наблюдается нестабильность эффективности использования земельных угодий. Только в 2010 г. организация получала прибыль, да и то в сравнительно небольшом размере. В то же время, положительная динамика наблюдается по производству крупного рогатого скота в живой массе и молока в расчете на 100 га сельскохозяйственных угодий – рост соответственна на 37,7 и 11,6%.

Наибольшую долю среди основных средств за исследуемый период занимают здания (в 2011 г. 45,9%), сооружения (в 2011 г. 22,3%) и машины и оборудование (в отчетном году 17,3%). Относительно высокие показатели фондоемкости и низкие показатели фондоотдачи говорят о малоэффективном использовании основных средств. Об этом говорит и низкий уровень рентабельности основных средств. Лишь в 2010 г. использование основных средств было эффективным.

Общая стоимость оборотных средств товарищества за анализируемый период увеличилась на 74,3%. При этом особенно выделяется рост величины денежных средств с 38 тыс. руб. на начало 2009 г. до 6618 тыс. руб. на начало 2011 г. Наибольшую долю среди оборотных активов за весь исследуемый период занимают животные на выращивании и откорме – в 2011 г. их удельный вес составил 25,5%.

Зерно является основным продуктом растениеводства. Производство зерна составляет небольшой удельный вес в получении денежной выручки в целом по хозяйству, а прибыль товариществу приносит отрасль животноводства. В растениеводстве производство зерна занимает существенный удельный вес. Большая часть всех производственных затрат (71,4%) и денежной выручки (94,8%) приходится на зернопроизводство. Причем следует заметить, что отрасль занимает менее трети всех посевных площадей (29,1%).

Убыточность зернопроизводства предопределяет убыточность и растениеводства в целом. В 2011 г. от реализации зерна было получено 240 тыс. руб., убытков, в то время как по растениеводству они составили 201 тыс. руб., а товариществу в целом – 667 тыс. руб.

Посеянная площадь зерновых и зернобобовых культур в 2011 г. по сравнению с 2007 г. сократилась на 1,5%. Только в 2010 г. по причине неблагоприятных погодных условий и низкой урожайности была убрана не вся засеянная площадь. Валовой сбор зерновых увеличился в 2011 г. по сравнению с 2007 г. на 5059 ц (в 2,0 раза). Однако, по сравнению с 2009 г. данный показатель сократился на 33,3%. Это связано в первую очередь с уменьшением площади посева зерновых культур.

Производственные затраты на 1 га в 2011 г. по сравнению с 2007 г. увеличились в 2,6 раза. Наблюдается рост затрат на оплату труда, удобрения, электроэнергию и нефтепродукты. Производственная себестоимость постепенно уменьшается к 2009 г. до 248,48 руб/ц, но затем возрастает к 2011 г. до 417,46 руб/ц. Низкий уровень себестоимости в 2009 г. связан в основном с небольшими затратами на производство зерновых культур.

Денежная выручка от реализации зерна выросла за анализируемый период в 2,2 раза, но прибыль наблюдается лишь в 2010 г. и она является незначительной. В 2011 г. уровень убыточности составил 15,5%, хотя еще в 2010 г. уровень рентабельности достигал 1,3%.

Таким образом, одна из ведущих отраслей товарищества - зернопроизводство, является экономически неэффективной. Эта отрасль имеет для организации большое значение в плане формирования кормовой базы животноводства, поэтому важно найти пути повышения ее экономической эффективности, что позволит удешевить и рацион кормления.

Как уже отмечалось выше, молочно-мясное скотоводство является отраслью специализации ТнВ «Княгинино». В целом экономическая эффективность производства молока имеет преимущественно ряд положительных тенденций. Так, общий валовой надой молока увеличился за анализируемый период на 1,0%, чему при значительном уменьшении поголовья способствовал рост среднегодового удоя молока на 578 кг. или 33,3%.

В 2011 г. выход телят в расчете на 100 коров составил 105 гол., что меньше уровня 2010 г. на 25 гол., но больше уровня 2007 г. на 15 гол.

Значительное увеличение произошло по производственным затратам на 1 корову (в 2,3 раза). На фоне достаточно интенсивного роста продуктивности производственная себестоимость 1 ц. молока увеличилась на 69,4% и составила в 2011 г. 1102,15 руб. Следует отметить, что рост производственной себестоимости носит неустойчивый характер на протяжении анализируемого периода. Наименьшей величиной показателя отличался 2008 г. – 610,95 руб.

Наряду с небольшим ростом объемов производства, существенно увеличилось количество реализуемого молока - на 11,2%.

В результате, в динамике товарность молока возросла на 7,9 пункта и составила в 2011 г. 86,6%. Оставшиеся объемы молока предприятие использует на внутрихозяйственные нужды - корм животным, а именно – выпойку телят.

В 2011 г. от реализации молока было получено 7244 тыс. руб. денежной выручки, что выше показателя 2007 г. на 61,3%. Следует отметить, что темпы роста средней цены реализации оказались незначительно ниже по сравнению с коммерческой себестоимостью 1 ц молока – увеличение соответственно на 45,2 и 69,4%. Это способствовало получению в 2011 г. прибыли в размере 617 тыс. руб., что стало самым низким показателем за последние 5 лет. В 2011 г. организация вышла на уровень рентабельности 9,3%, что ниже показателя 2007 г. на 18,3 пункта.

Низкая и нестабильная доходность отрасли специализации требует разработки мероприятий по повышению эффективности.

В зернопроизводстве нами предлагается дополнительное внесение минеральных удобрений, проведение сортообновления, организация рациональной системы севооборотов и активизация деятельности по поиску более эффективных каналов реализации. В результате роста урожайности, несмотря на дополнительные производственные затраты, произойдет снижение производственной себестоимости 1 ц зерна до 371,88 руб., что меньше фактического показателя 2011 г. (417,46 руб. на 1 ц) на 45,58 руб.

Для повышения продуктивности коров нами предполагается использование комбикормов собственного производства. Производство комбикорма будет осуществляться по особой технологии - экструдирования. Для данной технологии необходимо купить пресс-экструдер ПЭ-КМЗ-2У за счет собственных средств предприятия. Себестоимость 1 ц комбикорма, рассчитанная исходя из прогнозируемой себестоимости зерна, составит 650,07 руб. Самостоятельное производство комбикормов существенно сократит расходы предприятия на закупку кормов. Затраты на пресс-экструдер окупятся менее, чем за 8 месяцев.

Использование комбикормов в молочном скотоводстве позволит увеличить продуктивность коров в среднем до 2800 кг. Производственные затраты на одну корову возрастут до 31783,25 руб., но благодаря росту продуктивности производственная себестоимость 1 ц молока сократится до 1051,93 руб. Благодаря снижению себестоимости молока организация сможет выйти на уровень рентабельности 14,5%.

Таким образом, интенсификация зернопроизводства с целью удешевления производства зерна, создание собственного цеха по производству комбикормов с последующим их использованием в молоч-

ном скотоводстве, позволят ТнВ «Княгинино» существенно повысить свои экономические результаты и выйти на уровень безубыточного ведения производства.

Общее увеличение денежной выручки может составить 4499 тыс. руб. или 39,3% к уровню 2011 г., вместо 667 тыс. руб. убытков организация может получить 333 тыс. руб. прибыли. Уровень рентабельности в растениеводстве достигнет 7,1%, а в животноводстве – 2,3%. И хотя величина показателей пока невелика, все же отрасли выйдут на уровень самоокупаемости.



Коверзнева А.Ю., Камовский Н.П.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ ЗЕРНА В ООО СХП «ОКТЯБРЬСКОЕ» ПОЧЕПСКОГО РАЙОНА

На современном этапе развития агропромышленного комплекса страны еще не решена проблема полного обеспечения населения продуктами питания и предметами промышленного отечественного производства, сырьем для которых выступает продукция сельского хозяйства. В решении этой важной задачи ведущее место принадлежит зерну, так как основными продуктами питания для людей являются продукты его переработки, за счет которых обеспечивается почти 40% общей калорийности питания и около 50% потребности в белке. Практика показывает, что без развитого зернового производства невозможно специализировать регионы на производство продукции животноводства, развивать производство технических культур и других отраслей сельского хозяйства. Зерно – это не только продукт питания для населения, но и незаменимый корм для всех видов скота и птицы.

Непродуманное реформирование сельского хозяйства проходит в сложной экономической ситуации, для которой характерны неустойчивость хозяйственных связей, недостаточная государственная поддержка, неэквивалентный обмен, разбалансированность зернового рынка. Недостаточным остается техническое оснащение, ресурсное обеспечение зернового производства, не достаточно используются на практике научно-технические достижения. В результате хорошо организованная отрасль зернопроизводства оказалась неустойчивой в условиях рыночной экономики, необходимо искать пути повышения экономической эффективности отрасли, в том числе и на уровне конкретных предприятий.

В целом можно говорить о наращивании размеров производства ООО СХП «Октябрьское». В первую очередь это касается таких результативных показателей, как стоимость валовой продукции и денежная выручка, увеличение которых составило 32,8 и 35,3% соответственно. В разрезе отраслей наибольшее увеличение стоимости валовой продукции произошло в животноводстве (на 42,4%), а денежной выручки в растениеводстве (на 76,8%)

Что касается показателей, характеризующих производственный потенциал общества, то здесь в 2011 г. вдвое сократилась площадь сельскохозяйственных угодий и пашни, на 9,5% (6 чел.) среднегодовая численность работников. И только по стоимости основных производственных фондов произошел рост на 17,2%, а также условному поголовью скота на 5,1%.

Предприятие специализируется на молочном скотоводстве и зернопроизводстве.

Общая земельная площадь общества невелика (705 га.), причем в 2010 г. она резко сократилась на 1075 га. От организации отошли все несельскохозяйственные угодья, а также 698 га. сельскохозяйственных угодий, в том числе 669 га. пашни. Структура посевных площадей в обществе к 2011 г. свелась к выращиванию всего лишь одной товарной культуры (зерновых и зернобобовых) и кормовых культур.

Эффективность использования сельскохозяйственных угодий за анализируемый период возросла. Так, стоимость валовой продукции увеличилась в 2011 г. по сравнению с 2009 г. в 2,6 раза, прибыль возросла в 13,3 раза.

Общая численность работников общества за анализируемый период сократилась на 6 чел. (9,5%). В структуре трудовых ресурсов в 2009 г. преобладали работники, занятые в сельскохозяйственном производстве. В 2010-2011 гг. на их долю пришлось 100,0%. До 2010 г. в обществе было два работника, занятых в подсобных промышленных предприятиях и промыслах.

Показатели производительности труда за анализируемый период увеличились. Так, производительность по валовой продукции на 1 работника возросла на 47,3%, а по прибыли в 7,4 раза.

Общая стоимость основных фондов хозяйства за анализируемый период увеличилась на 3066 тыс. руб. (27,6%). По видам основных средств незначительное сокращение стоимости произошло только по рабочему скоту. По остальным видам основных средств произошел рост стоимости, в том числе по машинам и оборудованию на 1654 тыс. руб. (19,8%). В структуре основных фондов наибольший удельный вес занимают машины и оборудование (70,6%). Следует отметить, что в организации повысилась как обеспеченность основными средствами, так и эффективность их использования.

За отчетный период в обществе произошло увеличение стоимости оборотных средств на 1518 тыс. руб. или 31,0%. Основной причиной этого стало увеличение стоимости запасов на 725 тыс. руб. (16,8%). Среди других видов оборотных средств необходимо отметить увеличение размера дебиторской задолженности в 3,3 раза. Рост дебиторской задолженности к 2011 г. до 759 тыс. руб. следует признать отрицательным моментом, так как несвоевременные расчеты увеличивают потребность предприятия в оборотных средствах.

Зернопроизводство является основной отраслью растениеводства. Площадь посева зерновых в 2011 г. составила 63,8% всей площади растениеводства, а соответственно и общества в целом. Производственные затраты зернопроизводства составляют 77,6% от показателя растениеводства и 29,9% от совокупных производственных затрат общества.

Денежная выручка зернопроизводства составляет 85,4% выручки растениеводства и 30,8% от показателя по обществу в целом. Эта отрасль является высокоэффективной. Если в среднем по растениеводству уровень рентабельности составил 55,2%, то по зернопроизводству – 142,1%.

В хозяйстве возделываются озимые (рожь), яровые зерновые (овес) и зернобобовые культуры (люпин). В последние два года площадь посева зерновых культур сохраняется на уровне 450 га, не происходит никаких изменений в структуре посевных площадей.

Общий размер производственных затрат за исследуемый период увеличился на 14,6% при сокращении посевов зерновых культур на 51 га. В расчете на 1 га посева производственные затраты также увеличились на 27,6% и составили в 2011 г. 9446,67 руб. Обращает на себя внимание резкое колебание размера производственных затрат на протяжении анализируемого периода. По статьям затрат интенсивное увеличение произошло по прочим затратам – на 2423,15 руб. или 77,5%. Среди статей допустивших спад, в первую очередь следует назвать оплату труда с отчислениями – снижение в 2,5 раза.

Экономическая эффективность отрасли очень нестабильна по годам исследования. В 2009-2011 гг. зерновые культуры убирались не полностью. Следует отметить, что в 2010 г. было убрано только 53,3% засеянной площади. Причинами наличия необрунных площадей являются как природный фактор, так и низкая техническая оснащенность. Исходя из имеющейся в 2011 г. площади посева зерновых и зернобобовых культур, согласно нормативной обеспеченности в обществе необходимо иметь 2 зерноуборочных комбайна типа ДОН-1500. Фактически в организации на протяжении всего анализируемого периода эксплуатировался всего 1 зерноуборочный комбайн.

Благодаря высокой урожайности произошло незначительное увеличение производственной себестоимости 1 ц зерна на 9,7%. Высокая урожайность способствует сохранению трудоемкости зерна на низком уровне.

Только в 2010 г. реализация зерна не принесла прибыли, уровень рентабельности составил 0%. В 2011 г. была получена хорошая прибыль и уровень рентабельности достиг 142,1%. Росту эффективности в значительной степени способствовал быстрый рост цен реализации зерна (в 2,4 раза), который компенсировал рост коммерческой себестоимости зерна.

Уровень товарности зерна в 2011 г. оказался сравнительно невысоким, так как значительная часть урожая используется внутри организации в качестве семенного материала и на корм животным. Например, в 2011 г. на переработку с последующим использованием на корм скоту было израсходовано 9684 ц зерна или около 57,1% общего расхода зерна по различным направлениям, включая реализацию.

Ассортимент реализуемых обществом зерновых культур невелик. На протяжении всего анализируемого периода это озимая рожь, овес и люпин. Структура реализуемого зерна непостоянна, хотя на протяжении всего анализируемого периода преобладает рожь. В 2009 г. на озимую рожь пришлось 88,5% всего проданного зерна. В последние два года значительными объемами отличается овес, а в 2010 г. еще и люпин.

Среди всех реализуемых зерновых культур на протяжении 2009-2011 гг. только овес постоянно приносил обществу прибыль. Он же оказался в 2011 г. наиболее доходным – уровень рентабельности составил 279,8%.

Таким образом, зернопроизводство в ООО СХП «Октябрьское» только в 2011 г. оказалось высокоэффективным. Среди недостатков развития отрасли в первую очередь обращает на себя внимание большая доля ежегодно необработанных площадей. Основная причина – наличие только одного зерноуборочного комбайна, который не позволяет своевременно убрать всю засеянную площадь. Учитывая это, мы предлагаем в первую очередь приобрести зерноуборочный комбайн ДОН-1500 по лизингу.

Высокая фактическая урожайность в 2011 г. обманчива, так как расчет ее ведется на убранную площадь. На самом деле в организации есть такие проблемы как недостаточное внесение минеральных удобрений и использование средств защиты, система севооборотов не рациональна, так как зерновые выращиваются по зерновым. Нормализация этих элементов позволила бы организации существенно повысить урожайность зерновых культур.

