

РАЗРАБОТКА НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ОАО «ГОМЕЛЬСКИЙ ХИМИЧЕСКИЙ ЗАВОД»

Кабанов Д. Н.

Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины, г. Гомель

Научный руководитель Панова Т. И., канд. экон. наук, доц.

Эффективность реализации продукции является важнейшим объектом управления на любом промышленном предприятии. Чтобы разрабатывать направления ее повышения, необходимо выделить «точки управленческих воздействий», то есть определить, какие факторы влияют на данный показатель в наибольшей степени. Для этой цели нами был использован метод экспертных оценок. В результате был сделан вывод, что основные усилия должны быть сосредоточены на конкурентном анализе внешних рынков сбыта[1].

Основными внешними рынками сбыта для ОАО «Гомельский химический завод» являются страны СНГ и Западной Европы. Основную часть своей продукции ОАО «Гомельский химический завод» реализует на довольно узком сегменте рынка. Это оптовые организации или организации агропромышленного комплекса, занимающиеся поставками непосредственно потребителям удобрений, а также сами сельскохозяйственные производители. Для этого сегмента выпускается номенклатура удобрений достаточно широкая, цена которой постоянно изменяется в зависимости от спроса.

Данные об экспорте продукции азотно-фосфорно-калийных удобрений ОАО «Гомельский химзавод» в разрезе стран представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Экспорт азотно-фосфорно-калийных удобрений ОАО «Гомельский химический завод» за 2017-2018 год

Страна	2017 г.			2018 г.			Отклонение, количество тонн
	Количество, тонн	Цена за тонну, долл.	Рентабельность, %	Количество, тонн	Цена за тонну, долл.	Рентабельность, %	
Украина	290519,07	261,04	16,159	309547,31	247,99	23,7	19028,24
Литва	138726,73	239,28	10,153	122362,40	229,71	22,4	-16364,33
Польша	74514,50	243,86	9,867	79161,07	234,11	20,7	4646,58
Латвия	6115,76	253,99	7,722	11625,78	246,37	15,4	5510,02
Чехия	3066,03	236,60	2,717	958,73	229,50	9,4	-2107,30
Армения	170,14	273,89	13,156	159,69	262,94	23,1	-10,45
Азербайджан	1541,57	235,88	22,308	1562,29	228,81	29,6	20,72
Грузия	129,93	258,61	17,017	1938,91	248,27	25,7	1808,99
Румыния	2191,20	278,93	16,731	4522,85	267,77	24,4	2331,65
Молдова	1518,89	260,92	18,161	845,60	253,09	27,1	-673,29
Африка	11222,12	217,55	1,144	6563,92	213,20	6,7	-4658,21
Вьетнам	278,41	248,16	11,869	103,13	240,71	21,6	-175,28
Россия	3312,06	243,33	10,01	3945,17	231,17	19,4	633,11
ИТОГО	533306,39	250,16	12,078	543296,84	241,05	20,7077	9990,45

Экспорт ОАО «Гомельский химзавод» в 2018 г. увеличился на 9990,45 тонн удобрений. Основным экспортным продуктом, достигающим в общем объеме реализации продукции на экспорт более 95 %, являются удобрения азотно-фосфорно-калийные (NPK) и азотно-фосфорные комплексные различных составов (NP). Номенклатура NPK удобрений достаточно широка, предприятие в состоянии выпускать более 40 марок с добавлением макро- и микроэлементов.

Как видно, основные объемы экспорта за последние два года были в Украину, Литву и Польшу – более 90% в натуральном выражении.

Наиболее емким и премиальным для Общества по-прежнему остается рынок Украины. Потребление сложных удобрений в Украине является рекордным за последние пять лет благодаря наращиванию выпуска сельскохозяйственной продукции в агрохолдингах. В 2018 году емкость рынка составила 1,60 млн т, то есть на 9% больше, чем за 2017 г. Доля Общества на рынке Украины пятый год подряд составляет порядка 20%, основной конкурент на рынке – российские производители, которые занимают около 70% рынка.

Более 30% составляет доля экспорта удобрений в Литву. Благодаря государственным субсидиям сельское хозяйство Литвы является достаточно перспективным. Пахотные площади занимают около 35% территории республики, а сельскохозяйственные угодья – около 45%. По итогам 2018 года абсолютный потенциал рынка Литвы составляет 700 тыс. тонн NPK в натуральном выражении. Доля ОАО «Гомельский химический завод» на данном рынке составляет 15 %. Но вероятность значительного прироста объемов поставок в этот регион мала по причине высокой конкуренции с российскими и литовскими производителями.

Емкость рынка Польши по NPK удобрениям составляет порядка 1 млн тонн. Доля ОАО «Гомельский химический завод» на данном рынке составляет 9 %. Рынок удобрений Польши характеризуется наличием собственных крупных производителей, производственные возможности которых позволяют в значительной степени закрывать потребности внутреннего рынка.

Латвия собственных производителей минеральных удобрений не имеет. Потенциал рынка Латвии составляет порядка 200 тыс. тонн NPK удобрений. Доля ОАО «Гомельский химический завод» на рынке Латвии составляет около 10%. Латвийский рынок - это довольно стабильный рынок, как по составу игроков, так и по интересам поставщиков. Латвия отличается тем, что там работают сельскохозяйственные кооперативы с довольно высоким управленческим уровнем. На рынке достаточно активно действуют основных пятеро игроков, которые делят рынок более или менее поровну, такие как: Baltic Agro, Latraps, Elagro Trade, Scandagra, VAKS. Данные фирмы преимущественно осуществляют поставку удобрений фермерским хозяйствам с дальнейшей возможностью расчистки выращенной продукцией.

