

УДК 338(476)

ОЦЕНКА ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «НПП ЮНИ»

Студ. Марченко Е. С., к. э. н., доц., Прокофьев Н. Л.

Витебский государственный технологический университет

Основным видом деятельности ООО «НПП ЮНИ» является производство столярных изделий и сопутствующего погонажа: полотна дверные глухие; полотна дверные остеклённые; блоки дверные глухие; блоки дверные остеклённые; коробка дверная; наличник.

Ламинированные дверные полотна выполняется в следующих декорах: миланский (светлый) орех, итальянский (тёмный) орех, дуб тёмный, белёный и скальный (серый и коричневый), сатин тёмный, светлый и бежевый, тис полярный и фантазия орион. Всего 12 различных цветовых решений для любой модели из серии .

Предприятие относится к категории малых. Фактическая среднегодовая численность сотрудников предприятия в период с 2010 по 2012 года составляла 39, 46 и 51 человек соответственно. Предприятие не имеет выделенных функциональных служб. Отдельные коммерческие функции (организация учёта и контроля продаж, установление хозяйственных связей с покупателями и поставщиками и другие) распределены между административными работниками.

ООО "НПП ЮНИ" осуществляет экспортно-импортные операции: импортирует из Российской Федерации материалы и комплектующие для производства и товары для перепродажи; готовая продукция экспортируется в страны Таможенного Союза (Россия, Казахстан), Литву, Молдову, Азербайджан. Внешнеторговое сальдо в исследуемом периоде стало положительным (таблица 1).

Таблица 1 – Внешнеторговое сальдо ООО "НПП ЮНИ" за 2010-2012 годы

В млн. руб.

Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Абсолютное отклонение, +/-		Темп роста, %	
				2012 г. к 2011 г.	2012 г. к 2010 г.	2012 г. к 2011 г.	2012 г. к 2010 г.
Внешнеторговое сальдо	-476,8	393,2	135	-258,20	611,80	34,33	-28,31

Источник: составлено по данным предприятия.

При экспорте продукции предприятие установило 100 % предоплату партий товара. И только постоянным покупателям, с которыми предприятие поддерживает многолетние отношения и которые являются одними из крупнейших заказчиков, предоставлена возможность отсрочки платежа за поставку, чтобы не потерять крупнейшие каналы сбыта. Таможенное оформление товара, необходимое на территории Беларусь для экспорта товара, осуществляется предприятие за свой счёт.

Практически весь объём экспорта приходится на Российскую Федерацию. В Казахстан, Литву, Молдову и Азербайджан предприятие поставляет продукцию для 1-2 покупателей. Необходимость экспортовать продукцию в данные страны обусловлена потребностью предприятия в валюте для закупки сырья, материалов и комплектующих у российских поставщиков, так как валютой расчёта служит российский рубль. Расчёты за поставку продукции в страны Европейского Союза осуществляются в евро, в остальные - в долларах США (таблица 2).

Таблица 2 – Структура и динамика экспорта продукции различным покупателям в 2010-2012 годы

В %

Покупатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Темп роста, %	
				2012 г. к 2011 г.	2012 г. к 2010 г.
РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ	61,4	65,8	62,2	213,41	741,89
РЕСПУБЛИКА МОЛОДАВА	–	–	4,1	100,00	100,00
РЕСПУБЛИКА ЛИТВА	–	7,4	5,5	166,16	–
РЕСПУБЛИКА ЛАТВИЯ	–	7,4	10,2	318,63	–
РЕСПУБЛИКА АЗЕРБАЙДЖАН	13,8	8,3	9,3	251,35	491,61
РЕСПУБЛИКА КАЗАХСТАН	24,8	11,1	8,7	175,91	255,57
Объём экспорта,	100	100	100	225,73	731,37

Источник: составлено по данным предприятия.

Наибольшая доля экспорта за весь исследуемый период приходится на Российскую Федерацию, наименьшая доля продукции поставляется в Республику Молдову, в Литву и Казахстан.

