

- полноценный учет по счетам, субсчетам и аналитическим кодам для контрагентов;
- возможность настройки системы на учетную политику различных предприятий, включая настройку формы баланса, создание и редактирование отчетных форм (шаблонов);
- автоматический подсчет развернутого и свернутого сальдо, оборотов, составление журналов – ордеров, Главной книги, баланса и других произвольных отчетных форм;
- создание, печать и хранение электронных копий первичных банковских и кассовых документов.

При работе с автоматизированной бухгалтерской системой появляется возможность быстро и легко составить типовые сводные документы, накопительную ведомость синтетического и аналитического учета по любому счету или субсчету, оборотную ведомость, Главную книгу по дебету или кредиту счетов, развернутое и свернутое сальдо, калькуляцию затрат на производство продукции, провести анализ любых показателей.

Анализ данных может быть проведен как с помощью сводных таблиц, так и с помощью построения диаграмм, которые не только анализируют данные, но и наглядно их представляют. Также диаграммы могут использоваться и как превосходные аналитические инструменты. С помощью таких графиков можно вносить изменения на рабочий лист и одновременно наблюдать за их отражением на диаграмме, что позволяет определять точки пересечения кривых прибылей и убытков, наглядно и оперативно анализировать данные, а также определять ошибки, сделанные при вводе данных. Сводные же таблицы обеспечивают очень удобный интерфейс к хранилищам данных различной сложности и разного объема.

Для внедрения в работу ЗАО «Витебская макаронная фабрика» были разработаны формы некоторых документов в электронном варианте, касающиеся непосредственно учета затрат и калькулирования себестоимости, позволяющие в краткие сроки производить расчеты и анализ данных предприятия. Это дает возможность лучше ориентироваться в рыночных отношениях, а также оперативно реагировать на все происходящие изменения в сфере законодательства и налогообложения.

Пакет документов включает в себя: плановую калькуляцию отпускной цены в обычном виде и в электронном, в которой предусмотрена разбивка общехозяйственных расходов по статьям расхода, что позволит более точно составлять плановую и фактическую калькуляцию продукции; сводную калькуляцию фактической себестоимости за год. Данная калькуляция показывает данные с нарастающим итогом с начала года, также разбивка по сырью позволяет производить анализ по количеству затраченных материалов и их стоимости по видам продукции, расчет распределения накладных расходов, графический анализ сводной калькуляции фактической себестоимости продукции. График непосредственно увязан со сводной калькуляцией фактической себестоимости за год и позволяет вносить изменения на рабочий лист с одновременным отслеживанием динамики по диаграмме, легко находить точки пересечения кривых прибылей и убытков, наглядно и оперативно анализировать любые экономические данные, а также определять ошибки ввода информации.

ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ТРУДА И ПРОДУКЦИИ НА ДП «ВИКОС-ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ»

К. Г. Богданова

*УО «Витебский государственный технологический
университет»*

В различные периоды возникали противоречия между требованиями к качеству и возможностями их обеспечения. Разрешение противоречий приводило к появлению новых методов и средств, выделению функций обеспечения качества, а затем к их интеграции в некоторое целостное единство - системы управления качеством. В настоящее время огромное значение приобретают эффективность и гибкость систем управления качеством именно на предприятиях малого бизнеса, призванных наиболее оперативно и четко реагировать на все изменения внешней рыночной среды.

В соответствии с этим основные принципы совершенствования управления качеством для небольших хозяйствующих форм можно сформулировать следующим образом. Системы управления качеством должны проектироваться, исходя из их назначения, целевой ориентации и условий функционирования, а не формироваться эволюционным путем с помощью отдельных частных нововведений. Совершенствование всех системообразующих элементов системы управления качеством

(показателей деятельности, функциональной и организационной структур, технологий управления и т.д.) должно базироваться на единой системной основе - системном проекте. Сложность организационной структуры и технологий управления должны регулироваться путем своевременной и взаимосогласованной децентрализации иерархических уровней и введения самоуправления деятельностью звеньев персонала. Интеграция элементов организационной структуры между собой и другими элементами системы управления качеством должна осуществляться с помощью автоматизированных информационных систем, обеспечивающих реализацию технологий обработки данных и поддержку организационно-экономических взаимодействий звеньев и персонала.

Система управления и качество продукции на ДП «Викос – продукты питания» находится изначально на достаточно высоком уровне, однако тем перспективнее могут оказаться некоторые направления ее совершенствования на основе ключевых позиций – петли качества продукции (шоколадного крема и пр.).

Рассмотрим подробнее эти направления.

