

Ткаченко А. А., Домогалова С. А.

**ДИНАМИКА ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ООО "ЮРИГНСКИЙ  
МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫЙ ЗАВОД"**

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/1/2008/3/69.html](http://www.gramota.net/materials/1/2008/3/69.html)

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

**Альманах современной науки и образования**

Тамбов: Грамота, 2008. № 3 (10). С. 174-177. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/1.html](http://www.gramota.net/editions/1.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/1/2008/3/](http://www.gramota.net/materials/1/2008/3/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [almanac@gramota.net](mailto:almanac@gramota.net)

## ДИНАМИКА ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ООО «ЮРИГНСКИЙ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫЙ ЗАВОД»

Ткаченко А. А., Домоголова С. А.  
ЮТИ ТПУ

Сегодня рынок машиностроительной продукции характеризуется жестоким конкурентом, выиграть в которой могут лишь предприятия, имеющие серьезные конкурентные преимущества. Пока на рынке лидируют зарубежные европейские предприятия, так как их продукция отличается высоким качеством и надежностью. Российские производители машиностроительной продукции пока, к сожалению, в некоторой степени проигрывают в конкурентной борьбе. Одним из представителей российских машиностроительных предприятий является ООО «Юргинский машиностроительный завод».

ООО «Юргинский машиностроительный завод» выпускает автокраны, самоходные краны, навесное оборудование, поставляемое на Урал, в Поволжье, в Сибирь и на Дальний Восток, в Татарстан, страны СНГ и Европы. Основную долю прибыли в структуре производимого ассортимента данного предприятия составляет горношахтное оборудование и продукция кранового производства. Однако, производственные мощности ООО «Юргинский машзавод» пока не позволяют поставлять на рынок необходимый объем продукции (рис.1).

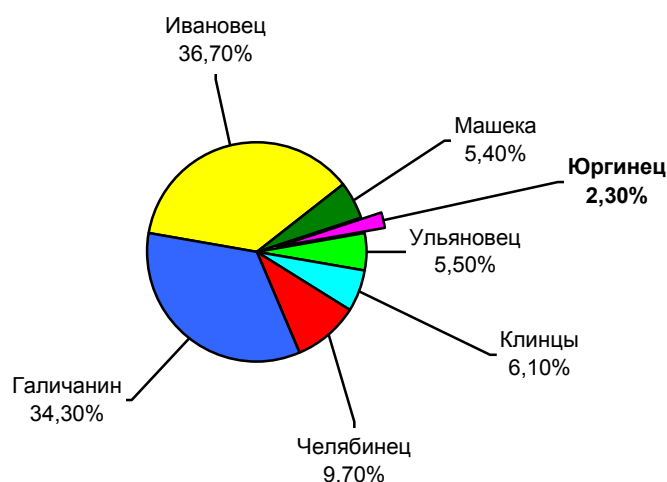


Рисунок 1. Долевое участие производителей кранов на рынке в 2006 году

Объем реализованной продукции характеризует конечный финансовый результат работы предприятия, выполнения своих обязательств перед потребителями, степень участия в удовлетворении потребностей рынка. Для этого может быть применен анализ динамики производства и реализации продукции. Анализ начинается с изучения динамики выпуска и реализации продукции, расчета базисных и цепных темпов роста и прироста выпуска (рис.2). Он показывает изменение объема производства и реализации за определенное количество лет.

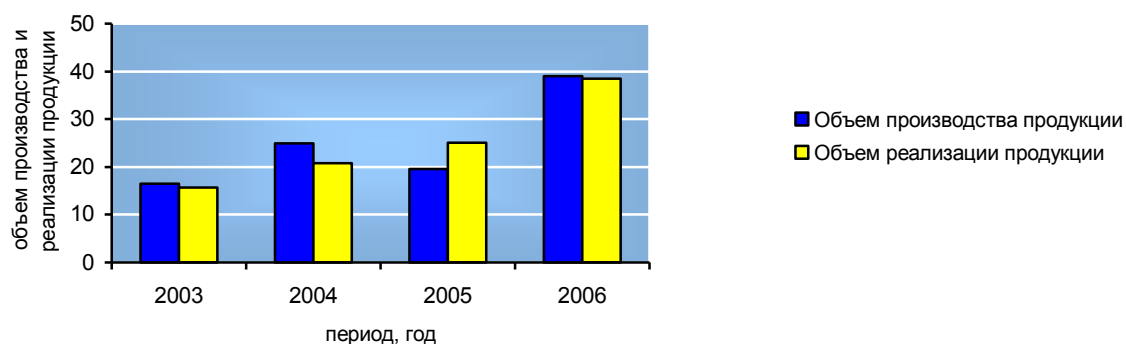


Рисунок 2. Динамика производства и реализации кранового производства

Как показано на рисунке, объем кранового производства, возрос на 29,17 %, а объем реализации - на 93 %. При этом первые два года производство снижалось, с 2005 года наметился его рост. Если сначала темпы роста производства и реализации примерно совпадали, то затем темпы роста реализации значительно превысили темпы роста производства, что свидетельствует об уменьшении остатков нерезализованной продукции и продукции, неоплаченной покупателями.