В процессе хранения и реализации зерна большое значение имеет значение качественная очистка зерна от примесей, его просушка и разделение на фракции. Учитывая фактическое состояние дел в организации, нами предлагается приобретение зернового сепаратора ЛУЧ ЗСО. Он применяется для предварительной, первичной и вторичной очистки зерновых культур, отделения любых примесей. Это позволит с использованием всего одного агрегата произвести полноценную качественную очистку зерна с учетом его семенного, продовольственного или фуражного использования.

Реализация комплекса мероприятий принесет определенный эффект. В перспективе будет убираться вся площадь, а урожайность может достигнуть 52,3 ц/га. Производственные затраты на 1 га возрастут на 3972,77 руб. или 42,1%, но благодаря росту урожайности производственная себестоимость 1 ц зерна снизится до 243,76 руб.

Благодаря низкой коммерческой себестоимости 1 ц зерна при сохранении цены реализации на неизменном уровне, значительно возрастает доходность отрасли. Если в 2011 г. от реализации зерна было получено 2115 тыс. руб. прибыли, то в прогнозном варианте, прежде всего за счет увеличения объемов реализации, 5045 тыс. руб. прибыли. Соответственно этому повысится и доходность отрасли с уровня рентабельности 142,1% до уровня рентабельности 155,9%.



Глебова Ю.В., Кубышкин А.В.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНА В СПК АФ «КУЛЬТУРА»

Зернопроизводство является самостоятельной отраслью сельского хозяйства. Для полного удовлетворения потребности населения, сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности в зерне наряду с увеличением объемов производства следует добиться сокращения потерь продукции, при этом необходимо улучшить производительность труда и экономическую эффективность производства зерна.

Зерновые культуры возделываются во всех зонах РФ, а для хозяйств Брянской области являются одной из основных культур растениеводства. Анализ хозяйственной деятельности и экономического состояния СПК АФ «Культура» показывает, что оно относится к крупным по размеру предприятиям. Предприятие со слабой степенью специализации (0,14), т.е. оно является универсальным предприятием, которое производит и продает широкий ассортимент продукции.

В структуре сельскохозяйственных угодий наибольший удельный вес приходится на пашню (60%), в 2012 г. их площадь составила 3556 га; основная часть товарной продукции растениеводства приходится на овощи закрытого грунта, причем в 2012 г. на их долю приходилось 86,2% от общего объема товарной продукции.

Размер зерновой отрасли и ее значение в экономике СПК АФ «Культура» можно определить по удельному весу валовой и товарной продукции отрасли в общем, объеме по хозяйству, по размеру площадей, отведенных под зерновые культуры, размером прибыли, полученной от реализации зерна. Площадь зерновых всего по хозяйству в 2010 г. составляла 2660 га, в течение трех лет площадь зерновых сначала увеличилась на 30 га, а затем снова уменьшилась на 571 га, и в 2012 г. составила 2089 га.

Озимые зерновые в структуре зерновых площадей занимали в 2010 г. 55,6%, от общей площади, что составляет 1480 га, за три года этот показатель снизился до 1620 га в 2011 г., а затем и до 1100 га в 2012 г. Яровые в площади зерновых в 2010 г. занимали 39,7%, в 2011 г. 37,5%, а к 2012 г. уменьшились до 989 га. Зернобобовые культуры в 2010 г. занимали 120 га, а к 2011 г. их площадь снизилась до 60 га. В 2012 г. их совсем не выращивали.

Урожайность зерновых в целом по хозяйству в 2010 г. составляла 18,4 ц/га, в течение трех лет урожайность увеличилась, и в 2012 г. стала составлять 21,2 ц/га. Валовой сбор зерна в целом по хозяйству составил в 2010 г. 44299 ц, а к 2011 г. он увеличился до 60864 ц, а затем снова уменьшился до 44309 ц.

Затраты на 1 га и на 1 ц уменьшились на 40%. Себестоимость 1 ц возросла на 18,7%. Урожайность за анализируемый период имеет низкий показатель, а в частности в 2010 г. она составила 19,2 ц/га, что на 4,7% меньше со сравнимым показателем 2012 г., но тут надо учитывать, что такая плохая урожайность была в связи с засушливым летом 2010 г., хозяйство понесло большие потери. В целом производство зерновых культур нерентабельно и несет большие затраты.

Количество произведенной продукции уменьшилось на 27,2%, а соответственно уменьшилось и количество реализованной продукции до 64,8%. Уровень товарности снизился на 11%. Полная себестоимость снизилась на 8576 тыс. руб., снизилась и выручка до 12142 тыс. руб. в 2012 г. Цена реализации возросла на 35,6%. Прибыли предприятие получило на 2974 тыс. руб. больше чем за предыдущие годы, а значит и рентабельность производства и рентабельность продаж повышаются.

Таким образом, производство зерна в СПК АФ «Культура» является рентабельным, но необходимо изыскивать дополнительные пути повышения экономической эффективности производства зерна.

Наиболее актуальной проблемой производства зерна является повышение урожайности. В целях повышения урожайности зерновых культур в СПК АФ «Культура» на перспективу были выбраны направления интенсификации, обеспечивающие гарантированное повышение эффективности: сортообновление, севооборот, внесение удобрений, использование средств защиты растений, оптимизацию сроков выполнения производственных процессов, приобретение зерноочистительной машины ЛУЧ ЗСО.

В СПК АФ «Культура» посев производится семенами сорта Московская-39, которая является продуктивным сортом по своим биологическим особенностям, но в силу каких либо причин приносит небольшую урожайность в хозяйстве, хотя потенциальная урожайность данного сорта довольно высокая – 30-40 ц./га. Стоимость семян составляет 1300 руб. за 1 ц при урожайности 22 ц/га. Площадь посева озимой пшеницы в 2012 г. составляет 1000 га.

Предлагаем на 300 га посеять озимую пшеницу «Московская-40», на оставшейся площади 700 га посеять сорт, используемый в хозяйстве. Прибавка урожая озимой пшеницы сорта «Московская-40» составит 1590 ц.

Крупным резервом увеличения урожайности является размещение зерновых культур по лучшим предшественникам, - это даст прибавку урожайности озимой пшеницы до 3,5 ц/га.

Особое воздействие на размер урожайности оказывают средства защиты растений и применение минеральных удобрений, - это даст прибавку урожайности озимой пшеницы 3,6 ц/га и 2,5 ц/га соответственно.

Также существенно повысить урожайность предприятие может за счет покупки зерноочистительной машины ЛУЧ ЗСО-200, которая позволяет выполнять следующие операции: очистку зерна от крупных примесей (предварительную очистку); очистку зерна от крупных и мелких примесей; очистку продовольственного зерна; тщательную очистку от мелкого зерна; калибровку семенного материала и имеет ряд преимуществ.

В связи с тем, что зерновой сепаратор является мобильной установкой, не потребуются дополнительных затрат на обустройство помещения для его хранения и эксплуатации. Большую часть времени он будет эксплуатироваться под открытым небом, и только при наличии неблагоприятных погодных условий (осадки) он будет работать внутри зернохранилища. В связи с этим, мы будем исходить только из затрат, связанных с эксплуатацией сепаратора. Общая сумма затрат на эксплуатацию зернового сепаратора в год составит 397327,14 руб.

Конкретный размер затрат по комплексной обработке 1 ц. зерна будет зависеть от фактического валового сбора. Если исходить из показателя 2012 г. (44309 ц), эти затраты составили бы 9 руб.

Даже если исходить из того, что это дополнительные затраты, но они позволят дифференцировать зерно по фракциям и существенно повысить среднюю цену реализации, то эти дополнительные затраты не только окупятся, но и позволят начать получать прибыль

Затраты на семена и по уборке дополнительного урожая, за счет выше изложенных мероприятий, составят по озимой пшенице – 6764 тыс. руб.

В результате повышения урожайности озимой пшеницы чистый доход возрастет почти в 3 раза, уровень рентабельности производства озимой пшеницы увеличится на 15,7 процентных пункта, а уровень рентабельности продаж – на 18.8 п.п.



Масол Н.В., Кубышкин А.В.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЯ АГРОТЕХСЕРВИСА В МУП МТС «КРАСНОГОРСКАЯ»

Эффективность сельскохозяйственного производства в значительной степени обеспечивается системой его обслуживания, что предполагает создание и функционирование рынка сервиса технического обслуживания и ремонта машин. Машинно-технологическая станция самостоятельный хозяйствующий субъект с правами юридического лица, которая на основе использования сельскохозяйственной и другой техники - производит, применяет высокие и интенсивные технологии, совместно с сельскими товаропроизводителями или арендуя у них землю, перерабатывает и реализует сельскохозяйственную продукцию, выполняет другие услуги.

Муниципальное унитарное предприятие «Машинно-технологическая станция «Красногорская» Красногорского района Брянской области основано на праве хозяйственного ведения, создано в соответствии с Постановлением администрации Красногорского района Брянской области и действует на основании Гражданского кодекса РФ. Исходя из этого, предложены следующие наиболее осуществляемые виды деятельности:

- выполнение государственной программы по комплексному обустройству фермерских хозяйств;

- оказание практической помощи в проведении весенних полевых работ, заготовке кормов, уборке урожая и др.;
- ремонт и обслуживание сельскохозяйственной техники;
- торгово-закупочная и снабженческо-сбытовая деятельность;

Для эффективного ведения сельскохозяйственного производства необходимы определенные условия. Одно из них выбор оптимального размера предприятия, которое определяется комплексом факторов, прежде всего наличием квалифицированных трудовых ресурсов, фондооснащенностью и энерговооруженностью, использованием достижений научно-технического прогресса. В МТС «Красногорская» за период с 2010 г. по 2012 г. произошло снижение стоимости имущества. Так, в 2011 г. по сравнению с 2010 г. оно уменьшилось на 4%, а в 2012 г. по сравнению с 2011 г. еще на 8%. За обозначенный период стоимость имущества сократилась на 12%. На предприятии ежегодно наблюдается рост выручки от реализации, но также значительно растет и себестоимость оказываемых услуг. Численность работников за период с 2010 по 2012 гг. сократилась на 5 человек. МТС «Красногорская» устойчиво-нерентабельное предприятие, финансовых ресурсов недостаточно для осуществления расширенного воспроизводства. Продукция пользуется устоявшимся спросом только на локальном рынке.

За последние три года размер площади обслуживаемой станции постепенно увеличивается, что предусматривается увеличение заказов на услуги в 2012 г. Рост заказов наблюдается по всем видам работ, а по уборке зерновых снижаются заказы на 17%. Колебания наблюдаются по такому виду механизированных работ, как заготовка кормов, выполнение которого в 2012 г. уменьшилось на 10% по сравнению с 2010 г., а по сравнению с 2011 г. на 11%. Объемы выполняемых работ увеличиваются, но при этом на предприятии недостаточно техники и сельскохозяйственных машин.

Техническое обслуживание сельскохозяйственной техники в МУП МТС «Красногорская» не развито, а данное направление в настоящее время в Брянской области перспективно. МУП МТС «Красногорская» ориентируется на:

- разработку, пропаганду и внедрение наиболее прогрессивных организационных форм эксплуатации и обслуживания современной сельскохозяйственной техники, адаптированных к условиям хозяйств Брянской области;

- оказание сельским товаропроизводителям всесторонних технических и технологических услуг: по производству и переработке сельхозпродукции, производству механизированных работ, технической эксплуатации, настройке и регулировке машин и оборудования, организации материально-технического снабжения, проведения кон-

сультаций и обучения передовыми методами и приемам эксплуатации современной сельскохозяйственной техники.

В качестве снижения спроса на ремонтные работы можно отметить необходимость транспортировки сломанной техники непосредственно на станцию, что приводит к потере времени, отсутствие необходимого оборудования и неспособность ремонтных рабочих обслуживать современную технику.

В качестве ведущего направления по повышению механизированных услуг предусмотрена передвижная станция, которая будет выезжать на технический осмотр новой техники, оборудования и срочные ремонтные работы. Данные услуги будут востребованы, так как это позволит фермерским хозяйствам экономить время на транспортировку сельскохозяйственной техники и оборудования и своевременный ремонт в период уборочных работ. Предприятию для создания центра технической диагностики необходимо приобрести оборудование и спецтранспорт для передвижной станции. Общая сумма приобретения составляет 6475 тыс. руб. На данный момент МТС «Красногорская» рассматривает три возможных источника для финансирования покупки. Это самофинансирование, кредит и лизинг. При более глубоком изучении финансовых потоков, генерируемых при использовании различных форм финансирования одного и того же инвестиционного проекта лизинг проявляет свои преимущества и оказывается наиболее выгодным.

Создание передвижной станции позволит увеличить объем предлагаемых услуг с учетом их востребованности и объема выручки на 42%. Следовательно, выручка составит 20 млн. руб. При этом себестоимость возрастет на 19% и составит 18 млн. руб. Прибыль от реализации возросла на 3 млн. руб., а рентабельность возросла на 2,05 п.п.



Фирсов Р.С., Кубышкин А.В.

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРЕСТЬЯНСКОГО (ФЕРМЕРСКОГО) ХОЗЯЙСТВА «КАРАВАЙ»

Крестьянское (фермерское) хозяйство – это объединение граждан, которые совместно владеют имуществом и осуществляют производственную или другую хозяйственную деятельность.

Проведенный SWOT-анализ К(Ф)Х «Каравай» показывает, что хозяйство имеет как сильные, так и слабые стороны, возможности и

угрозы. При формулировании личной стратегии или разработке стратегии хозяйства необходимо четко представлять возможности и угрозы на каждом из рынков. Необходимо уменьшить влияние слабостей. При анализе сильных и слабых сторон обязательно следует обратить внимание на сложившуюся корпоративную культуру и политику Собственников. Она определяет ограничения и возможности при выборе направлений развития.

Анализируя размеры производства К(Ф)Х «Каравай» можно отметить, что в целом по хозяйству за анализируемый период лет стоимость валовой продукции значительно возросла в 3,1 раза. Анализируя денежную выручку хозяйства, можно сказать, что она увеличилась за период с 2010 по 2012 гг. в 2,3 раза. Данное увеличение произошло за счет роста выручки от продажи сельскохозяйственной продукции. Также с 2010 по 2012 гг. произошло увеличение численности работников на 29%, или на 16 человек. Общая земельная площадь хозяйства расширилась на 1365 га, за счет роста площади с.-х. угодий, а точнее пашни на 48%. поголовье скота в переводе на условное поголовье за анализируемый период возросло на 14%.

В К(Ф)Х «Каравай» в 2012 г. коэффициент специализации составляет 0,318, что свидетельствует о среднем уровне специализации производства в хозяйстве. В целом можно сделать вывод, что К(Ф)Х «Каравай» рентабельно, но данному хозяйству все равно необходимо повышать эффективность деятельности за счет снижения затрат и увеличения объемов производства.

По основным показателям производства зерновых культур К(Ф)Х «Каравай» наблюдается тенденция роста. Так, значительно возросла площадь посевов зерновых культур на 875 га (35,5%) по сравнению с 2010 г. На протяжении анализируемого периода лет часть посевов не убирается. Значительно увеличивается урожайность на 16,8 ц/га (88,9%), а следовательно увеличивается и валовой сбор в 2,4 раза по сравнению с 2010 г.

Поголовье животных молочного направления возросло на 155%, что свидетельствует об увеличении валового производства молока в 2 раза, но снизился надой на корову на 22%. Себестоимость данного вида продукции возросла в 1,8 раза. Затраты труда как на 1 голову, так и на 1 ц продукции снижаются на 49 и 37% соответственно, наряду с этим увеличивается часовая оплата труда на 70,4%.

В хозяйстве развиты зернопроизводство, картофелеводство и молочное скотоводство, но практически не возделывают овощи открытого грунта, для которых предлагается отвести посевные площади в размере огурцы – до 2 га, капуста – до 5 га, томаты – до 2 га, на основе

этого просчитан бизнес-плана производства овощей открытого грунта и их переработки для КФХ «Каравай».

Цель бизнес-плана – обоснование повышения эффективности производства овощей открытого грунта и их переработки в крестьянско-фермерском хозяйстве, путем закупки техники и получения гранта в размере 900 тыс. руб.