А) Новая стратегия в управлении качеством продукции

Хотя управлению качеством продукции во всех странах уделяется достаточно много внимания, в последние годы сформировался новый подход, новая стратегия в управлении качеством. Она характеризуется рядом моментов:

обеспечение качества понимается не как техническая функция, реализуемая каким-то одним подразделением, а как систематический процесс, пронизывающий всю организационную структуру фирмы;

новому понятию качества должна отвечать соответствующая организационная структура предприятия;

вопросы качества актуальны не только в рамках производственного цикла, но и в процессе разработок, конструирования, маркетинга и послепродажного обслуживания;

качество должно быть ориентировано на удовлетворение требований потребителя, а не изготовителя;

повышение качества продукции требует применения новой технологии производства, начиная с автоматизации проектирования и кончая автоматизированным измерением свойств и параметров в процессе контроля качества;

всеобъемлющее повышение качества достигается только заинтересованным участием всех работников.

Все это осуществимо только тогда, когда действует четко организованная система управления качеством, направленная на интересы потребителей, затрагивающая все подразделения и приемлемая для всего персонала.

Всеобщий контроль качества предполагает три обязательных условия.

1. Качество как основная стратегическая цель деятельности признается высшим руководством фирм. При этом устанавливаются конкретные задачи и выделяются средства для их решения. Повышение качества должно идти по возрастающей, ибо качество - постоянно меняющаяся цель.

2. Мероприятия по повышению качества должны затрагивать все подразделения без исключения. Особое внимание уделяется повышению качества на таких этапах, как НИОКР, что обусловлено резким сокращением срока создания новых изделий.

3. Непрерывающийся процесс обучения (ориентированный на конкретные рабочие места) и повышение мотивации персонала.

В условиях острой конкурентной борьбы с крупными предприятиями-монополистами ближнего и дальнего зарубежья ДП «Викос – продукты питания» сможет успешно развиваться, лишь внедряя системное управление качеством продукции, поскольку растущая требовательность к улучшению качества изделий в настоящее время - одна из характерных черт мирового рынка.

Система разработки новых изделий должна содержать три основных положения: качество рассматривается наравне со всеми техническими новшествами с самого начала разработки изделия; планирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ организуется таким образом, чтобы не ограничивать проектирование вариантов изделия с наилучшими характеристиками; ускорение разработки изделия должно стать основным критерием эффективности всей системы.

Б) Современная концепция управления сбытом

Концепция содержит основные решения по управлению организацией и включает в себя структурные элементы: сфера сбытовой деятельности; цели; стратегия сбытовой деятельности; система сбыта; принципиальные установки по образу (стилю) действий.

Исходным пунктом для определения сферы деятельности организации является программа сбыта продукции. Программа очерчивает круг потенциальных покупателей, местоположение которых, в свою очередь, определяет потенциальную область сбыта. Для эффективной работы сбытовой структуры важно четко и детально описать круг обслуживаемых покупателей (целевую группу). Если этого не сделать, то может возникнуть риск не соответствия сбыта производственной программе.

Благодаря установлению сферы сбытовой деятельности, в которой намерено оперировать предприятие, в конечном итоге определяется его потенциал сбыта и принимается решение о локальном, региональном, национальном или международном масштабе сбыта. Размер сферы сбыта определяют не только с точки зрения ее масштабов, но путем выполнения определенных расчетов. С ростом ее размеров повышается отдаленность покупателей, растут расходы по функционированию сбытовой структуры. Это относится как к работе с покупателями, так и к службам логистики и сервиса.

При определении сферы сбыта в принципе желательно выделить в качестве ее ядра ту деловую область, которая имеет хорошие перспективы в отношении объема продаж и его роста. При этом, прежде всего нужно проверить, насколько эта деловая область является прибыльной. Значительную роль при определении сферы деятельности, в особенности при ее уточнении и расширении, играют показатели продаж.

В рамках делового контакта с покупателями показатели продаж позволяют определить: каким потенциалом сбыта и коммерческого успеха располагают отдельные деловые области; какая деловая область по профилю имеющегося спроса особенно хорошо соответствует производственным возможностям предприятия, а в каких областях такого соответствия нет; где конкретно открываются новые перспективные сферы сбыта.

На основе анализа сферы сбытовой деятельности формируются важнейшие выводы о целесообразных размерах, структуре и уровне квалификации организации сбыта. В принципе с увеличением объема программ сбыта, круга покупателей и сферы сбыта возрастает и размер необходимой организационной структуры сбыта.

Концептуальной целью сбыта является реализация долгосрочных решений, которые определяются целями стратегической политики и планов предприятия в целом (уровень рентабельности, размеры и предпринимательский профиль и т. д.).

Стратегическая цель состоит в том, чтобы в рамках разрабатываемых и реализуемых планов по возможности наилучшим образом использовать потенциал сбыта и коммерческого успеха, которым характеризуется избранная деловая сфера. При этом главной целью является достижение соответствующей рентабельности, без которой не может быть гарантировано надежное будущее. Наконец, все решения желательно проверить на практике, чтобы определить, какое влияние они оказывают на уровень рентабельности, хотя бы с точки зрения выявления общей тенденции.