Среднегодовой темп роста (прироста) выпуска и реализации продукции можно рассчитать по среднегеометрической или среднеарифметической взвешенной. Например, по среднегеометрической среднегодовой темп прироста выпуска и реализации продукции составляет:

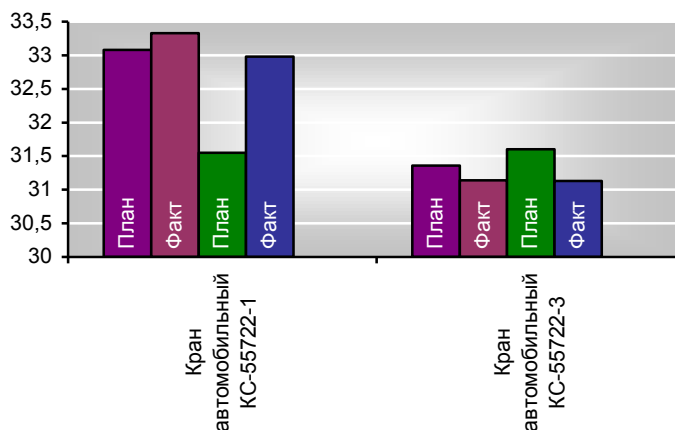
$$T_{\text{рп}} = \sqrt[n]{T_1 \cdot T_2 \cdot T_3 \cdot T_4} = 134,7 \%,$$

$$T_{\text{пр}} = 34,7$$

$$T_{\text{вп}} = 119 \%$$

$$T_{\text{пр}} = 19 \%$$

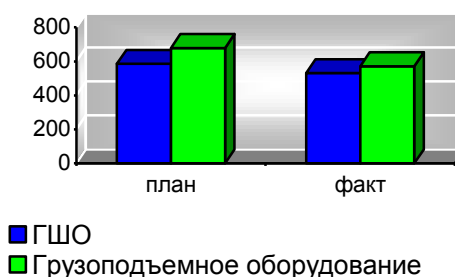
где  $T_{\text{рп}}$  - темп реализации продукции;  $T_{\text{вп}}$  - темп выпуска продукции;  $T_{\text{пр}}$  - темп прироста.



**Рисунок 3.** Выполнение плана по выпуску и реализации продукции за 2006 год

Объем производства превысил объем реализации: продукции было произведено на 0,12% сверх плана, а реализовано - меньше на 0,0025%.  $K_{\text{ac}} = 99,78\%$ . Можно сделать вывод, что план по ассортименту продукции выполнен на 99,78%.

Увеличение реализации по одним видам продукции и сокращение по другим видам приводят к изменению ее структуры, т. е. соотношения отдельных изделий в общем выпуске. Количественное соотношение двух товаров, имеющих основную долю прибыли в структуре производимого ассортимента представлено на рис. 4. Фактические объемы реализации продукции меньше, чем запланированные: горношахтного оборудования реализовано меньше на 54 единицы, кранов на 108 единиц. Это можно объяснить недостаточно высоким качеством продукции Юргинского машзавода по сравнению с его конкурентами.



**Рисунок 4.** Количественное соотношение двух товаров, имеющих основную долю прибыли в структуре производимого ассортимента

Динамика реализации других видов продукции ООО «Юргинского машиностроительного завода» представлена на рис. 5. Для разработки стратегии, которую необходимо предпринять в отношении продукции, для ее успешного продвижения, получения прибыли от ее реализации и разработки дальнейшей стратегии деятельности предприятия построим Бостонскую матрицу или матрицу роста/доли рынка.