Основная продукция овощеводства открытого грунта – огурцы, томаты, капуста поздняя. Дополнительная продукция переработки – огурцы соленые, капуста квашеная. Бизнес-план производства овощей открытого грунта и их переработки в КФХ «Каравай» был рассчитан с использованием программного обеспечения Project Expert 7.25., длительность проекта 5 лет.

В результате предлагаемых мероприятий по внедрению овощеводства в КФХ «Каравай» уже к 2016 г. валовой объем продаж достигнет 12,4 млн. руб.; чистая прибыль составит 7,85 млн. руб. К 2017 г. валовой объем продаж достигнет 14,3 млн. руб.; чистая прибыль составит 9,1 млн. руб.

Срок окупаемости бизнес-плана – 10 месяцев; ставка дисконтирования – 25 %; чистая приведенная стоимость – 14 млн. руб.; индекс прибыльности – 6,01.



Надточей Д.П., Камовский Н.П.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ КАРТОФЕЛЕВОДСТВА В СПК «РОДИНА» КЛИНЦОВСКОГО РАЙОНА

Картофель принадлежит к числу важнейших сельскохозяйственных культур, его справедливо называют вторым хлебом. В мировом производстве продукции растениеводства он занимает одно из первых мест наряду с рисом, пшеницей и кукурузой. Площади картофеля в мире составляют около 18 млн. га. Самыми крупными производителями картофеля являются Россия, Украина, Беларусь, Польша, Китай. Народнохозяйственное значение отрасли определяется продовольственным, кормовым, промышленным и медицинским значением клубнеплодов.

Россия традиционно является одним из крупнейших производителей картофеля в мире. В настоящее время возрождаются картофелепроизводящие предприятия, внедряющие интенсивные технологии и

добивающиеся хороших результатов. Выступая своеобразным гарантом поддержания продовольственной безопасности страны и продуктом разностороннего использования, картофель оказался одним из немногих видов продукции агропромышленного комплекса, по которому не было допущено резкого падения производства. Возрождение отрасли особенно актуально для Брянской области, традиционно считающейся картофельным краем. Уже сейчас область является одним из лидеров среди регионов России по производству картофеля, тем не менее, есть возможность задействовать неиспользованные резервы роста эффективности отрасли, в том числе в рамках конкретного предприятия.

Размеры производства СПК «Родина» за рассматриваемый период по ряду показателей увеличились. Если по стоимости валовой продукции организации произошел рост относительно уровня 2009 г. на 29,2%, то по денежной выручке увеличение достигло 37,3%. Следует отметить увеличение суммы денежной выручки, полученной от реализации сельскохозяйственной продукции на 36,4%.

Что касается показателей, характеризующих производственный потенциал хозяйства, то здесь на прежнем уровне осталась площадь сельскохозяйственных угодий – 4170 га. Произошло увеличение на 44,4% среднегодовой стоимости основных производственных фондов и сокращение на 8,4% (9 чел.) среднегодовой численности работников.

Исходя из полученной структуры денежной выручки, специализацию кооператива можно определить как молочно-мясное скотоводство с развитым зернопроизводством. Коэффициент специализации СПК «Родина» в среднем за 2009-2011 гг. составил 0,366, что свидетельствует о среднем уровне специализации кооператива.

На протяжении анализируемого периода в составе и структуре земельных ресурсов не происходило больших изменений. Общая земельная площадь в 2009-2010 гг. составляла 3972 га, но в 2011 г. сократилась до 3934 га. Причиной этого стало выведение из хозяйственного оборота 38 га многолетних насаждений. В структуре земельных ресурсов преобладают сельскохозяйственные угодья – 85,2%. Такую степень сельскохозяйственной освоенности территории кооператива следует признать высокой.

Общая стоимость основных фондов СПК «Родина» за анализируемый период возросла на 18896 тыс. руб. или 85,6%. В разрезе отдельных видов основных средств наиболее значительное увеличение стоимости произошло по зданиям (на 12948 тыс. руб. или в 4,2 раза) и машинам и оборудованию (на 3441 тыс. руб. или 40,2%).

Эти изменения способствовали уменьшению стоимости активной части основных средств, что является негативным структурным

изменением. Например, если в 2009 г. на долю активной части основных средств приходилось 46,0%, то в 2010 г. уже 35,5%. В разрезе всех категорий основных средств неизменной осталась только стоимость сооружений и передаточных устройств – 1297 тыс. руб.

СПК «Родина» располагает средней численностью работников, наибольшая часть которых трудится в основном производстве, так как наибольший удельный вес в структуре персонала приходится на работников, занятых в сельскохозяйственном производстве – 96,0%. Численность работников на предприятии ежегодно сокращается и в 2011 г. составила 98 чел. Сокращение относительно 2009 г. составило 9 чел. или 8,4%. В хозяйстве в 2010 г. число служащих сократилось на 5 чел. В их состав входят 15 человек, из них 8 руководителей и 7 специалистов. Сокращение коснулось только специалистов.

Имеющиеся трудовые ресурсы стали использоваться эффективнее, о чем свидетельствует рост производительности труда по валовой продукции на 47,0%, товарной продукции на 56,2%. Отрицательным является только факт уменьшения размера прибыли, приходящейся на одного работника на 3,8%.

В СПК «Родина» на протяжении всего рассматриваемого периода уделяется много внимания развитию картофелеводства. Важно и то, что удастся избежать сокращения размеров отрасли.

В кооперативе применяется традиционная технология возделывания картофеля. Это связано со сравнительно небольшими размерами отрасли, а также тем, что данное производство не является отраслью специализации. Картофелеводство в СПК «Родина» занимает незначительную долю, как в растениеводстве, так и в кооперативе в целом. По производственным затратам картофель занимает 27,7% от всех затрат по растениеводству и 8,9% от хозяйства, примерно такое же соотношение наблюдается по затратам труда.

В товарном отношении роль картофелеводства менее значима, так как на его долю приходится всего лишь 2,4% денежной выручки растениеводства и 0,5% показателя СПК «Родина». Данная отрасль кооператива является прибыльной, но если по картофелеводству уровень рентабельности составил 27,5%, то по растениеводству в целом 180,7%.

За анализируемый период общий размер производственных затрат увеличился на 1239 тыс. руб. или 41,2%. По статьям затрат резкое увеличение произошло по семенам – в 3,0 раза. По ряду статей произошло уменьшение затрат, в том числе наиболее существенное по удобрениям и средствам защиты – на 118 тыс. руб. (12,9%), оплате труда – на 132 тыс. руб. (18,1%), нефтепродуктам – на 160 тыс. руб.

(38,1%). В структуре производственных затрат наибольший удельный вес приходится на семена – 47,6%.

Валовой сбор картофеля за анализируемый период увеличился на 31,4%. Следует отметить максимальную его величину в 2011 г. – 7700 ц. Это максимальный показатель последнего трехлетия, но в 2008 г. валовой сбор достигал 22275 ц. На протяжении всего анализируемого периода урожайность остается невысокой. И если в 2010 г. на это повлияли крайне неблагоприятные погодные условия, то в 2009 г. в организации наблюдались нарушения технологии выращивания картофеля.

В соответствии с ростом производственных затрат, устойчиво возрастает в последние три года производственная себестоимость 1 ц. картофеля. Общее увеличение составило 7,4%. Основная причина этого – низкая урожайность картофеля.

Несмотря на рост валового сбора, произошло резкое уменьшение объема реализованной продукции – в 18,2 раза. В результате в 2011 г. уровень товарности составил всего лишь 3,6%.

Картофелеводство являлось убыточным в 2009-2010 гг., так как коммерческая себестоимость превышала цену реализации. Следует отметить постоянный рост цены реализации, но эти темпы недостаточны для становления высокой рентабельности. Только в 2011 г. картофелеводство принесло прибыль хозяйству в размере 42 тыс. руб.

Низкая эффективность отрасли в последние три года настоятельно требует изучения причин становления такой ситуации и поиска направлений улучшения ситуации. Нами были разработаны направления интенсификации производства картофеля:

- введение посевов промежуточных сидеральных культур (люпин, горчица белая, рапс озимый, редька масличная);
- сортообновление;
- внесение органических удобрений в количестве 30-40 т/га, минеральных – $N_{60-120}P_{60-120}K_{90-140}$ с учетом планируемого урожая картофеля около 20-25 т/га;
- применение защитно-стимулирующих комплексов;
- выполнение уборочных работ в оптимальные сроки;
- активизация маркетинговой деятельности с целью поиска более выгодных каналов реализации на весь дополнительно реализуемый объем продукции.

Реализация предложенных мероприятий принесет определенный экономический эффект. Урожайность картофеля возрастет в среднем до 150 ц/га, что с площади 75 га позволит получить 11250 ц картофеля. При реализации картофеля по прогнозируемой цене 701,44 руб./ц общий размер денежной выручки составит 2,7 млн. руб. Это

будет способствовать получению 921 тыс. руб. прибыли и выходу на уровень рентабельности 52,2%.

Таким образом, как показали наши исследования, основной резерв повышения экономической эффективности картофелеводства состоит в последовательной интенсификации производства, обеспечивающей опережающий рост урожайности по сравнению с ростом производственных затрат, а, следовательно, снижение себестоимости продукции.



Голенкова К.В., Кубышкин А.В.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ ЗЕРНА В КОЛХОЗЕ «ДРУЖБА»

Для эффективного развития сельскохозяйственного производства необходимо внутри каждого предприятия постоянно выявлять резервы и рационально их использовать в своей внутрихозяйственной деятельности. Колхоз «Дружба» Погарского района является довольно крупным предприятием с имущественным комплексом в 69,3 млн. руб. Предприятие специализируется на скотоводческом направлении. Коэффициент товарного сосредоточения равный 0,646 свидетельствует о глубоком уровне специализации.

Ресурсный потенциал предприятия довольно значительный. Площадь сельскохозяйственных угодий составляет 2526 га, площадь пашни увеличилась на 95 га и к 2012 г. составила 1685 га. Негативной тенденцией является сокращение численности трудовых ресурсов с 85 человек в 2008 г. до 69 человек в 2012 г.

Зерновое производство, являясь основополагающей отраслью предприятия, нерентабельно с 2009 г.

Валовые сборы зерна в хозяйстве имеют тенденцию к уменьшению, начиная с 2009 г., но самым неудачным был 2010 г., в котором валовой сбор снизился до 11632 ц. Колхоз «Дружба» в среднем в год производит около 15 тыс. ц. зерна. К 2012 г. увеличивается объем реализации данной продукции на 4166 ц по отношению к 2011 г. и равен 6031 ц, хотя убыток от реализации составил в размере 189 тыс. руб. В результате чего падают рентабельность производства и рентабельность продаж на 8,1 и 8,5 п.п. по сравнению с 2011 г.

На основании изучения экономического и финансового состояния колхоза «Дружба» Погарского района и выявления проблем, был разработан бизнес-проект по повышению экономической эффективности отрасли на основе интенсификации производства и совершенство-

вания структуры посевных площадей. Предложено занять под озимыми 600 га посевных площадей, яровыми – 300 га, а под зернобобовыми – 50 га. В качестве зернобобовых, целесообразно выращивать люпин сорта «БСХА 385», поскольку он обладает высоким генетическим потенциалом, позволяющим получить до 70 ц зерна с гектара.

По сортовому составу зерновых культур проектировалась инновационная программа - внедрение новых сортов с новыми свойствами и высоким генетическим потенциалом 48-75 ц/га:

- пшеница – «Памяти Федина»;
- рожь – «Верасень» (с высокими хлебопекарными свойствами);
- ячмень пивоваренный – «Аннабель»;
- люпин – «БСХА 385».

Урожайность на перспективу запланирована в размере 29,2 ц/га. Однако, более полно свой генетический потенциал сорта раскрывают при внесении необходимого количества удобрений.

По проекту планировалось использование дополнительного количества удобрений (2 ц действующего вещества на 1 га в соотношении NPK 90:60:90), а также средств защиты растений (протравливание семян фундазолом – 2,5-3,0 кг/т, батрейном – 2,0 кг/т, против головни и корневых гнилей).

Дополнительные затраты на удобрения составят в расчете на 1 га 1780 руб., а в расчете на всю площадь 1691 тыс. руб. Необходимое количество минеральных удобрений потребуется в 190 т.

Дополнительные затраты на сортовые семена – 340 руб. на 1 га; на средства защиты растений – 520 руб. на 1 га.

Экономическая эффективность производства зерновых в проектном варианте предусматривается прибавку урожая в 10 ц/га, и восстановление посевной площади под зерновые до 950 га.

Увеличение урожайности на 10 ц/га потребует дополнительных затрат в 6723 руб., а общие затраты на гектар увеличатся до 14890 руб. Однако, за счет роста урожайности себестоимость 1 ц зерна снизится до 484,4 руб.

Для технической модернизации зернового производства целесообразно приобрести на условиях лизинга 2 зерноуборочных комбайна «Полесье-GS 812» (по 3,5 млн. руб. каждый) и один трактор Беларус-1523 с необходимым комплексом оборудования, всего на сумму 10,8 млн. руб., на условиях лизинга на срок в 6 лет. Общая сумма лизинга составила 12,7 млн. руб., а в расчете на гектар зерновых лизинговые платежи равняются 1840 руб. в год. Ежегодная сумма лизинговых платежей 2,1 млн. руб., а в форме компенсационных расчетов (зерном) составила 423,2 т, что от общего валового сбора всего 15,3%.

Экономическая эффективность проекта подтверждается ростом рентабельности зерна, которая составила 10,9 %, а прибыль – 955 тыс. руб. Более высокий эффект может быть получен за счет изменения структуры реализации зерна и выборе более эффективных каналов реализации.

По проекту предусматривается повышение оплаты труда за час работы до 194 руб., что повысит мотивацию труда, отразится на качестве работы.

За счет возделывания новых высокоурожайных сортов зерна валовой сбор возрастет в 2 раза, что дает возможность реализовывать предприятию на 11974 ц зерна больше. Поэтому хозяйству предлагается заключить договор на поставки сырья, на ряду с имеющимися каналами реализации, еще и с Погарским филиалом хлебокомбината.

В предлагаемом проекте разработана маркетинговая стратегия, позволяющая ускорить продвижение данной продукции на рынке. Комплекс рекламных мероприятий содержит в себе информацию о предлагаемой продукции и ее качестве. Планируется размещать рекламные материалы в районной газете «Вперед» на внутренней полосе (на 1\4 части полосы). Периодичность издания газеты 1 раз в неделю. Таким образом, в месяц предприятие будет затрачивать 988 руб. на рекламу своей продукции (за год 11856 руб.).

При реализации проекта колхоз «Дружба» получит прибыль в размере 955000 руб. Уровень рентабельности зерна возрастет на 16,5 п.п. Общая сумма затрат на выращивание зерновых в данном хозяйстве составит 4008000 руб. Срок окупаемости проведенных мероприятий равен 4,2 года.



Бельский И.А., Аленичева Е.А.

ЗНАЧЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ В ПОВЫШЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА

Качество – синтетический показатель, отражающий проявление многих факторов: от динамики и уровня развития национальной экономики до умения организовать и управлять процессом формирования качества в рамках любой хозяйственной единицы. Мировой опыт показывает, что именно в условиях открытой рыночной экономики проявляются факторы, которые делают качество условием выживания товаропроизводителей мерилом результативности их экономической деятельности, экономического благополучия страны.

Качество продукции является одним из основных факторов конкурентоспособности.

В настоящее время проблема качества является чрезвычайно актуальной, она касается абсолютно всех товаров и услуг. Особенно остро это проявляется при свободной рыночной экономике. Именно поэтому на сегодняшний день одним из важнейших показателей деятельности предприятия является качество продукции. Улучшение качества определяет выживаемость и конкурентоспособность предприятия в условиях рынка.

Технология отечественного производства, технический уровень капитального оборудования, как правило, значительно ниже, чем в индустриально развитых странах, но даже если достаточно оперативно осуществить модернизацию производства, создать новые технологии, оправдать эти затраты на инвестиции возможно будет только за счет выпуска и реализации качественной, конкурентоспособной продукции или услуги, пользующейся спросом у потребителя.