Стратегия сбыта. Стратегия описывает принципиальную модель действий, которая выбирается для того, чтобы достичь установленных целей. Для формирования стратегии сбыта решающее значение имеет то, с помощью каких конкурентных преимуществ предприятие хочет занять позиции на рынке и создать свой деловой имидж. В самом общем виде конкурентное преимущество может заключаться в преимуществе при исполнении какого-либо действия по отношению к покупателю или в пониженной цене реализации. Для создания преимуществ используются следующие возможности:

- деловые (деловая эффективность предложения на продажу товара);
- психологические - положительные переживания клиента (покупателя), вызываемые привлекательным с его точки зрения предложением;
- экономические (цена продаж, низкие эксплуатационные расходы);
- выигрыш во времени (время поставки товара покупателю);
- связанные с местом (местоположением) - продвижение товара непосредственно к потребителю;
- персональные - доверительные и стабильные межличностные контакты с покупателем (клиентом).

В соответствии с выбранной стратегической альтернативой, прежде всего, разрабатывается коммерческое предложение клиенту, а затем организуется сбыт.

Стратегия преимуществ состоит в разработке исключительного по уровню качества (преимуществ) коммерческого предложения клиенту, при одновременном обеспечении соответствия этого предложения профилю деятельности сбытовой службы. Преимущества могут заключаться также и в самом процессе сбыта (высокая эффективность процесса продвижения товара, интенсивное консультирование покупателя).

При использовании стратегии снижения продажных цен вся сбытовая деятельность предприятия - начиная с этапа формирования коммерческого предложения - находится в условиях ограничений по уровню цены. В соответствии с этим и выбор системы сбыта должен происходить главным образом с точки зрения снижения издержек обращения.

Методы сбыта. На основе выбранной стратегии сбыта должны быть установлены методы сбыта. Методы сбыта описывают, какими должны быть способы работы на рынке ("обработки рынка"). Для этого решается, какие выбрать системы сбыта (прямой или косвенный сбыт), какие применять формы и инструменты сбыта, насколько интенсивной должна быть поддержка сбыта с помощью рекламы.

При разработке методов сбыта необходимо учитывать соотношение результативности и расходов по сбыту, находящихся в определенной предельной корреляции между собой, поскольку при достижении определенной величины дополнительные затраты по сбыту не приносят соответствующей отдачи.

Управление сбытом должно стимулировать, побуждать продавца применять такой стиль продажи, который способствовал бы укреплению контактов с клиентом и находился в согласии со стратегией сбыта.

Расширение производственных мощностей и ассортимента продукции. В настоящее время ДП «Викос – продукты питания» производит строительство новой фабрики в свободной экономической зоне Журжево, что будет способствовать созданию новых рабочих мест, расширению производственных мощностей, льготное налогообложение приведет к снижению себестоимости продукции.

Независимой экспертной группой был проведен опрос населения города Витебска. На вопрос «Какие новые виды шоколадной продукции Вы хотели бы видеть», 72 % респондентов заявили, что можно расширить ассортимент за счет выпуска кремов в тубиках для украшения тортов и т.п. Производство данного продукта легко организовать при имеющихся производственных мощностях и технологических возможностях путем введения трехсменного режима работы.

Так как процесс производства полностью автоматизирован и не требует постоянного вмешательства работника, потребуются оператор автоматической линии, контролер, два рабочих. Для производства шоколадного крема необходимы те же компоненты, что для пасты, но с меньшим содержанием отвердителя жира, поскольку крем должен быть более жидким. Тара и упаковка поставляются из Германии. Крем предлагается расфасовывать в полистирольные тубики массой 200 грамм. Планируемый выпуск - 250 тысяч тубиков или 50 тысяч килограмм в месяц.

После расчета себестоимости единицы новой продукции был определен экономический эффект от внедрения данного мероприятия: сумма фактической себестоимости 248 440 рублей, проектная отпускная цена 320 900 рублей. Тогда прибыль от реализации единицы продукции составит 81 460 рублей, что позволяет говорить о высокой перспективности и надежности подобных инноваций. Экономический эффект на весь выпуск составит 20365 млн. рублей.

МЕТОДОЛОГИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ИМУЩЕСТВЕННЫХ СДЕЛОК

А. В. Бугаев

*Витебский филиал УО «Институт современных
знаний»*

Как известно, бухгалтерский учет является одной из функций управления, призванной обеспечить субъект управления информацией о состоянии и движении имущества и обязательств организации (статья 2 Закона РБ «О бухгалтерском учете и отчетности»). Поэтому без кардинального решения проблем бухгалтерского учета невозможно повысить эффективность управления в сфере малого бизнеса. Проблемы, имеющиеся в бухгалтерском учете, наиболее остро проявляются из-за недостаточной разработанности вопросов теории, методологии и методики бухгалтерского учета, связанных с расширением сферы гражданско-правовых отношений субъектов хозяйствования.