Привлекательность российского рынка для сбыта определяется отсутствием необходимости таможенного оформления товара, более высоким уровнем покупательной способности населения, исторической родственностью вкусов, традиций и обычаяв.

Увеличивающиеся объёмы заказов свидетельствуют о том, что продукция предприятия пользуется спросом и является конкурентоспособной в своём сегменте дверей эконом-класса.

Все заказчики приобретают товар большими партиями с целью их розничной или оптовой продажи в своих регионах. Создание оптовых каналов сбыта является одним из наиболее приоритетных направлений увеличения сбыта продукции.

Предприятие использует импортируемые материалы и комплектующие для изготовления продукции. Отразим структуру материальных затрат на производство готовой продукции в разрезе импортной и отечественной составляющей и представим данные в таблице 3.

Таблица 3 – Структура и динамика материальных затрат на производство готовой продукции

Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Темп роста, %	
				2012 г. к 2011 г.	2012 г. к 2010 г.
Материальные затраты на производство, млн.руб.	100	100	100	144,29	304,31
Доля импорта в общей величине материальных затрат, %	48,22	19,09	44,67	–	–

Источник: составлено автором по данным предприятия.

Существенным недостатком учёта в организации является отсутствие специальной формы для данных по импортно-экспортным операциям, в которых отражались бы основные показатели эффективности внешнеторговой деятельности: объёмы экспорта и импорта, прибыль от экспорта (отдельный учёт прибыли от экспорта не ведётся, её сумма включена в сумму общей прибыли предприятия), затраты по экспорту, рентабельность экспортной продукции. Более того, анализ ВЭД на предприятии не осуществляется. Единственным показателем оценки ВЭД предприятия, информация по которому отслеживается ежемесячно, является внешнеторговое сальдо – важнейший показатель для организаций, осуществляющих как экспортные, так и импортные операции. По данному показателю организация ежемесячно отчитывается перед витебским областным исполнительным комитетом. Информация о величине сальдо предоставляется на специальном фирменном бланке за подпись директора предприятия. В процессе исследования были рассчитаны показатели (таблица 4) и предложен алгоритм их мониторинга в последующей деятельности.

Таблица 4 - Показатели эффективности внешнеторговой деятельности ООО "НПП ЮНИ" за 2010-2012 годы

Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Абсолютное отклонение, +/-		Темп роста, %	
				2012 г. к 2011 г.	2012 г. к 2010 г.	2012 г. к 2011 г.	2012 г. к 2010 г.
Объём экспорта, млн. руб.	329	1065	2404	1339	2075	225,73	730,70
Объём полных затрат на экспорт, млн. руб.	310	926	2019	1093	1709	218,03	651,29
Прибыль от экспорта, млн. руб.	19	139	385	246	366	276,98	2026,32
Рентабельность экспортной продукции, %	5,59	13,01	16,02	3,01	10,43	123,14	286,58

Источник: составлено автором по данным предприятия.

Как видно из таблицы 4, динамика прибыли от экспорта предприятия носит положительный характер. В целом за исследуемый период величина прибыли от экспорта увеличилась на 366 млн. руб. и составила в 2012 году 385 млн. руб. Рентабельность экспортной продукции в исследуемом периоде увеличилась на 10,43 п.п. (или на 186,58 %) и составила в 2012 году 16,02 %.

В 2013 году руководство предприятия приняло решение о начале производства нового вида дверей более высокого качества, которые будут отличаться по внешнему виду: поверхность дверного полотна будет не гладкой, а иметь различного вида рифлёный рисунок, что придаст необычный внешний вид. Данный вид дверей будет производиться в различной цветовой гамме,

а так же по специальным заказам с изменением стандартных размеров согласно потребностям покупателей. Продукция будет предлагаться на внешний рынок, поэтому усиление контроля за внешнеторговой деятельности позволит снизить финансовые риски.