Примеры развития передовых промышленных стран показывают, что решение проблем качества должно стать национальной идеей, носить всеобщий характер, что требует массового обучения и профессиональной подготовки всех слоев общества: от рядового потребителя до руководителя любого уровня. Особенно актуальна тема исследования для сельскохозяйственных товаропроизводителей, так как от их результатов работы во многом зависит продовольственная безопасность страны.

Нами была предпринята попытка на основе изучения теоретических основ категории качества и особенностей формирования качества продукции в агропромышленном комплексе определить факторы и резервы его роста в конкретном предприятии и выявить влияние качества продукции на эффективность производства в целом.

Открытое акционерное общество «Кокино», создано в результате реорганизации федерального государственного унитарного предприятия «учебно-опытное хозяйство «Кокино».

Размеры производства в динамике за последние три года возросли. Стоимость валовой продукции за анализируемый период повысилась на 32,8% и составила 56570 тыс. руб. С ростом объемов производства произошло увеличение выручки на 47,8%.

Отрасль животноводства является основным направлением производственной деятельности предприятия. При этом в динамике четкой специализации не прослеживается. В среднем за последние три года доля молока в выручке от реализации составила 50,5%, а прироста скота – 22,6%.

Показатели экономической эффективности производства в анализируемом периоде времени возросли. Землеотдача по валовой продукции, выручке и прибыли возросла соответственно на 29,7%, 44,3% и в 6,3 раза. Производительность труда повысилась на 44 % по валовой продукции, на 61% по денежной выручке, в 7,0 раз по прибыли. Рентабельность к 2011 г. составила 14,5 %, что значительно выше предшествующего периода.

В 2011 г. животноводство принесло 724 тыс. руб. прибыли от продажи продукции, на отрасль растениеводства пришлось 2831 тыс. руб. Если анализировать прибыль от продажи по годам, то отметим ее устойчивую динамику, как в растениеводстве, так и в животноводстве.

Финансовые результаты от реализации продукции во многом определяются неконтролируемыми факторами (погодными условиями и конъюнктурой рынка).

Производство и реализация в 2011 г. главных товарных продуктов были прибыльными и рентабельными. Однако, недостаточный уровень качества товарной продукции привел к потерям выручки и прибыли от продаж в размере 1564 тыс. руб. – по молоку и 550 тыс. руб. – по зерну.

За качество продукции растениеводства на предприятии несет ответственность главный агроном. В частности получение качественной продукции обеспечивается чередованием культур в севооборотах; посадкой районированных сортов и их своевременной заменой; подбором удобрений и средств защиты и другими мероприятиями.

Контроль качества продукции животноводства осуществляется двумя специалистами: зоотехником и ветеринарным врачом. Ветеринарный врач отвечает за здоровье животных, их устойчивость к различного рода болезням и поддержание иммунитета. Зоотехник отвечает за качество продукции через разработку рационов, их сбалансированность.

Из 16554 ц молока, реализованного в 2011 г., 92,4% было продано на сторону. Качество товарного молока соответствовало высшему и 1 сорту и распределялось следующим образом: 64,4% - высший сорт и 35,6% или 5451 ц – 1 сорт.

Для повышения качества молока предлагается:

- подмывание вымени 0,5% раствором хлорамина и вытирание его специальным полотенцем либо одноразовыми салфетками;
- регулярная чистка коров специальными щетками со скребницами;
- ежедневная смена подстилки;
- сдаивание первых струек молока;
- установление жестких сроков доения коров;

- улучшение условий хранения молочной тары;
- введение санитарного дня;
- оптимизация структуры рациона.

Предлагаемые мероприятия позволят повысить качество товарного молока и прибыль от его реализации на 1242 тыс. руб. При этом рентабельность возрастет до 15,4% или на 8,3 п.п. к фактически достигнутому уровню. Прибыль может составить 2632 тыс. руб.

В качестве направлений повышения качества в растениеводстве предлагается:

- внедрить на предприятии систему биологизации производства в целях восстановления биологического потенциала почвы и снижения доз применяемых удобрений;
- использовать гуматы и кремнийсодержащие удобрения, не загрязняющие продукцию;

Совокупный эффект от повышения качества в зернопроизводстве составит 1465 тыс. руб. дополнительной прибыли от продаж. Рентабельность зерна возрастет 51,5%.

При внедрении мероприятий по повышению качества продукции выручка предприятия предположительно возрастет на 2843 тыс. руб. или на 7%. Прибыль от продажи продукции может увеличиться на 58,6% и составить 4949 тыс. руб. вместо 3121 тыс. руб., полученных в 2011 г. Рентабельность производства может возрасти на 4,58 п.п. и составить 13 %.

Следовательно, повышение качества продукции в условиях ОАО «Учхоз «Кокино» экономически целесообразно, поскольку позволяет повысить эффективность производства в целом.



Лабур В.И., Аленичева Е.А.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЗЕРНОПРОИЗВОДСТВА В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

В современных условиях надежное обеспечение населения страны продовольствием за счет отечественного производства имеет стратегическое значение, поскольку от его наличия во многом зависят не только продовольственная, но и национальная безопасность, а в конечном итоге и существование самого государства. В решении этой проблемы особая роль принадлежит зерну как социально значимому и важнейшему стратегическому продукту.

Зерновое производство Российской Федерации традиционно является основой всего продовольственного комплекса и наиболее крупной отраслью сельского хозяйства.

Зерновое хозяйство составляет основу растениеводства и всего сельскохозяйственного производства. Это определяется многосторонними связями зернового производства с определенными отраслями сельского хозяйства и промышленности.

От развития зернового производства в значительной степени зависит обеспеченность населения продуктами питания, его жизненный уровень.

По оценкам экспертов Продовольственной и сельскохозяйственной организации объединенных наций (ФАО) состояние как международной «продовольственной безопасности», так и отдельной страны определяется двумя показателями – объемом переходящих до следующего урожая запасов зерна и уровнем его производства на душу населения. Почти 40% агропромышленного производства непосредственно связано с зерновыми ресурсами. Под зерновым клином занято почти 40% пашни и свыше половины посевов сельскохозяйственных культур. Доля зерна составляет около одной трети стоимости валовой и свыше половины товарной продукции растениеводства, а также около одной трети всех кормов для животноводства. На зерновое хозяйство приходится четвертая часть стоимости основных производственных фондов и 15% численности работников, занятых в АПК, которые производят почти 10% его продукции.

Почти 40% агропромышленного производства непосредственно связано с зерновыми ресурсами. Под зерновым клином занято почти 40% пашни и свыше половины посевов сельскохозяйственных культур. Доля зерна составляет около одной трети стоимости валовой и свыше половины товарной продукции растениеводства, а также около одной трети всех кормов для животноводства. На зерновое хозяйство приходится четвертая часть стоимости основных производственных фондов и 15% численности работников, занятых в АПК, которые производят почти 10% его продукции.

Россия располагает 13% посевных площадей мира и производит 2% мирового урожая зерна. В стране нет единого регистра технологий возделывания зерновых культур, есть только агроприемы и их модификации в соответствии с региональным качеством семян, нехваткой техники, удобрений, средств защиты растений. Технологии возделывания, сбора, подработки и хранения зерна не менялись последние 30 лет. При этом даже существующие технологии не соблюдаются на 99% посевов. Более 40% собираемого зерна постоянно хранится в

неприспособленных помещениях, которые становятся резервуарами возбудителей болезней. В отличие от развитых стран, зерновое хозяйство России зависит на 70% от погоды, на 25% от материально-технических ресурсов и на 5% от человеческого фактора.

Природно-климатические условия СПК «Дружба» благоприятны для ведения сельскохозяйственного производства. Размеры производства за анализируемый период снизились, о чем свидетельствует уменьшение стоимости валовой продукции на 9,7% и денежной выручки на 5,3%. Среднегодовая численность работников сократилась на 9 человек или 22,5% в сравнении с уровнем 2009 г.

Наибольший удельный в структуре денежной выручки за 2009-2011 гг. приходился на молоко 48%. СПК «Дружба» относится к предприятиям со средним уровнем специализации производства и специализируется на производстве молока, выращивании крупного рогатого скота и зерна.

Экономическая эффективность производства в динамике снизилась, не смотря на рост окупаемости затрат, поскольку показатели отдачи производственных ресурсов сократились. Рентабельность всех видов продукции, за исключением молока, в отчетном году по сравнению с базисным снизилась.

Производство зерна является одной из ведущих отраслей производства в хозяйстве. На зерновые культуры приходится 66,3% площади посева.

Урожайность всех групп зерновых культур за анализируемый период снизилась. Наибольшие изменения произошли с урожайностью яровых зерновых культур, которая сократилась на 69,9%. Урожайность зернобобовых культур снизилась на 16,5 ц/га или на 66%. Менее всего подверглась изменению урожайность озимых зерновых культур, которая, тем не менее, упала на 30,9%.

Валовой сбор зерна снизился на 71,1%. Причиной этому послужило снижение урожайности зерновых и зернобобовых культур. Больше всего снизился валовой сбор яровых зерновых культур – на 93,6%. По озимым и зернобобовым зерновым культурам валовой сбор снизился на 78,6% и 32,4% соответственно.

Себестоимость одного центнера выросла за анализируемый период на 66,8%.

Количество реализованного зерна также имеет тенденцию к снижению, хотя товарность производства растет.

Выручка снизилась на 39,5%. Рентабельность производства уменьшилась на 34,9%, а рентабельность продаж – на 33,7%.

Снижение экономической эффективности производства и реализации зерна в хозяйстве явилось следствием падения интенсивности

производства и несоответствием материально-технической базы размерам отрасли.

Для повышения эффективности производства и реализации зерна в СПК «Дружба» предлагается следующее.

1) Обеспечить соблюдение норм высева зерна, с целью снижения разреженности и полегания посевов, что даст возможность повысить урожайность на 27,3% и снизить себестоимость зерна на 59,5 руб. или 12 %

2) Провести сортосмему, внедрив в производство сорт ржи «Альфа» и овса «Козырь», что позволит повысить урожайность ржи и овса на 3,4 ц/га 4,4 ц/га соответственно, а валовой сбор на 50,7 и в 3 раза. Себестоимость снизится на 147,6 руб. или на 37,1% по ржи и на 631,1 руб. или 62,0% - по овсу.

3) Применять под зерновые культуры микроудобрение гумат калия торфяной, которое ускоряет процесс вегетации и способствует увеличению урожайности на 14%, повышая товарные качества зерна. Урожайность ржи предположительно возрастет на 13,4%, овса – на 13,6%, зернобобовых культур – на 14,1%. Себестоимость продукции снизится на 20,0% - по ржи, 33,8% - по овсу и на 40,6% - по зернобобовым культурам.

Совокупный эффект от предлагаемых мероприятий составит 1971 ц дополнительной продукции, а производственная себестоимость зерна может снизиться на 33,6%, что говорит о целесообразности проведения интенсификации.

Для повышения эффективности реализации зерна предлагается:

1) Провести оптимизацию товарного ассортимента, что позволит увеличить рентабельность на 34,6 п.п. до 18 %. Объем товарной продукции в прогнозе увеличится на 1167 ц или на 65,3%. Выручка от реализации возрастет на 430 тыс. руб. или на 68,5% и составила 1003 тыс. руб.

2) Пересмотреть каналы реализации продукции и параллельно со сбытом зерна Климовскому хлебоприемному пункту осуществлять продажу половины товарного зерна на Новозыбковский хлебоприемный пункт, где цены на рожь 6,1 % , а на овес – на 6,7 % выше фактически сложившегося уровня.

Благодаря оптимизации распределения продукции по каналам сбыта выручка от реализации ржи может возрасти до 518 тыс. руб., а овса до 515 тыс. руб. Рентабельность ржи предположительно возрастет на 75,3 п.п., а овса на 19,2 п.п. Все это говорит об эффективности деятельности по совершенствованию сбыта зерна в СПК «Дружба».



ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОВОЩЕВОДСТВА И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Овощеводство – является одной из ведущих отраслей сельского хозяйства. Задача сельскохозяйственного производства на современном этапе развития, заключается в обеспечении населения продуктами питания, сбалансировании спроса и предложения. В последние годы, хотя производство овощей в России постоянно растет, полное самообеспечение пока не достигнуто. Фактическое потребление овощей в год на человека составляет около 75-80 кг, что почти в два раза меньше научно обоснованной нормы. В целом по России в 2011 г. было произведено 14,6 млн.т. овощей.

Овощеводство относится к одной из важных и сложных отраслей сельского хозяйства. Оно дает исключительно ценные продукты питания, спрос на которые постоянно растет. Продукция овощеводства поставляется на рынок как в свежем, так в консервированном виде. Это позволяет обеспечивать потребителей продукцией практически круглый год.

Проводимые в стране аграрные реформы последнего десятилетия отрицательно сказались на развитии сельского хозяйства, что выразилось в спаде производства, ухудшении уровня и качества питания людей. За эти годы овощеводство претерпело существенные структурные изменения: спад производства с сельскохозяйственных предприятий в 2 раза, непригодное состояние теплиц, отсутствие государственной поддержки товаропроизводителей и, как следствие, широкий завоз овощей из Турции, Польши, Голландии и других стран.

Актуальность изучения данной темы обусловлена тем, что обеспечение населения продукцией овощеводства имеет не только ярко выраженный народнохозяйственный эффект (прежде всего, в обеспечении продовольственной безопасности страны), но и социальный эффект. Без отрасли овощеводства невозможно существование народного хозяйства в целом.

Одним из лидеров по производству и переработке овощной продукции в Брянской области является СПК Агрофирма «Культура».

Хозяйство является специализированным, поскольку более 50% в выручке от продаж приходится на долю овощей защищенного грунта. Помимо овощеводства защищенного грунта к отраслям, определя-

ющим специализацию производства, относится молочное скотоводство, занимающее 11% выручки от реализации.

Кооператив имеет 4 перерабатывающих цеха, выпускающих различные наименования продукции – это цех по переработке молока, убойный, колбасный и консервный.

Показатели деятельности СПК Агрофирмы «Культура» в течение последних трех лет не отличались стабильностью. К 2011 г. произошло увеличение площади пашни на 18 %, сокращение среднегодовой численности работников – на 8,5 %. Среднегодовая стоимость основных средств возросла на 6 % и составила 497 млн. руб.

Величина выручки от реализации товаров, продукции, работ и услуг практически не изменилась.

Прослеживается тенденция к снижению объема производства основных видов продукции.

В динамике отмечено снижение стоимости валовой и товарной продукции в расчете на единицу площади и рубль основных средств производства. При этом сумма прибыли в расчете на гектар и 1 рубль основных средств возросла на 46 и 83% соответственно.

Динамика средней урожайности овощей открытого грунта в последние три года была отрицательной. Снижение урожайности сопровождалось ростом производственной себестоимости овощей. Повышение затрат в расчете на единицу площади не способствовало увеличению выхода продукции, что говорит о падении эффективности производства в овощеводстве открытого грунта.

В овощеводстве защищенного грунта наблюдались те же тенденции в изменении показателей эффективности производства. Однако, здесь рост производственной себестоимости отмечен на фоне снижения производственных затрат на единицу посевной площади. Следовательно, в овощеводстве защищенного грунта произошло снижение интенсивности производства, которое привело к падению экономической эффективности.

Для решения проблемы круглогодичного обеспечения населения овощами и повышения экономической эффективности отрасли необходимо внедрение в производство инновационных технологий, подразумевающих проведение интенсификации, а так же освоение нетрадиционных способов переработки овощной продукции.

В частности, по нашему мнению, целесообразно в овощеводстве защищенного грунта провести замену органического субстрата на минеральную вату «Гродан», провести сортообновление.

Результатом интенсификации производства должно стать снижение себестоимости производства 1кг огурца на 35,00 руб., а томата

на 27,71 руб. Общая урожайность огурца при внедрении предложенных мер возрастет на 34 кг/м², томата на 28 кг/м², при этом валовой сбор предположительно увеличится на 6120 и 1680 т соответственно.

Необходимо постоянно обновлять ассортимент возделываемых культур, особенно высокоценных видов капусты, корнеплодов, огурца корншонного типа и малораспространенных овощных культур.