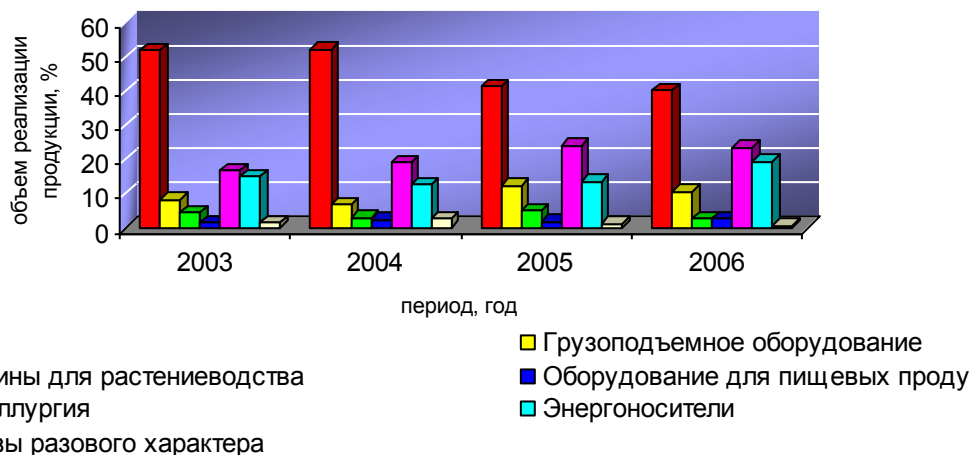


Рисунок 5. Объем реализации продукции ООО «Юргинский машзавод» (%)

Это позволит определить положение продукции ООО «Юргинского машиностроительного завода» на рынке, а также на каком этапе жизненного цикла находится продукция.

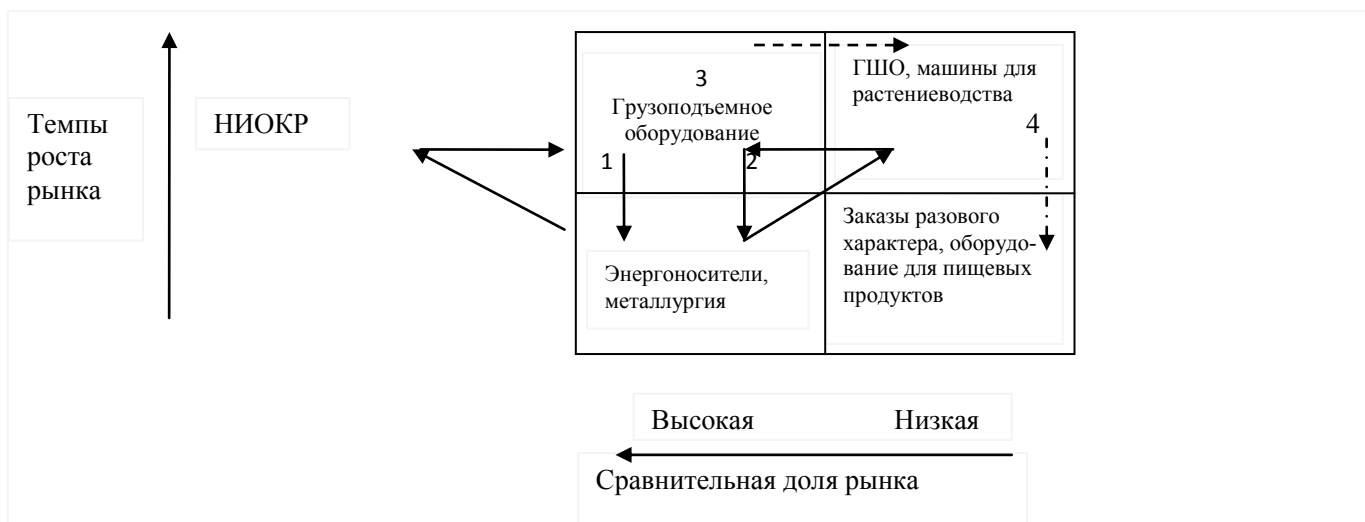


Рисунок 6. Матрица роста/доли рынка Бостонской консультационной группы: 1 - новатор; 2 - последователь; 3 - неудача; 4 - посредственность

Для построения матрицы БКГ фиксируем по горизонтальной оси значения относительной доли рынка, по вертикальной оси - темпов роста рынка. Далее, разделив данную плоскость на четыре части, получаем искомую матрицу (рис.6). Значение равное единице, отделяет продукты - рыночные лидеры - от последователей.

Товары - «Звезда» - это рыночные лидеры, находящиеся на пике своего продуктового цикла. В нашей ситуации на предприятии к товарам «Звезда» относятся Грузоподъемное оборудование, так как сейчас идет «строительный бум». Этот продукт пользуется наибольшим спросом в отраслях связанных с нефтью и газом. К товарам «Дойная корова» отнесли энергоносители и металлургию. Энергоносители имеют стабильных клиентов (Энерго-Кузбасс) и приносят высокую прибыль. Металлургия используется в ГШО, грузоподъемное оборудование для собственного производства, и другими покупателями (Новокузнецк). Товары «Собака» - это подразделения вспомогательного производства: «заказы разового характера (инструментальное производство)» и «оборудование для пищевых продуктов». Эти продукты имеют низкую долю рынка и не имеют возможности роста. К товарам «Проблема» - относятся ГШО, машины для растениеводства, так как такие продукты могут оказаться перспективными, но они нуждаются в существенной финансовой поддержке центра. Прибыль от товаров подразделения «Машины для растениеводства» нестабильна, потому что спрос заметно уменьшается с приближением холодов в зимние сезоны года, а в летний период увеличивается предложение продукции.