УДК 658.310.9(465.5)

МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРУДА ПЕРСОНАЛА НА УП «ВИТЕБСКГАЗСТРОЙ»

Студ. Матусевич Ю.В., Погорельская И.С., к.с.-х.н., доц. Бекиш Е.И.

Витебск, ВФ УО ФПБ Международный университет «МИТСО»

Менеджмент, или управление предприятием – это процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать и достичь цели организации посредством воздействия на других людей.

Мотивация – одна из основных функций деятельности любого менеджера, и именно с ее помощью оказывается воздействие на персонал предприятия.

Функция мотивации заключается в том, что она оказывает влияние на трудовой коллектив предприятия в форме побудительных мотивов к эффективному труду, общественного воздействия, коллективных и индивидуальных поощрительных мер. Указанные формы воздействия активизируют работу субъектов управления, повышают эффективность всей системы управления предприятием, организацией.

Сущность мотивации заключается в том, чтобы персонал фирмы выполнял работу в соответствии с делегированными ему правами и обязанностями, сообразуясь с принятыми управленческими решениями.

Главная задача с точки зрения мотивационного процесса работников – это сделать их не столько обладателями средств производства, сколько владельцами своей собственной рабочей силы.

Нами изучена мотивация труда в управлении производственного коллектива на примере УП «Витебскоблгаз». Были рассмотрены технико-экономические показатели УП «Витебскгаз» за 3 года и проведён их анализ.

Выручка от реализации продукции, работ, услуг имеет тенденцию к увеличению. Так начиная с 2011 года по 2013 год – выручка постоянно растёт. В 2011 году выручка составила 14074 млн. руб., в 2012 году – 21860 млн. руб., а в 2013 году выручка составила – 32206 млн. руб. Темп роста 2012 г. к 2011 г. – составил – 155,3%, а 2013 г. к 2012 г. составил – 147,3 %. Закономерен и устойчивый рост себестоимости реализованной продукции: в 2011 г. он составил 12342 млн. руб. и в 2012 г. 18577 млн. руб., в 2013 г. – 25905 млн. руб. Следует отметить, что прирост себестоимости меньше прироста выручки, что является положительным моментом для предприятия и ведет к росту рентабельности.

Прибыль от реализации продукции, работ, услуг в 2011 г. выросла до 530 млн. руб., в 2012 году также наблюдается рост до 1274 млн. руб., в 2013 году составила – 2251 млн. руб. Такой значительный рост прибыли говорит об эффективном ведении производственной деятельности предприятия и об его устойчивом положении на рынке; в отношении среднесписочной численности работающих следует отметить тенденцию ее незначительного изменения. Чистая прибыль с 2011 г. по 2012 г. – увеличивалась и составила 380 млн. руб., по сравнению с 2011 г. – которая составила 221 млн. руб., а в 2013 г. чистая прибыль составила 219 млн. руб. Чистая прибыль в 2013 г. – уменьшилась по сравнению с 2012 годом на 161 млн. руб. Затраты на рубль реализованной продукции в 2011 году составили 0,87 руб. В 2012 году затраты увеличились на 0,11 п.п., а в 2013 году снова снизились на 0,02 п.п. Рентабельность продукции в 2011 году составила 4,29 %, в 2012 году рентабельность возросла до 6,85 %, в 2013 году рентабельность также увеличилась и составила 8,68 %.

Среднемесячная заработная плата с 2011 г. по 2013 увеличилась и составила 7105067 руб. Производительность труда в 2011 году составила 96,7 %, в 2012 году этот показатель составил 158,6 %, а в 2013 году составила – 231,86 %.

При анализе динамики изменения среднемесячной зарплаты установлено, что если в 2011 году этот показатель составил 2247575 млн. руб., то в 2012 году он вырос и составил 4090675 млн. руб., в 2013 году – 7105067 млн. руб. Коэффициент опережения с каждым годом идет на уменьшение.

Выявлено, что темпы роста производительности труда в УП «Витебскгаз» с 2011 – 2013 гг.