Существенным резервом повышения эффективности производства в сельскохозяйственных организациях является расширение товарного ассортимента. Для этого в СПК Агрофирме «Культура». Поскольку традиционные овощные консервы отличает низкая доходность реализации, целесообразно осваивать новые виды продукции, например, производство овощных чипсов.

В связи с тем, что в последнее время множество пищевых товаров подвергаются генной модификации, а на прилавках магазинов, все больше встречаются вредные для здоровья продукты питания, людей начинает заботить безопасность употребляемой ими пищи.

Изготовление овощных чипсов по предлагаемой технологии включает использование консервантов. Сушка продуктов осуществляется под действием инфракрасного излучения, что даст возможность сохранить витамины и другие биологически активные вещества в сухом продукте на уровне 80-90% от исходного сырья. Инфракрасное сушильное оборудование позволяет получать продукт, не критичный к условиям хранения и стойкий к развитию микрофлоры.

По сравнению с традиционной сушкой (конвективная, кондуктивная сушка), овощи, обработанные инфракрасной сушкой после восстановления обладают вкусовыми качествами, максимально приближенными к свежим.

На первых этапах внедрения проекта, предполагается производство 225 кг овощных чипсов за смену. При оптимальной загрузке оборудования, годовое производство сухого продукта составит 57065 кг. Основным сырьем для переработки будут служить овощи открытого грунта. Производство будет безубыточным, при условии, если ежемесячный объем выпуска продукции составит 109 кг. Срок окупаемости инвестиционных вложений предположительно составит 0,84 года (10 мес.). Поскольку рынок овощных чипсов характеризуется высокими темпами роста и очень привлекателен для инвестиций, следовательно, возможности их сбыта будут достаточно широкими. Это позволит обеспечить рентабельность производства по самым скромным подсчетам на уровне 35%.



ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СПК «СТАРОДУБСКИЙ»

Эффективность производства, как категория, выражает качество хозяйствования, которое характеризуется соотношениями между результатами, полученными в процессе производства и затратами труда и средств, связанных с их достижением.

Проблема эффективности производства, в том числе и сельскохозяйственного, является актуальной в настоящее время, так как производственная деятельность характеризуется и оценивается достигнутой экономической эффективностью.

Стоимость имущества в течение анализируемого периода увеличивается за счет роста стоимости основных средств, при снижении стоимости оборотных средств в результате сокращения объема реализации. Стоимость основных средств обусловлена их приобретением в 2011 и 2012 гг. в том числе продуктивного скота.

Денежная выручка анализируемого предприятия снижается до 2012 г., и ее снижение составило 35,9%, что связано как со снижением объема производства и реализации продукции, при росте цен реализации. В большей мере произошло снижение выручки от реализации продукции растениеводства, при снижении выручки от реализации животноводства на 31,4%. В течение анализируемого периода площадь сельскохозяйственных угодий снизилась на 60,9% и составила всего 1048 га. Валовая продукция по себестоимости увеличивается всего на 4,6%, что обусловлено ростом цен на покупные ресурсы, причем увеличение происходит в основном за счет отрасли животноводства, при снижении отрасли растениеводства. Среднегодовая численность работников снизилась на 25,8% и составила 92 человека, что указывает на то, что предприятие в данный момент можно отнести к разряду средних предприятий. Основной причиной данной ситуации является снижение объемов производства предприятия. Собственный капитал в течение анализируемого периода увеличивается на 4,7%, а стоимость заемного капитала наоборот снижается в 1,9 раза, что указывает на снижение кредитования предприятия.

Рентабельность продукции и рентабельность продаж снижается соответственно на 16,3 и 11,6 п.п., что обусловлено снижением величины прибыли от продаж. Рентабельность имущества и рентабельность собственного капитала так же снижается в результате снижения чистой прибыли.

На основании выше сказанного можно сделать следующий вывод, что рассмотренное предприятие имеет средние размеры производства, которые к концу анализируемого периода значительно сократились.

В течение анализируемого периода наблюдается тенденция снижения показателей экономической эффективности производства и снижения величины прибыли. Так, в 2012 г. показатели экономической эффективности использования земли изменились по сравнению с предыдущими годами. Выход валовой продукции в расчете на 100 га увеличился на 167,7%, денежной выручки на 63,9%, а прибыли снизились на 25,5%. В хозяйстве при снижении численности работников и изменении объемов производства, поэтому производительность труда по всем анализируемым показателям изменяется. Это снижение по денежной выручке составило 10,7%, по валовой продукции увеличивается на 45,7%, по прибыли снижается на 59,4%.

Экономическая эффективность использования основных производственных фондов сельскохозяйственного назначения снижается, что связано с более высокими темпами роста стоимости фондов.

За анализируемый период предприятие получало прибыль, о чем свидетельствует уровень рентабельности, который в 2010 г. был равен – 27,0%, что на 16,3 п.п. ниже уровня 2012 г. Наиболее прибыльным является развитие отрасли растениеводства, у которой уровень прибыльности в 2012 г. составил – 129,8%, что на 85,5 п.п. выше уровня 2010 г. В целом анализируемое предприятие прибыльно и находится довольно в устойчивом финансовом положении.

Предприятие прибыльно в 2010-2012 гг. и уровень рентабельности изменяется. Это изменение связано с тем, что за 3 года происходит снижение прибыли от продаж и снижение чистой прибыли. В результате уровень рентабельности продукции и продаж составили в 2012 г. соответственно 10,7 и 9,7%.

Рентабельность всего капитала рассчитывался по чистой прибыли, которая снизилась за анализируемый период, а стоимость всего капитала увеличилась, то уровень рентабельности капитала снижается с 11,9 до 3,2%, что является довольно низким показателем, что является отрицательной тенденцией.

Уровень рентабельности собственного капитала также снижается, как за счет снижения величины чистой прибыли, так и за счет изменения величины собственного капитала. Рентабельность основных средств и прочих внеоборотных активов также снижается в меньшей мере за счет снижения прибыли, при увеличении величины основных средств предприятия.

Уровень рентабельности отдельных видов продукции в основном снижается. Однако уровень рентабельности зерновых наоборот повышается на 118,3 п.п., что обусловлено изменением урожайности и снижением затрат на реализацию продукции. Уровень рентабельности рапса значительный и составил в 2010 г. 54,0%, но в 2011 и 2012 гг. вообще не выращивался. Уровень рентабельности плодов так же снижается и из прибыльного вида продукции стал убыточным и уровень убыточности в 2012 г. составил 34,1%.

Уровень рентабельности отдельных видов продукции животноводства изменяется, так реализация крупного рогатого скота на мясо приносит убыток, и убыточность реализация крупного рогатого скота на мясо увеличивается на 31,7 п.п., что отрицательно характеризует динамику развития данной отрасли. Уровень рентабельности молока так же снижается и составил в 2012 г. 21,9 п.п.



Згуро М.В., Кубышкин А.В.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОРМОПРОИЗВОДСТВА В МОЛОЧНОМ СКОТОВОДСТВЕ КОЛХОЗА «ДРУЖБА» ПОГАРСКОГО РАЙОНА

В комплексе мер по увеличению производства продукции животноводства решающая роль принадлежит созданию прочной и устойчивой кормовой базы. Кормопроизводство – важнейшая отрасль хозяйствования необходимая для эффективного функционирования отрасли молочного скотоводства и для производства высокорентабельного молока.

Состояние животноводческой отрасли и уровень производства молока на 65-70% определяется достаточностью и полноценностью кормовой базы. Однако сформировавшаяся и действующая в настоящий момент система кормопроизводства в этой отрасли практически не отвечает новым условиям и современным требованиям животноводства по обеспечению скота недорогими, но качественными кормами собственного производства

Существующая сегодня система кормопроизводства является несовершенной. Анализ состояния кормопроизводства Брянской области показывает, что пока еще медленно стабилизируется заготовка кормов при одновременном невысоком их качестве. Одна из главных причин такого положения – низкая продуктивность кормовых угодий,

что связано, в первую очередь, с резким уменьшением вносимых удобрений, упрощением технологии возделывания и медленным внедрением современных способов заготовки кормов.

Отрасль кормопроизводства колхоза «Дружба является основой функционирования молочного скотоводства хозяйства. Таким образом, колхоз «Дружба» полностью обеспечивает молочное скотоводство кормами, так расход на 1 гол. составляет 43,13 ц к.ед. в год, когда норма с валовым надоем животных до 3000 кг – 30 ц к.ед. Однако данный существенный перерасход в 0,5 ц к.ед. на 1ц молока свидетельствует о низкой питательности и не сбалансированности кормовой базы молочного скотоводства. Снижение питательности кормов происходит в результате снижения содержания в них белка, переваримого протеина, сухих веществ, витаминов и др., что также напрямую связано с несбалансированностью рационов кормления. Так основу рациона составляют зеленые и сочные корма – более 36 и 38% соответственно. Для получения питательной зеленой массы, готовки силоса и сенажа необходимо вносить удобрения под используемые угодья, придерживаться технологий заготовки и закладки, использовать инновационные подходы в целом к отрасли кормопроизводства для повышения эффективности молочного скотоводства.

Для повышения эффективности молочного скотоводства разработан бизнес-план по производству рапсового масла и использование рапсового жмыха в качестве высокобелковой кормовой добавки. Таким образом, предложенный бизнес-план позволит колхозу «Дружба» стабильно развиваться независимо от нестабильных цен в зернопроизводстве и растущих затрат в молочном скотоводстве. Производить 120 т рапсового масла, а полученную побочную продукцию рапсовый жмых в размере 2100 ц, использовать как высокобелковую кормовую подкормку в молочном скотоводстве. Таким образом, на сегодняшний день жесткой конкуренции со стороны появившихся крупных холдингов в Брянской области, предложенные мероприятия позволят производить абсолютно новый, востребованный конкурентоспособный вид продукции – рапсовое масло, тем самым существенно повысив благосостояние хозяйства. А также полученный рапсовый жмых увеличит питательность рациона молочных животных, сбалансировав его по белку, в результате чего повысит продуктивность молочного стада на 9% и вследствие чего предприятие дополнительно получит 2 млн. 100 тыс. руб.

Для оптимизации отрасли кормопроизводства в молочном скотоводстве колхоза «Дружба» и ввода новой высокобелковой кормовой добавки по предложенному бизнес-плану была разработана оптимальная модель кормопроизводства с помощью экономико-

математического моделирования. Создание модели исключило такое явление как перерасход кормов в хозяйстве и определило их рациональное соотношение, в результате чего существенно снизились затраты на корма в размере 23%. Предложенные мероприятия в кормопроизводстве позволят повысить эффективность молочного скотоводства, повысив продуктивность животных и снизив наиболее затратную статью в себестоимости молока.



Семиохина О.В., Коростелева О.Н.

ФОРМИРОВАНИЕ ДОХОДОВ РАБОТНИКОВ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В СПК «КОМАРИЧСКИЙ» КОМАРИЧСКОГО РАЙОНА

Доходы работников сельхозпредприятий формируется за счет различных источников. Состав и структура зависит от годовых результатов работы предприятия, в котором работает работник; категорий работников различных сфер деятельности; личного подсобного хозяйства; трудовой активности и предприимчивости.

Среди причин неравномерности распределения доходов выделяют: различия в способностях, образовании и квалификации, трудолюбие и мотивацию, профессиональную инициативность, владение собственностью и положение на рынке. По мере экономической стабилизации доход работника должен увеличиваться за счет средств, начисленных ему в качестве оплаты труда, а также за счет доли прибыли, поступающей в личное потребление в виде денежных выплат, трудовых и социальных льгот, поступлений по собственности.

В состав кооператива входят члены и Ассоциированные члены, члены являются работниками кооператива, внося паевой взнос в паевой фонд кооператива. Кооператив является добровольным объединением граждан на основе членства для совместной производственной и иной не запрещенной законом хозяйственной деятельности, основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами имущественных паевых взносов.

За анализируемый период землепользование СПК «Комаричский» значительно изменилось, так оно увеличилось на 85,3%, что обусловлено присоединением части земель соседнего предприятия.

По размеру сельхозугодий и пашни предприятие относится к числу средних предприятий отрасли. Численность работников пред-

приятая сократилась на 53,8%, в том числе на 51,8% сократилось число работников, занятых в сельском хозяйстве. Это обусловлено старением населения и миграцией в города, а так же перехода части работников на работу в другое предприятие.

Как отрицательный фактор можно отметить снижение валового производства продукции на 53,3%. Но при снижении затрат наблюдается тенденция снижения денежной выручки. Денежной выручки от продукции растениеводства, так же имеет тенденцию снижения. Так в 2012 г. она снизилась по сравнению с 2010 г. в 8 раз. Это снижение связано в основном с тем, что в ведении предприятия из отрасли растениеводства остались только зерновые, хотя другие земли не были выведены из ведения предприятия. Из-за приобретения основных средств происходит увеличение их стоимости на 7,0%. В 2011 г. предприятие приобрело 2 трактора, на котором смонтированы машины.

Трудовые ресурсы представляют собой важный фактор, рациональное использование которого обеспечивает повышения уровня производства с/х продукции и его экономической эффективности.

За анализируемый период в СПК «Комаричский» наблюдается тенденция уменьшения численности работников. Наибольшее сокращение численности работников предприятия наблюдается в 2011 г., по сравнению с 2010 г. она сократилась на 37,6% или 44 человека. Количество сезонных и временных рабочих уменьшается на 4 человека, что составило 18,2%. Удельный вес сезонных и временных работников увеличивается на 14,5 п.п.

Причиной такому резкому сокращению численности работников на предприятии является то, что большое количество работников преклонного возраста и с достижением пенсионного возраста уходят на пенсию. А новые кадры не приходят из-за маленькой заработной платы и непрестижности работы.

Структура рабочей силы практически не изменилась. Наибольший процент в ней занимает работники, занятые в сельхозпроизводстве, а именно трактористы-машинисты – 14,8% и служащие – 13,0%.

Оплата труда работников, занятых на сельскохозяйственных работах производится в зависимости от условий производства по сдельной и повременной оплате труда, исходя из установленных норм и расценок. При сдельной оплате труда основным элементом является сдельная расценка, которая определяется на каждый вид сельскохозяйственных работ, исходя из тарифной ставки, нормы выработки и нормы времени. Для расчета сдельной расценки учитываются дополнительные оплаты – за качество работ, сроки и другие. Премирование всех категорий работников проводятся как по периодам работ (сев,

уборка), так и по отдельным видам. Оплата труда административно-управленческого персонала, специалистов и служащих проводится согласно штатного расписания, исходя из сложившейся за данный месяц среднемесячной заработной платы всех категорий рабочих СПК «Комаричский». Оклад каждой категории специалистов и служащих устанавливается к среднемесячной заработной плате рабочего через соответствующие коэффициенты.

Среднемесячная заработная плата по хозяйству на 1 работника в 2012 г. составила 4151 руб., что на 20,4% меньше чем в 2010 г. Среднегодовая заработная плата постоянных работников, превысила среднегодовую по хозяйству на 24,7% и составила 5175 руб.

Самую значительную долю среднегодового дохода от участия в производственной деятельности предприятия получают руководители. Их зарплаток на 60,2% выше заработка постоянных рабочих. Низко оплачивается труд работников торговли и общественного питания. Оплата труда трактористов-машинистов в 2012 г. на 90,7% выше, чем в 2010 г. В целом заработная плата работников гораздо ниже, чем в среднем по отрасли и, конечно же, не может стимулировать труд работников.

С одной стороны дифференциация в оплате труда стимулирует работников увеличивать производительность труда, квалификацию, но с другой стороны, это различие снижает заинтересованность в труде низкооплачиваемой категории работников. Основную поддержку своим работникам должна оказывать предприятие, путем предоставления им комплекса трудовых и социальных льгот. Однако, в связи с отсутствием финансовой возможности у предприятия, их доля резко снижается.

Для более полного изучения доходов работника СПК «Комаричский» была разработана специальная анкета. По ней было опрошено 48,1% работников предприятия с охватом руководителей (5), служащих (2), трактористов-машинистов (6), работников сезонных и временных (8), работников растениеводства (5). Проведенный анкетный опрос работников СПК «Комаричский» позволяет решить ряд задач:

- 1) выявить различие в уровне доходов различных категорий работников;
- 2) сопоставить доходы работников от личного подсобного хозяйства и от участия в производственной деятельности предприятия;
- 3) выявить удельный вес натуральной оплаты труда и арендных платежей в совокупном годовом доходе работников предприятия.