Из проделанной работы следует, что предприятие может занять достойное положение в конкурентной борьбе. Для этого необходимо сконцентрировать усилия на производстве продукции тех видов, которые приносят прибыль, снизить цены на эту продукцию, разработать эффективную маркетинговую политику. Также, продукцию можно продавать в кредит, что поможет увеличению объема продаж.

- Родионова В. Н., Федоркова Н. В. Стратегический менеджмент: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА – М., 2002. – С. 78-79.  
Савицкая Г. В. Финансовый анализ. – М.: Новое знание, 2004. – С. 98-117.  
Канке А. А., Кошечкина И. П. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М., 2004. – С. 62-83.

## РЕАЛИЗАЦИЯ ОТНОШЕНИЙ СОБСТВЕННОСТИ КАК ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ РАЗВИТИЯ ПОТЕНЦИАЛА СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ

Трегулова Н. Г.

*Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса*

Отношения собственности являются определяющими во всей совокупности экономических отношений в обществе. Они оказывают существенное влияние на хозяйственный механизм, развитие экономической системы, а также на практическую реализацию социально-экономической политики. Общеизвестно, что различают собственность как экономическую категорию и как юридическое право. Первое выражает отношения собственности, возникающие между людьми в процессе общественного производства. Собственность как юридическая категория лишь констатирует эти отношения с помощью особых юридических норм, правил, процедур. Собственность занимает господствующее положение в системе экономических отношений в социальной сфере. Поэтому исследование характера и особенностей владения, распоряжения, пользования собственностью весьма актуально.

История понятия собственности насчитывает многие столетия. С XVII в. складывается современное понятие «собственность». Именно в то время возникли два направления собственности, как явления, понятия феномена. Одно из направлений – создание концепции частной собственности, другое – развитие системы взглядов на так называемую собственность личную. Позже собственность рассматривалась как определенное социальное отношение между людьми, общественными классами, которое развивается в соответствии с изменениями социально-экономических условий жизни общества. Все же первой было появление личной собственности, когда отдельный индивид выделил самого себя из общинной массы, то есть осознание человеком того, что это некая вещь, предмет принадлежит именно ему. В дальнейшем два вида собственности тесно переплелись. Доминирование личной собственности не предопределяет конкретного способа производства.

В странах с развитой рыночной экономикой интенсивно шел процесс трансформации собственности под воздействием двух взаимодействующих тенденций – развития ассоциативных, корпоративных форм собственности, включая транснациональные формы. Рос и финансово-денежный фактор в отношениях собственности. Финансы и деньги превратились в ключевое звено управленческого воздействия на все сферы жизни общества, в том числе и на сферу услуг, они выполняют функции заказчика и контролера сервисной деятельности. Ныне получили широкое распространение различные формы контрактных отношений участников сервисной деятельности с активным использованием разных правомочий собственника и института доверительного управления, доверительной собственности. Контрактные отношения при наличии командных высот в общественном финансировании за государством дали возможность широко внедрить как реальные, так и квазирыночные отношения, т.е. отношение «внутреннего рынка» в сфере чисто общественных и социально-значимых услуг.

На соотношение рыночных и государственных начал в сфере услуг оказывают сильное влияние конкретные исторические условия развития страны, в том числе развитие государственности, продолжительность и глубина переживаемых страной общественных катаклизмов – войн, кризисов, революций и т.д.

В России эти факторы на протяжении XX века действовали еще более противоречиво. Здесь наблюдалось возвратно-поступательные процессы, когда периоды расширения сферы рынка в экономике, в том числе в сфере услуг, сменялись его сужением и расширением сферы действия государства. В конце XX века верх взяла тенденция расширения рыночных отношений и ограничения государственного сектора в сфере услуг. В некоторых отраслях услуг впервые сформировался рынок (отрасль образования).

В цивилизованных странах с развитой и смешанной экономикой существенно изменилось качественное состояние частной собственности: она выступает не только в индивидуальной, но и в других формах – коллективной, групповой, акционерной. В западной экономической теории и практике под частной собственностью понимается всякая негосударственная форма собственности, а под приватизацией – преобразование государственной собственности в негосударственные формы собственности.

В настоящее время, в эпоху высокотехнологичного производства, наука становится производительной силой, а знания – главным ресурсом общества. Важным условием высокого благосостояния перестает быть собственность на материальные средства производства. Достижением высокого уровня жизни в этой связи являются способность организовать, способность пользования и применить те или иные средства и условия производства. Возрастает значение личной собственности как фактора социальных изменений. Поэтому исследование характера и особенностей владения, распоряжения, пользования собственностью весьма акту-