Российские производители имеют один из самых низких показателей себестоимости и производства азотных и фосфорных удобрений в мире и, как следствие, обладают существенным запасом «прочности» по отношению к ОАО «Гомельский химический завод», доля которого на европейском рынке производителей составляет менее 0,5 %, поэтому влиять серьезным образом на рынок или цены Общество, конечно, не может.

Поэтому для успешного продвижения товара на рынках Европы ОАО «Гомельский химический завод» должен применять элементы диверсификации. Расширение существующей ниши может быть достигнуто и за счет предложения на тех же сегментах новой продукции. Это касается в основном интенсификации продвижения комплексных удобрений NPK, жизненный цикл которых успешно прошел фазу внедрения и находится в фазе роста либо зрелости (в зависимости от региона).

На внешнем рынке ОАО «Гомельский химический завод» придерживается стратегии следования за лидером. На этом сегменте организация ищет покупателя, который предложит оптимальные условия оплаты и возможность работы в межсезонье, а также предлагает существующий уровень международной цены. При этом необходимо уделять особое внимание гибкому реагированию на меняющуюся конъюнктуру рынка и снижению собственных издержек.

Экспортные цены на удобрения Общество формирует по принципу соответствия ценам, складывающимся на международных рынках. Источниками информации для отслеживания международных цен служат материалы Московской фондовой биржи, еженедельники «Fertilizer market bulletin», Fertilizer Week» и другие.

На каждом сегменте внешнего рынка формируется своя собственная цена, что видно по данным таблицы 1. Вследствие повышенного спроса на NPK удобрения в 2018 году сложилась ценовая максимум в продажах, однако разброс цен довольно велик. На рынках Чехии, Польши и Азербайджана цены на NPK удобрения существенно ниже, чем в странах Румынии и Армении. Максимальная стоимость одной тонны NPK удобрений в 2018 г. сложилась в Румынии – 267,77 долл./тонн, минимальная в странах Африки и составляет 213,20 долл./тонн.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что наиболее выгодными по ценовому фактору являются рынки сбыта Армении, Румынии и Грузии. Следовательно, основное направление повышения эффективности - расширение присутствия ОАО на данных рынках.

Действенным инструментом для продвижения товаров на конкурентных рынках является снижение себестоимости продукции. С этой целью Общество планирует реконструкцию цеха серной кислоты.

Кроме того, следует уделить внимание вопросам логистики. Сокращения затрат на транспортировку готовой продукции можно достичь путем увеличения собственного железнодорожного парка, а также с помощью замен повагонных отправок на групповые отправки при отправлении груженого подвижного состава от грузоотправителя[2].

Список литературы:

1. Кабанов, Д.Н. Экспертная оценка факторов, влияющих на эффективность реализации продукции [Электронный ресурс]// Теория и практика современной науки. – ИУСЭР – Саратов.–2019. – №12(54).

2. Кабанов, Д.Н. Снижение себестоимости химической продукции как фактор повышения эффективности ее реализации [Электронный ресурс]// Теория и практика современной науки. – ИУСЭР – Саратов. – 2019. – №12(54).

УДК 657

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Москаленко А. С.

Витебский государственный технологический университет, г. Витебск

Научный руководитель: Касаева Т. В., к.т.н., доцент

Проблема оценки финансовой эффективности деятельности организации остается одной из самых сложных в настоящее время. В современной литературе можно встретить разные точки зрения на понятие эффективности, методы ее оценки и выделяемые показатели.

Большинство авторов принимают точку зрения, согласно которой оценка финансовой эффективности должна носить комплексный характер и отражаться системой показателей: платежеспособности, финансовых результатов, устойчивости, денежных потоков, деловой активности. Выделение каждого из представленных блоков показателей обусловлено их различиями с точки зрения целевой направленности; роли, которую они играют для бизнеса в целом, а также заинтересованных субъектов. Бухгалтерская отчетность, являясь общедоступным источником информации о деятельности организации, содержит основные данные для достижения своих целей различными группами пользователей. Представленный выше подход к оценке финансовой эффективности возможно реализовать, используя лишь данные бухгалтерской отчетности.

Вместе с тем эволюция мировой экономической мысли привела к появлению альтернативных подходов к оценке финансовой эффективности. Возрастающее внимание к показателю добавленной стоимости в национальной экономике расширило границы его применения. Многие экономисты видят в нем не столько производственный эффект, сколько финансовый, и предлагают использовать показатель добавленной стоимости в расчете показателей финансовой эффективности [1]. Результаты выполненного нами ранее исследования показали, что замена традиционного показателя финансового эффекта – чистой прибыли – на показатель добавленной стоимости приводит к изменению представления об эффективности бизнеса. Оценивая финансовую эффективность одной организации с помощью названных выше показателей, можно получить ее противоположные характеристики [2].

В национальной статистической практике добавленная стоимость на уровне организации рассчитывается на основе данных формы 4-ф (затраты) «Отчет о затратах на производ-