Необходимость выживания хозяйств в период освоения рыночных отношений подтолкнуло их к существенным изменениям в

организации материального стимулирования работников. В условиях острого недостатка денежных средств расширяется практика применения натуральной формы оплаты труда. До начала аграрной реформы натуральная оплата осуществлялась не в замен денежной, а в виде дополнительного стимулирования. Как правило, натуральная продукция выдавалась по нормативу в расчете на 1 рубль полученного заработка.

Трудовые коллективы самостоятельно решают вопрос как распорядиться произведенной сельскохозяйственной продукцией, в том числе, идущей на натуральную оплату труда. Развитие личных подсобных хозяйств на селе в настоящее время идет быстрыми темпами. Диспаритет цен на промышленную и сельхоз продукцию оказывает непосредственное влияние на уровень реальных доходов работников сельскохозяйственных предприятий, непосредственно занятых в производственной сфере. Это побуждает работников заниматься личным подворьем и извлекать из этого определенную выгоду.

В условиях низкого уровня оплаты труда, инфляции личное подсобное хозяйство играет роль дополнительного источника доходов для работников и его семьи, а также обеспечивает высококачественными продуктами питания.

Анализ данных анкетного опроса показывает, что самый высокий общий доход в хозяйстве имеют руководители и трактористы-машинисты, а самый низкий – у работников сезонных и временных. Общая часть выплат из общей суммы доходов в СПК «Комаричский» формируется за счет выплат хозяйства.

Вышеприведенные данные показывают, что выплаты, полученные в хозяйстве, выдаются как в денежной, так и натуральной форме. Основную часть заработной платы работники получают в денежной форме. В натуральном выражении выплаты выдаются в большинстве случаев анкетного опроса работникам сезонным и временным.

Основная часть доходов работников СПК «Комаричский» от личного подсобного хозяйства формируется от реализации продукции животноводства и лишь незначительная от растениеводства. Так у руководителей хозяйства доход от продукции животноводства составляет 100%. Наибольший удельный вес в структуре доходов от продукции растениеводства приходится на работников данной отрасли 52,6%.



ПРИБЫЛЬ – ГЛАВНЫЙ ИСТОЧНИК МОДЕРНИЗАЦИИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОТРАСЛЕЙ И УЛУЧШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

Прибыль, как показатель эффективности сельхозорганизации, выполняет многие функции. Является источником воспроизводства средств производства. В условиях рынка, чтобы быть конкурентоспособным, необходимо их постоянно обновлять на инновационной основе. В результате у предприятий создаются предпосылки для роста урожайности сельскохозяйственных культур, продуктивности животных и снижения себестоимости продукции. Прибыль является источником роста дополнительной заработной платы, усиления мотивации труда. Кроме того, внедрение за счет прибыли прогрессивных технологий ведет к повышению производительности труда, что является основой роста общего уровня заработной платы. Без прибыли невозможно улучшать плодородие почвы, являющееся условием повышения продуктивности полей, сбережения ограниченных и дорогих ресурсов. Используя прибыль, хозяйства укрепляют социальную сферу, что ведет к улучшению качества жизни населения.

Необходимость увеличения прибыли сельхозпредприятий диктуется и с позиций макроэкономического развития. Рост прибыли создает основу для расширения инвестиционного и потребительского спроса, что порождает развитие многих отраслей, производящих инвестиционные и потребительские товары. Кроме того, с ростом прибыли связана покупка нового оборудования, реконструкция производственных помещений, повышение доходов работников и специалистов. В результате расширяется налоговая база. Предприятия, работники и специалисты больше вносят прямых и косвенных налогов, создаются условия для роста бюджетных расходов, национальной экономики и благосостояния.

В настоящее время, несмотря на возрастающее значение прибыли, основная ее доля присваивается монополиями. Крупные предприятия–монополисты, поставляющие селу машины, топливо, минеральные удобрения и многие виды других материалов завышают цены, что является главной причиной увеличения издержек на производство сельскохозяйственного сырья и сокращения прибыли. В свою очередь, предприятия, перерабатывающие сельскохозяйственное сырье и занимающие монопольное положение занижают закупочные цены. У сельскохозяйственных предприятий сокращается денежная выручка и прибыль.

Чтобы преодолеть двойной ценовой гнет, осуществляемый монополиями отдельные сельхозорганизации осуществляют первичную переработку молока, и часть его продают непосредственно населению. Мы рекомендуем проводить охлаждение молока (в США и странах Евросоюза неохлажденное молоко ни одна корпорация не купит у фермера) и реализовать его заводу и населению.

Эффективность 1 л охлажденного молока, реализуемого заводу-монополисту и населению СПК «Красный Рог» Почепского района в 2013 г.

Покупатели	Себестоимость 1 л молока, руб.	Цена реализации 1 л молока, руб.	Прибыль от реализации 1 л молока, руб.	Прибыль на корову, руб.	Уровень рентабельности, %
Завод-монополист	9,60	13,00	3,40	11560	35,4
Население	9,60	18,00	8,40	28560	87,5

По разработанному нами проекту при наличии 710 голов молочного стада, среднем надое на 1 корову в 4000 кг и товарности молока, составляющем 85%, населению г. Почеп в год будет реализовано 442800 кг натурального молока (20% от общего объема товарного молока). Население с каждого килограмма купленного молока у СПК «Красный Рог» получит выгоду в размере 12 руб., так как предприниматель, закупив молоко у завода-монополиста, продает его населению по цене 30 руб. за 1 литр. Общая экономия денежных доходов населения составит 5313 тыс. руб. Хозяйство от реализации молока населению получит 7970 тыс. руб. прибыли.

Значительно возросшая прибыль от реализации натурального молока населению позволит хозяйству воспроизводить развитие отрасли на инновационной основе и существенно повысить заработную плату работникам и специалистам. Но в области реализации хозяйствами молока непосредственно населению составляет не более 10% от общего объема товарного молока. Чтобы сформировать в регионе рынок натурального молока, необходимы многие экономические, технологические, зооветеринарные и социальные условия: наличие в хозяйствах достаточно большого по численности молочного стада, высокую долю породистых животных, продуктивность коров не менее 3500-4000кг в год, обеспеченность кормов и их сбалансированность по протеину и питательным веществам, качественное зооветобслужива-

ние, наличие квалифицированных работников, устойчивый спрос населения на молоко, кооперация небольших сельхозорганизаций, крестьянских (фермерских хозяйств) и хозяйств населения в первичной переработке молока и сбыте продукции, а также своевременная и действенная господдержка.



Шкуратова С.А., Коростелева О.Н.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУП МТС «КРАСНОГОРСКАЯ»

Определение экономической эффективности производства базируется на использовании системы показателей. Показатели экономической эффективности подразделяют на частные и обобщающие. В условиях рыночной экономики эффективность сельского хозяйства в значительной степени зависит не только от производства, но и от распределения, обмена и потребления.

Имущество предприятия принадлежит ему на праве хозяйственного ведения, является неделимым и не может быть распределено по долям, в том числе между работниками муниципального предприятия.

В динамике за три анализируемых года происходит увеличение денежной выручки предприятия, причем наибольшее увеличение произошло в 2012 г. Рост денежной выручки происходит в результате увеличения объема реализации продукции, хотя с каждым годом появляется все больше конкурентов и предприятию все труднее выдерживать конкуренцию. Цена же реализации так же увеличивается, что обусловлено общей тенденцией роста цен в результате денежной инфляции. В целом в 2012 г. по сравнению с 2010 г. величина денежной выручки увеличилась на 13,1%.

Предприятие убыточно в течение всего анализируемого периода и величина убытка снижается, и составила в 2012 г. 106 тыс. руб.

В течение анализируемого периода общая величина имущества предприятия снижается значительно - на 12,0%. Это снижение связано со снижением стоимости основных средств на 26,9%, в то время стоимость оборотных средств увеличивается на 5,0%. Снижение стоимости основных средств связано со старением и выбытием техники и оборудования.

Численность работников снижается до 48, на это повлияло со-

кращение деятельности предприятия. К тому же среднемесячная заработная плата в 2012 году работников увеличивается по сравнению с 2010 годом всего на 6,4 %, и составила 6194 руб., что является низким уровнем для Брянской области и не может служить мотивацией труда. В результате увеличения объема производства при снижении численности работников происходит увеличение производительности труда.

Фондоотдача за анализируемый период так же увеличивается на 54,7% и это увеличение обусловлено в большей мере снижением стоимости основных фондов, при увеличении денежной выручки.

Оборачиваемость оборотных активов увеличивается, что обусловлено ростом денежной выручки, при увеличении величины оборотных средств, в результате коэффициент оборачиваемости составил в 2012 г. 0,79, а период обращения снижается на 31 день. Все же деловая активность предприятия довольно низкая, так как оборотные средства не возвращают свою стоимость даже за 1 год.

В целом по организации предприятие прибыльно только в 2010 г. и уровень рентабельности составил 12,7%, но в 2011 и 2012 гг. предприятие убыточно и величина убытка составляет соответственно 2395 и 1245 тыс. руб.

По абсолютной сумме прибыли не всегда можно судить об уровне доходности предприятия, так как на ее размер влияет не только качество работы, но и масштабы деятельности. Поэтому для характеристики эффективности работы предприятия наряду с абсолютной суммой прибыли используют относительный показатель - уровень рентабельности.

Создавшееся положение требует, прежде всего, проведения углубленного анализа рентабельность активов и выявления влияния факторов на ее изменение.

Уровень рентабельности (убыточности) отдельных видов продукции существенно изменяется. Уровень рентабельности (убыточности) зерновых снижается на 24,7 п.п., а прочая продукция растениеводства наоборот прибыльна и рентабельна. В целом животноводство убыточно и уровень убыточности снижается и составил 20,3%.

Уровень рентабельности отдельных видов продукции животноводства изменяется, так реализация крупного рогатого скота на мясо приносит убыток, и убыточность реализация крупного рогатого скота на мясо снижается на 14,7 п.п., что положительно характеризует динамику развития данной отрасли. Уровень убыточности молока наоборот увеличивается и составил в 2012 г. 46,6%.

Всю прибыль предприятие получает от предоставления услуг сельскохозяйственным предприятиям. Такие виды продукции, как мя-

со крупного рогатого скота, прочей продукции животноводства и зерновые дают предприятию убыток.

К 2012 г. величина убытка увеличивается и в большей мере за счет значительного увеличения от реализации молока. Одновременно с этим происходит снижения убытка от реализации зерновых и прочей продукции животноводства.

В целом убыток предприятия увеличивается, что отрицательно характеризует деятельность предприятия.

Для повышения уровня загруженности мощностей предприятия необходимо проводить обдуманную политику по расширению клиентов предприятия по оказанию услуг в сельскохозяйственной деятельности. А для этого необходимо в структуре управления общества создать маркетинговую службу. Количество занятых в данном отделе составит 1 человек.

В частотности предлагается организация предоставления мелких услуг населению по обработке садово-огородных участков. Это будет способствовать увеличению от реализации работ и услуг на 20-30%.

Предлагается зерновые не реализовывать в таком объеме, а часть скармливать крупному рогатому скоту на выращивании и откорме и основному стаду коров для повышения среднесуточного привеса и надоя молока.

В результате предложенных мероприятий экономическая эффективность деятельности предприятия повысится, так эффективность использования земли по выручке от реализации увеличится на 18,7%, а поскольку предприятием будет получена прибыль от основной деятельности, то на 1 га сельскохозяйственных угодий будет получено 10 руб. прибыли. Хотя данный показатель и невысок, все же он положительный.

Фондоотдача так же увеличивается на 18,8%% по выручке от реализации, а так же по прибыли. Что указывает на повышение загруженности имеющейся техники.

Производительность труда увеличивается на 18,8% по выручке и по прибыли, что способствует росту эффективности использования трудовых ресурсов.

Уровень рентабельности продукции увеличится на 8,4 п.п., что обусловлено более высоким темпом прибыли от продаж по сравнению с ростом затрат.



ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПТИЦЕВОДСТВА НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИЙ В ЗАО «ПОБЕДА-АГРО»

В настоящее время развитие российского сельского хозяйства немислимо без широкомасштабного распространения инноваций. Страна, имеющая значительные запасы земель, пригодных для земледелия, обязана решить проблему своей продовольственной безопасности. Более того, Россия оказалась одним из наиболее значимых в мире обладателей резервов дальнейшего роста производства сельскохозяйственной продукции и продовольствия, даже с учетом не очень благоприятных климатических условий.

ЗАО «Победа-Агро» – это организация, предметом деятельности которой является производство птицеводческой продукции, а именно мяса птицы. Производственная деятельность предприятия направлена на удовлетворение потребностей населения в выпускаемой социально-значимой продукции.

Для предприятия характерна очень высокая степень специализации. Основным производственным направлением является бройлерное птицеводство. Что касается яичного производства, то значение данной отрасли с каждым годом снижается.

ЗАО «Победа-Агро» имеет стабильные объемы производства с динамикой к росту. Так, в 2012 г. по сравнению с 2008 г. выпуск продукции вырос на 23%. Предприятие является достаточно крупным, что дает ему ряд преимуществ, проявляющихся в наличии больших возможностей для применения современной техники и технологии. Инновационная деятельность предприятия сводится к внедрению научно-технических новинок в производство.

В ЗАО «Победа-Агро» на протяжении всего анализируемого периода наблюдалась нестабильная тенденция в ликвидности и финансовой независимости организации. На начало 2012 года заемные средства не превышали стоимость собственных источников, что оценивается положительно. Но до 2011 г. значение данного коэффициента было отрицательным. В общем, коэффициенты свидетельствуют об усилении финансовой зависимости предприятия от внешних кредиторов.

Главным ресурсом любого предприятия является персонал. В ЗАО «Победа-Агро» проводится существенная работа обеспеченности и эффективному использованию трудовых ресурсов. На предприятии удалось сохранить численность работников на необходимом уровне (730 человек). В динамике производительности труда работников

наблюдалась положительная тенденция. При этом темпы роста производительности труда выше темпов роста средней заработной платы. Таким образом, предприятие получает относительную экономию фонда заработной платы, снижающую себестоимость продукции.

В динамике затрат на производство 1 ц мяса птицы за анализируемый период наблюдались следующие изменения: затраты на корма, занимающие наибольший удельный вес в структуре, снизились на 6,5%, затраты на оплату труда возросли 19,5 руб. Затраты на электроснабжение имели положительную тенденцию до 2011 г., однако в 2012 г. стали ниже базового показателя на 20%. Затраты на нефтепродукты, содержание основных средств варьировали на протяжении 5 лет, но в целом по сравнению с 2008 г. снизились на 25,6 и 45,5% соответственно.

В связи с более невысокими темпами роста затрат на производство продукции по сравнению с темпами роста объемов производства продукции, затраты на 1 рубль выпущенной продукции снизились, что является положительным моментом в деятельности организации.

Затраты на производство продукции оказывают непосредственное влияние на конечный финансовый результат – прибыль. Поэтому данные показатели необходимо анализировать во взаимосвязи.

По итогам хозяйственной деятельности ЗАО «Победа-Агро» на протяжении всего анализируемого периода была получена прибыль. Однако показатели рентабельности хозяйственной деятельности за 2010-2012 гг. варьировали. Рентабельность продукции в 2012 г. возросла по отношению к 2008 г. на 36,1%, а рентабельность продаж соответственно на 27,1%. Увеличение рентабельности связано с положительной тенденцией прибыли.

Исходя из проведенного анализа по системе Альтмана, нами сделан следующий вывод: в современных условиях хозяйствования ЗАО «Победа-Агро» в 2012 г. находится в устойчивом финансовом положении и вероятность банкротства данной организации очень низкая.

В заключение рассмотрим основные направления роста экономической эффективности и рассчитаем экономический эффект от внедрения. Чтобы получить больше прибыли, организация должна добиваться не только максимального объема производства и реализации продукции, товаров и производить их с наименьшими затратами, но и расширять свой ассортимент. Перед мясоперерабатывающими предприятиями встает задача увеличения объемов производства продукции из мяса птицы и создания новых продуктов – как традиционных, так и инновационных.

Стратегическое направление сегодняшнего дня – повышение конкурентоспособности отрасли за счет освоения инновационных раз-

работок в сфере глубокой переработки мяса птицы и яиц и получения функциональных пищевых продуктов широкого спектра действия. Эта переработка существенно повышает ассортимент продукции и рентабельность производства.

В нашем проекте, основным направлением предлагаемых мероприятий является организация переработки продукции птицеводства, а именно производство инновационного продукта – нагетсов (куриного филе в панировке), которые пользуются в настоящее время огромной популярностью среди взрослых и детей.

В ЗАО «Победа-Агро» планируется строительство линии по производству нагетсов компании NORMIT Slovakia. Данная линия предусматривает производство данного вида товара в разных панировках: муке, сухарях и т.д., что может послужить основанием быстрого реагирования на изменяющиеся потребности рынка.

Основные экономические показатели производства нагетсов

Показатели	Значение
Объем продаж за год, кг	32400
Себестоимость производственная, руб. за 1 кг	92,69
Коммерческая себестоимость, руб. за 1 кг	95,35
Цена реализации, 1 кг руб.	160,80
Денежная выручка, руб.	5209920
Прибыль, руб.	2120580
Уровень рентабельности, %	68,6

В результате реализации проекта необходимый объем первоначальных инвестиций составит – 1184400 руб. Среднегодовой объем продаж 32400 кг. Предприятие получит прибыль в размере 2120580 руб., при этом уровень рентабельности производства составит в среднем 68,6%. Реализация проекта позволит создать 2 рабочих места, будет получен чистый доход в размере 4815,79 тыс. руб. Срок окупаемости: простой – 0,74 года.

Таким образом, рост экономической эффективности в конечном итоге позволит не только расширить рабочие места, значительно увеличить прибыль предприятия и уровень рентабельности, а также расширить свой ассортимент и выйти на новый сегмент рынка.



ИННОВАЦИОННЫЙ ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Проблема повышения эффективности деятельности предприятий сегодня становится весьма актуальной. При этом общеизвестно, что инновационная деятельность способна обеспечить быстрый выход предприятий из кризисного состояния. В этой связи перспективным направлением развития становится производство масличного льна в условиях Брянской области, которая издавна входит в группу льносеющих регионов России.

В современных условиях хозяйствования инновационная деятельность, направленная на широкомасштабное внедрение в АПК достижений науки и техники, является решающим фактором модернизации и повышения эффективности аграрного производства.

Специализацией СХ МУП «Клетня-МТС» является молочно-мясное скотоводство с низким уровнем производства зерна и оказания пакета сельскохозяйственных услуг. Предприятие попадает в класс «проблемных» по причине низкой рентабельности производства, поэтому для развития предприятия и получения прибыли необходимо новое, инновационное, выгодное направление деятельности, реализация которого требует дополнительных вложений.

Отрасль возделывания и переработки семян льна на растительное масло и получение вторичных продуктов (жмых, льнотреста) является перспективной и новаторской, так как на сегодняшний день значительно возрос интерес к использованию льняного масла в промышленных, пищевых, фармацевтических и иных целях.

На данный момент в Брянской области возделывают лишь лен-долгунец, ориентированный на текстильную промышленность, но в будущем предприятия, уже имеющие опыт и технологию возделывания льна-долгунца (ОАО «Рогнединский лен», ООО «Брянский лен») могут стать потенциально возможными конкурентами. Но пока данный сегмент рынка, ориентированный на производство льняного масла еще не освоен. Поэтому отсутствие конкурентов в этой отрасли на Брянщине, также возрастающий спрос на продукцию переработки льна как на мировом, так и региональном рынках является основным побудительным мотивом производства льняного масла и сопутствующего продукта – жмыха.

СХ МУП «Клетня-МТС» планирует самостоятельно возделы-

вать масличный лен (сырье для производства льняного масла), так как технология его выращивания не требует специального комплекса сельскохозяйственных машин.

Наименее затратным средством повышения качества продукции в современных условиях является правильный выбор сорта культуры. Подходящими сортами для Брянской области являются «Исток» и сорт «ВНИИМК 620». Закупка семенного материала будет происходить в ООО «АгроЗемИнвест» (г. Орел) и в семеноводческом центре ООО «Полевые культуры» (г. Смоленск). Была разработана технологическая карта, которая позволяет судить о затратах на возделывание льна.

Таблица 1

Расчет затрат на 1 га возделывания льна масличного и определение себестоимость 1 ц семян

Статьи затрат	Сумма затрат, тыс. руб.
Оплата труда отчислениям на социальные нужды	132,9
Семена и посадочный материал	280,0
Удобрения: - минеральные	81,8
- органические	240,0
Химические средства защиты растений	78,0
Электроэнергия	9,4
Содержание основных средств: - нефтепродукты	337,5
- амортизация ОС	111,1
- ремонт и ТО	22,2
Затраты на автотранспорт	15,8
Прочие прямые затраты	130,9
Затраты по организации производства и управлению	216,0
Всего затрат	1655,6
Затраты на полноценное зерно	1589,4
Плановая площадь, га	100
Урожайность, ц/га	15,0
Валовой сбор, ц (за минусом побочной продукции)	1263
Затраты на 1 га, руб.	16556,43
Себестоимость 1 ц полноценного зерна льна, руб.	1258,45

Самостоятельное возделывание масличного льна является выгодным для СХ МУП «Клетня-МТС» нежели покупка семян на стороне, так как себестоимость 1 кг льносемян составляет 12,58 руб., что является достаточно низким показателем.

Для переработки семян льна и получения льняного масла предприятию необходимо приобрести специальное оборудование - маслопресс УПМ-1, который благодаря своей высокой производительности (до 200 кг/час) позволяет за один рабочий день переработать 16 ц льносемян. Данную установку планируется приобрести по цене 200 тыс. руб., поставщиком которой является завод технического оборудования ОАО «Луч» в г. Белгород.

В результате переработки 1263 ц семян будет получено 568,4 ц масла, которое будет реализовано на перерабатывающие предприятия (ООО «Аромавита», ООО «Оливеста», ООО «Лен»), находящиеся за пределами Брянской области и ориентированные на розлив и фасовку, производство льняного масла на олифу, на пищевые цели, по цене 81,99 руб. за 1 кг.

Расчитанный порог рентабельности (608 тыс. руб.) и точка безубыточности (73 ц) свидетельствуют о достаточно высоком уровне рентабельности предприятия, при внедрении проекта. Но в процессе реализации данного проекта СХ МУП «Клетня-МТС» может столкнуться с некоторыми видами рисков. В основном они могут быть вызваны неблагоприятными погодными условиями, недополучением урожая льна, потерей каналов сбыта льняного масла.

Итак, в целом для реализации проекта предприятию потребуется 2071,1 тыс. руб., на покрытие всех текущих затрат. Вложив средства в проект, «Клетня-МТС» в этом же году получит дополнительную выручку, которая покроет возникшие затраты.

На данный момент времени готовится федеральная целевая программа «Развитие льняного комплекса в России на период до 2020 года». Также почти миллиард рублей поступил из федерального бюджета в Брянскую область для финансирования сельскохозяйственных программ: «Развитие переработки картофеля», «Развитие производства молока», «Развитие льняного комплекса» и т.д. Поэтому СХ МУП «Клетня-МТС» может рассчитывать на финансирование из регионального бюджета Брянской области по программе «Развитие льняного комплекса».

При внедрении проекта по производству и первичной переработке льняного масла СХ МУП «Клетня-МТС» сможет получать прибыль не только от реализации основной продукции (льняного масла), но и побочной – льносоломки (треста), которая остается в процессе возделывания масличного льна. Каналом реализации тресты может стать ООО «Брянская бумажная фабрика», расположенная в пгт. Белые Берега. Также дополнительный доход будет получен от реализации молока, объемы которого увеличатся за счет совершенствования системы

кормопроизводства молочного стада, а именно – введения в рацион кормления животных льняного жмыха (побочная продукция переработки льна), что приведет к увеличению продуктивности коров на 5%.

Таблица 2

План доходов СХ МУП «Клетня-МТС»

Показатели	Производимая продукция		
	Льняное масло	Жмых	Соломка
Прибыль от реализации (использования), тыс. руб.	2589,2	145,0	6,6
Затраты на производство, тыс. руб.	2071,0	60,0	66,2
Уровень рентабельности, %	125,0	11,1	10,0
Уровень продаж, %	55,6	10,0	9,1

Общая прибыль от внедрения проекта составит 2740,8 тыс. руб., что позволит поднять на более высокий качественный уровень производственно-хозяйственную деятельность предприятия. То есть, проект по производству льняного масла является эффективным и окупится почти через 3 месяца.



Карпов А.Н., Васькин В.Ф.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МУП «КРАСНОГОРСКАЯ МТС»

Аграрное производство в значительной мере формирует уровень развития экономики и качество жизни населения. Поэтому изучение направлений по обеспечению экономически устойчивого развития сельскохозяйственных предприятий, является актуальным. Несмотря на глубину и масштабность исследования обозначенной проблемы, остаются недостаточно разработанными вопросы, связанные с повышением эффективности аграрного сектора.

Таким образом, изучения сельскохозяйственного предприятия, направленное на поиск путей более эффективного его функционирования, становится все более актуальным, а сама эта проблема приобретает народнохозяйственную значимость.

МТС «Красногорская» является крупным сельскохозяйственным предприятием района. Основные показатели МТС превышает среднерайонные на 15-25%. В динамике наблюдается разнонаправленное изменение. Так, увеличивается стоимость валовой продукции, денежная выручка, а численность персонала, стоимость основных средств – сокращается.

В структуре денежной выручки наибольшая доля приходится на услуги. По показателям за 2010-2012 гг. доля услуг составляет около 60% от общей выручки предприятия. Также выделим производство зерна и молока. Если анализировать изменение структуры выручки по годам, то отметим, что основное снижение произошло по реализации мяса КРС.

Экономическая эффективность основных видов товарной продукции характеризуется убыточностью производства.

Предприятие устойчиво-нерентабельное, финансовых ресурсов недостаточно для осуществления расширенного воспроизводства. Продукция пользуется устойчивым спросом только на локальном рынке. В целом сильные и слабые стороны, а также угрозы и возможности примерно равны, следовательно, у предприятия есть все возможности как для роста, так для стагнации.

Особое внимание было уделено изучению эффективности производства и реализации зерна. Площадь посевов зерновых из года в год увеличивается, что приводит к росту валового сбора зерна. Однако отметим, что для предприятия характерна низкая урожайность зерновых культур – на уровне 10 ц/га. И это во многом определяет убыточность отрасли. В целом производство зерновых культур нерентабельно и несет большие затраты. Убыточность производства зерна в 2012 г. равна 20%.

Нами были предложены следующие мероприятия интенсификации по повышению эффективности производства и реализации зерна:

1. использование высокоурожайных сортов и гибридов зерновых культур, устойчивых к полеганию, болезням и вредителям;
2. внесение необходимого количества удобрений строго по нормам и срокам на запрограммированный урожай;
3. оптимизация сроков выполнения производственных процессов.

Изменение производственной программы, интенсификация производства позволят предприятию в проектом варианте получить прибыль от зерновых в размере 600 тыс. руб. При себестоимости 1 ц 565 руб. и реализации зерна по цене в 670 руб., рентабельность составит 24%.

Главным направлением совершенствования инновационной деятельности предприятия является внедрение нового вида сельскохозяй-

ственной культуры – сои. Соя по своему богатому разнообразному химическому составу семян и многостороннему использованию в кормовых, пищевых и технических целях является уникальной и ценнейшей сельскохозяйственной культурой. Высокое (до 45-48%) содержание в зерне полноценного по аминокислотному составу, растворимости и усвояемости белка и высококачественного по жирно-кислотному составу масла (до 25 %) предопределяют ее широкое распространение.

Расчет затрат и определение себестоимости производства сои, руб.

Показатели	Значение
Оплата труда с отчислениями на социальные нужды	74993
Семена и посадочный материал	490000
Стоимость минеральных удобрений	196300
Содержание основных средств	101844
Работы и услуги	27197
Прочие прямые затраты	41149
Расходы по организации производства и управлению	96963
Стоимость жатки	490625
Всего затрат	2341739
Планируемая площадь, га	100
Валовой выход продукции, ц	2200
Производственная себестоимость единицы продукции	1064,2

Для производства новой культуры нужны небольшие затраты и предприятие без привлечения дополнительных средств в состоянии развивать данную культуру. При этом реализации данного проекта позволяет более рационально использовать уже имеющиеся ресурсы.

Общие затраты для реализации проекта составят 2,3 млн. руб. При плановой площади посева – 100 га, урожайности в 24 ц/га, себестоимость производства 1 ц сои составит 1064 руб. Средняя цена реализации данного вида продукции на рынке Брянской области сложилась на уровне 1500 руб. за 1 ц. Таким образом, с ц продукции прибыль составит 436 руб. и проект может окупиться уже через год



СОДЕРЖАНИЕ

КАФЕДРА БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ФИНАНСОВ

Бабьяк С.М., Кузюр Н.В. Отражение обязательств по социальному страхованию и обеспечению в российской и международной практике	3
Анучина В.В., Блашкевич Л.В. Бухгалтерский учет и внутрихозяйственный контроль животных на выращивании и откорме на материалах ОАО «Снежка» Брянского района	6
Степаненко К.П., Кузюр Н.В. Организация и первичный учет продажи продукции в ОАО «Учхоз «Кокино»	9
Ломко И.М., Казиминова Т.А. Практическое использование современных методов оценки эффективности инвестиций в организациях АПК	13
Бабьяк Е.М., Блашкевич Л.В. Учет и контроль расчетов с персоналом по оплате труда на материалах ОАО «Учхоз «Кокино» Выгоничского района	16
Морозов С.С., Блашкевич Л.В. Производственный учет и внутренний контроль продукции выращивания КРС в ОАО «Учхоз «Кокино» Выгоничского района	20
Коряженкова И.В., Блашкевич Л.В. Бухгалтерский учет и внутренний контроль основных средств в ОАО «Дятьково-Доз»	24
Барвеннова М.В., Блашкевич Л.В. Производственный учет и контроль продукции растениеводства в СПК «Надежда» Гордеевского района	28
Комкова Е.А., Горло В.И. Мероприятия по совершенствованию учета товарных операций в ПО «Мглинское»	31
Михно А.А., Горло В.И. Пути совершенствования бухгалтерского учета расчетов с разными организациями, учреждениями и лицами в ОАО «Бежицкое» Брянского района	35
Афанасова М.А., Шаламова Н.А. Бухгалтерский учет и аудит расчетов по налогам и сборам в ОАО «Трубчевскхлеб» г. Трубчевска	39
Касачева Я.М., Шаламова Н.А. Бухгалтерский учет и анализ основных средств в ТНВ «Сыр Стародубский» Стародубского района	42
Сныткина Ю.М., Прохорова Н.Н. Бухгалтерский учет амортизации основных средств в ОАО «Агрогородок «Сельцовский» Дятьковского района	45

Борисенко Н.А., Шаламова Н.А. Бухгалтерский учет и аудит материалов в ОАО «Красногорский сырзавод»	49
Рыкова В.В., Прохорова Н.Н. Особенности калькулирования себестоимости продукции молочного скотоводства в ОАО «Учхоз «Кокино» Выгоничского района	51
Кульбакова В.Г., Шаламова Н.А. Бухгалтерский учет и аудит продаж готовой продукции в СПК «Северное» Выгоничского района	54
Луговец О.С., Горло В.И. Рационализация системы внутреннего контроля движения готовой продукции в СПК «Надежда»	58
Сычев М.С., Блашкевич Л.В. Бухгалтерский учет и внутрихозяйственный контроль продаж в ОАО «Учхоз «Кокино» Выгоничского района	60
Бабьяк С.М., Кузюр Н.В. Актуальные проблемы расчетов по обязательному пенсионному страхованию	63
Бердакова А.М., Прохорова Н.Н. Первичный и сводный учет движения основных средств в ОАО «Стрела» п. Суземка	66
Селиванова А.А., Шаламова Н.А. Бухгалтерский учет и контроль затрат животных на выращивании и откорме в ОАО «Учхоз «Кокино» Выгоничского района	69
Торшина О.В., Горло В.И. Бухгалтерский учет и контроль учета расчетов с персоналом по оплате труда на материалах Комаричского ПОСПО	71
Морозов Р.П., Горло В.И. Бухгалтерский управленческий учет и контроль накладных расходов в ООО «Дружба» Жирятинского района	74
Шоя Ю.А., Казимилова Т.А. Особенности формирования прибыли сельскохозяйственных товаропроизводителей	75
Сытькова О.В., Казимилова Т.А. Обеспечение эффективности инвестирования в производство при реализации проекта по созданию агрогородков Брянской области	78
Кошечая С.Н., Шаламова Н.А. Бухгалтерский учет и контроль затрат на производство картофеля в ФГУП «Первомайское» Почепского района	80
Гапоненко Л.М., Кузюр Н.В. Животные на выращивании и откорме: учет, оценка, внутренний контроль в СПК «Спецавторемонт» Почепского района	83
Никейцева М.И., Шаламова Н.А. Бухгалтерский учет и контроль расчетов с поставщиками и подрядчиками в ОАО «Брянскортсеменовощь», Новозыбковский филиал	86

Марьячкина Е.В., Кузюр Н.В. Формирование и особенности расчета себестоимости продукции основного производства в ООО «Молоко»	89
---	----

КАФЕДРА ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ И ТЕХНОЛОГИЙ

Акименков А.А., Ульянова Н.Д. Разработка электронного варианта учебно-методического пособия по дисциплине «Информатика и программирование»	93
Шевченко А.С., Ожерельева М.В. Создание и использование в дистанционном образовании электронных учебно-методических пособий	96
Какоша А.А., Бишутина Л.И. Автоматизация начисления заработной платы в МУП «Суражский районный водоканал»	99
Сухопар Р.А., Лысенкова С.Н. Проблемы автоматизации закупки молока в ТНВ «Сыр Стародубский»	102
Храмченков М.А., Ожерельева М.В. Использование электронных учебно-методических пособий в учебном процессе	104
Галутво Д.Г., Ульянова Н.Д. Электронное учебно-методическое пособие по дисциплине «Плодоводство»	107
Баханцов А.Н., Лысенкова С.Н. Разработка электронного варианта учебно-методического пособия по дисциплине «Эксплуатация машинно-тракторного парка»	109
Штолле Е.В., Бишутина Л.И. Автоматизация учета работы автотранспорта	112
Капустина Н.П., Войтова Н.А. Автоматизация учета готовой продукции	114
Капыльский В.Н., Бишутина Л.И. Разработка конфигурации «Личный кабинет контрагента» на платформе «1С: Предприятие 8»	117

КАФЕДРА КОММЕРЦИИ И ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Черняускас Д.Н., Иванюга Т.В. Анализ использования материально-производственных запасов в ОАО «Нива»	120
Долгова Д.Г., Иванюга Т.В. Совершенствование ассортиментной политики ОАО «Людиновский хлебокомбинат»	122
Кузнецова Е.Н., Иванюга Т.В. Перспективы развития рынка лекарственных средств Брянской области	125

Демидова Д.А., Поседейко Н.А. Совершенствование коммерческой работы по сбыту продукции в ПО «Суземский хлебокомбинат»	129
Бородавко А.М., Кузьмицкая А.А. Основные направления повышения экономической эффективности продаж товаров в розничном торговом предприятии	133
Андрюшина Т.С., Поседейко Н.А. Бизнес-план магазина ОАО «Мебель»	137
Сухорученкова Е.Ю., Иванюга Т.В. Виды и методика расчета налогов и сборов, уплачиваемых ООО «Купруж»	139
Илюшина Е.Н., Шевердина Е.Л. Совершенствование коммерческой деятельности магазина «Люкс» ООО «Люкс» Комарического района	143
Сухорученкова Е.Ю., Иванюга Т.В. Информационное обеспечение и общая методика анализа расчетов сельскохозяйственного предприятия по налогам и сборам	146
Сашенкова М.В., Иванюга Т.В. Совершенствование сбыта готовой продукции в ОАО «Дятьково-хлеб»	150
Белякова Н.В., Раевская А.В. Экономическое обоснование изготовления продукции из отходов производства мебели	154
Коновалова Е.Н., Раевская А.В. Пути совершенствования розничной торговли магазина «Лимон»	156
Чуйко Е.В., Раевская А.В. Пути повышения финансовых результатов от реализации продукции в ООО «Ваксойл»	160
Добродей О.Л., Бабьяк Е.Е. Совершенствование сбытовой деятельности в ТНВ «Сыр Стародубский» г. Стародуб	163
Бычкова А.В., Раевская А.В. Инвестиционный проект по организации мини-пекарни в ООО «Снежжа-Речица» Жуковского района	167
Чмель Ю.Н., Раевская А.В. Прогноз влияния демографических процессов на экономический рост Стародубского района	170
Никишаев А.В., Дьяченко О.В. Организация и повышение эффективности сбыта хлебобулочных изделий в ООО «Комарический хлебокомбинат»	174
Попкова М.С., Дьяченко О.В. Повышение эффективности продаж товаров в розничной торговле в МУП «Отдел рабочего снабжения Кожановского торфобрикетного предприятия» Гордеевского района	178
Цыкина С.С., Дьяченко О.В. Эффективность производства молока в ООО «Деснянские зори» Выгоничского района	182

Новиков М.Ю., Дьяченко О.В. Совершенствование сбытовой деятельности в МУП «Рогнединский дом»	184
Рубекина И.А., Дьяченко О.В. Расширение торговой сети Навлинского Райпо	187
Ширкова О.С., Дьяченко О.В. Эффективность продаж товаров в Брасовском Райпо	189
Таранков Д.А., Бабьяк М.А. Совершенствование коммерческой деятельности ООО ТПК «Славянский базар»	191
Степанова С.П., Бабьяк М.А. Основные направления совершенствования сбытовой деятельности ОАО «Клинцовский хлебокомбинат»	193
Васькина Ю.В., Каширина Н.А. Оценка экономической эффективности коммерческой деятельности в Новозыбковском Райпо	196
Шилов Н.В., Кислова Е.Н. Теоретические аспекты закупочной коммерческой деятельности на перерабатывающих предприятиях	198
Чуйко О.П., Каширина Н.А. Анализ себестоимости молока в СПК «Надежда» Гордеевского района	201
Максимцов Е.А., Кислова Е.Н. Автоматизация управления торговым процессом как направление совершенствования коммерческой деятельности Гордеевского Райпо	204
Полижаевский А.С., Храмченкова А.О. Система материальной мотивации работников сельскохозяйственных предприятий	208
Пророкова Е.Ю., Поседько Н.А. Совершенствование организации сбыта продукции в ОАО «Брянский молочный комбинат»	211
Ворон Я.П., Поседько Н.А. Повышение эффективности коммерческой деятельности в ООО «Сквирел-строй»	215
Черномазова Н.В., Кузьмицкая А.А. Совершенствование организации коммерческой деятельности в Комаричском ПОСПО	217
Борисенко И.В., Поседько Н.А. Совершенствование ассортиментной политики в ООО «Хлебокомбинат» п. Климово ...	220

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА И МРКЕТИНГА

Поцелуева А.С., Карликова Л.И. Управление финансовым состоянием ОАО «Учхоз «Кокино» Выгоничского района	224
Малявко М.Ф., Карликова Л.И. Управление маркетингом в Красногорском Райпо	228

Рогачева М.А., Карликова Л.И. Управление товарной политикой в Дятьковском Райпо	232
Краснова А.А., Карликова Л.И. Управление конкурентоспособностью и качеством хлебобулочной продукции в ОАО «Дятьково-хлеб»	236
Аверченкова Е.А., Подольникова Е.М. Управление сбытовой деятельностью в ООО «Брянский лен» Дубровского района	240
Жиденко Е.Ю., Подольникова Е.М. Управление маркетинговой деятельностью в структурном подразделении «Аптека № 157» ГУП «Брянскфармация»	243
Агешина О.В., Подольникова Е.М. Управление конкурентоспособностью продукции в ООО «Дружба» Жирятинского района ...	245
Исаченко А.А., Подольникова Е.М. Управление инновационной деятельностью в ООО «Ритм» Стародубского района ..	248
Никулина А.С., Хохрина О.М. Кадровая политика как инструмент управления в ООО «Торговый дизайн» г. Брянск ...	250
Гизатулин И.А., Хохрина О.М. Стратегическое управление предприятием	253
Купрюшина Ю.В., Швецова О.А. Управление системой продвижения бренда организации	256
Иванцова Н.В., Ворочай С.В. Совершенствование стимулирования сбыта в ООО «Хлебокомбинат» п.г.т. Климово	259
Лутина А.А., Ворочай С.В. Управление маркетингом в СПК Агрофирма «Культура»	263
Потапов Д.С., Ворочай С.В. Совершенствование инновационной деятельности в КП «БТИ» г. Людиново	269
Пугачева М.А., Швецова О.А. Совершенствование стратегического подхода к управлению организацией	276
Мастеренко А.С., Хохрина О.М. Управление маркетинговой политикой в ООО «Элеот» г. Брянска	279
Жиденко О.Ю., Геращенко Т.М. Планирование и оптимизация финансовой деятельности структурного подразделения «Аптека № 157» ГУП «Брянскфармация» г. Брянска	282
Кущенко С.В., Геращенко Т.М. Совершенствование системы управления финансами в ПО «Мглинское» Мглинского района ...	284
Кузнецова И.Ю., Геращенко Т.М. Совершенствование управления инновационной деятельностью в ООО «Комбинат «Строма» Выгоничского района	286
Ковалев И.Н., Геращенко Т.М. Стратегия и тактика антикризисного управления в ОАО «Клинцовский автокрановый завод» ..	288

Подзывалова В.В., Ворочай С.В. Марочные стратегии производителей молочной продукции	291
Хлестова О.С., Ворочай С.В. Совершенствование системы сельскохозяйственного страхования АПК	296
Синюкова Т.В., Ворочай С.В. Совершенствование сбытовой деятельности	301
Храменкова В.А., Ворочай С.В. Совершенствование структуры управления в организации	302
Гизатулин Р.А., Подольникова Е.М. Управление конкурентоспособностью продукции сельскохозяйственной организации	305
Черткова М.А., Швецова О.А. Управление предприятием в условиях кризиса	308
Пырева Е.В., Швецова О.А. Управление маркетинговой деятельностью организации	311
Страхова Н.Ю., Ворочай С.В. Прогноз предложения молока на рынке молочного сырья Брянской области	314
Магон Е.С., Геращенко Т.М. Финансовое оздоровление предприятия как способ преодоления кризисного состояния в СПК «Северное» Выгоничского района	317
Пантюшина Е.А., Карликова Л.И. Совершенствование товарной политики в ОАО «Людиновский хлебокомбинат» Калужской области	319
Матюшина Л.С., Карликова Л.И. Управление персоналом в ООО «Снежжа-Новоселки» Брянского района	322
Козлова Е.А., Карликова Л.И. Оценка и повышение конкурентоспособности продукции в ТНВ «Сыр Стародубский»	325
Паршикова А.А., Карликова Л.И. Управление качеством и конкурентоспособностью продукции в СПК «Красный рог» Почепского района	327
Дударь Г.Н., Подольникова Е.М. Совершенствование ассортиментной политики в Выгоничском сельпо	330
Кундасева Е.Н., Подольникова Е.М. Использование инструментов финансового менеджмента в управлении ООО «Комбинат «Строма» Выгоничского района	332
Козлова Я.Е., Шеламкова Н.Ю. Совершенствование управления маркетингом	335
Лисютин В.В., Шеламкова Н.Ю. Совершенствование маркетинговых коммуникаций	338
Семенец М.Н., Подольникова Е.М. Совершенствование маркетинговой деятельности в ЗАО «Пролетарий» г. Суража	341
Новиков М.М., Шеламкова Н.Ю. Управление продажами в организации	344

Красовский Д.В., Шеламкова Н.Ю. Совершенствование кадровой политики	346
Новикова Е.Н., Шеламкова Н.Ю. Совершенствование управления персоналом	348
Марина Е.С., Шеламкова Н.Ю. Совершенствование деятельности персонала	351

КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ

Сидорова С.В., Нестеренко Л.Н. Концепция отраслевого развития ОАО «Агрогородок» «Сельцовский»	355
Лапик А., Грищенкова В.П. Эффективность производства молока в СПК «Рабочий» Гордеевского района	357
Дубинин А., Грищенкова В.П. Эффективность производства зерновых культур в ТНВ «Заря» Почепского района	361
Гулакова К., Грищенкова В.П. Проблемы развития молочного скотоводства в ОАО «Надежда» Людиновского района ..	363
Пилипенко И., Грищенкова В.П. Проблемы использования земельных ресурсов в СПК «Красный рог» Почепского района	367
Бохан Н.Н., Грищенкова В.П. Пути повышения эффективности производства молока в Красногорском районе Брянской области	371
Елизарова В.С., Камовский Н.П. Повышение экономической эффективности работы предприятия в рыночных условиях в ТНВ «Княгинино» Севского района	373
Коверзнева А.Ю., Камовский Н.П. Пути повышения экономической эффективности производства и реализации зерна в ООО СХП «Октябрьское» Почепского района	377
Глебова Ю.В., Кубышкин А.В. Повышение эффективности производства зерна в СПК АФ «Культура»	381
Масол Н.В., Кубышкин А.В. Повышение эффективности услуг предприятия агротехсервиса в МУП МТС «Красногорская»	384
Фирсов Р.С., Кубышкин А.В. Бизнес-планирование деятельности крестьянского (фермерского) хозяйства «Каравай»	386
Надточей Д.П., Камовский Н.П. Пути повышения экономической эффективности картофелеводства в СПК «Родина» Клинецкого района	388
Голенкова К.В., Кубышкин А.В. Эффективность производства и реализации зерна в колхозе «Дружба»	392
Бельский И.А., Аленичева Е.А. Значение качества продукции в повышении экономической эффективности производства	394

Лабур В.И., Аленичева Е.А. Проблемы и перспективы развития зернопроизводства в сельскохозяйственных организациях	397
Мусаева З.И., Аленичева Е.А. Экономическая эффективность овощеводства и пути ее повышения в сельскохозяйственных предприятиях	401
Тарасова А.Н., Коростелева О.Н. Экономическая эффективность функционирования СПК «Стародубский»	404
Згуро М.В., Кубышкин А.В. Совершенствование кормопроизводства в молочном скотоводстве колхоза «Дружба» Погарского района	406
Семиохина О.В., Коростелева О.Н. Формирование доходов работников сельского хозяйства в СПК «Комаричский» Комаричского района	408
Лихачева Е.В., Соколов Н.А. Прибыль – главный источник модернизации сельскохозяйственных отраслей и улучшения качества жизни населения	412
Шкуратова С.А., Коростелева О.Н. Эффективность деятельности МУП МТС «Красногорская»	414
Ковалева О.В., Васькин В.Ф. Повышения эффективности птицеводства на основе инноваций в ЗАО «Победа-агро»	417
Прошкина О.Н., Васькин В.Ф. Инновационный фактор устойчивого развития сельскохозяйственных предприятий ...	420
Карпов А.Н., Васькин В.Ф. Основные направления повышения экономической эффективности функционирования МУП «Красногорская МТС»	423

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**МАТЕРИАЛЫ
СТУДЕНЧЕСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ**

Компьютерная верстка
Раевская А.В.

Редактор Павлютина И.П.

Подписано к печати 17.07.2013 г. Формат 60x84 Бумага печатная
Усл. п.л. 22,56. Тираж 12 экз. Издат. № 2377.

Издательство Брянской государственной сельскохозяйственной академии
243365 Брянская обл., Выгоничский район, с. Кокино, Брянская ГСХА