

Поэтому мы рекомендуем белорусским молочным комбинатам не только работать над оптимизацией себестоимости, но и освоить биржевую торговлю финансовыми инструментами для хеджирования бизнес-планов и проектов. Наиболее правильным решением представляется продажа дальних фьючерсов, которые будут на 30—40 % дороже текущих мировых цен на молокопродукты.

Комплексное хеджирование инвестиционных и валютных рисков может дать синергетический эффект: укрепить ценовую конкурентоспособность наших экспортеров (для них не таким болезненным будет снижение цен текущих контрактов), сгенерировать дополнительный денежный поток. При непрерывном хеджировании у компаний появятся нереализационные доходы от продажи молочных и валютных фьючерсов, которые покроют убытки от текущей деятельности. При экспорте в Россию можно хеджировать валютные риски через российский фьючерсный рынок, приобретая фьючерсный контракт на один-три месяца в зависимости от срока платежа за поставленную продукцию.

УДК 657

А. Оботурова

(Российская Федерация)

Научный руководитель: О.С. Москвина, к.э.н., доцент

Вологодский государственный университет

ПРИМЕНЕНИЕ АВС-МЕТОДА и ХУЗ-МЕТОДА В ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕТА РАСЧЕТОВ С КОНТРАГЕНТАМИ

Возникающая в процессе расчетов дебиторская и кредиторская задолженность - неизбежное следствие существующей в настоящее время системы денежных отношений между организациями. Четкая организация расчетов между поставщиками и покупателями оказывает непосредственное влияние финансовое состояние хозяйствующего субъекта и перспективы его развития.

Объектом исследования в данной работе выступает ООО «ВологдаСкан». Основные направления деятельности организации: торговля автотранспортными средствами; техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств; торговля автомобильными деталями узлами и принадлежностями.

Анализ имеющейся задолженности ООО «ВологдаСкан» показал, что кредиторская задолженность растет более высокими темпами, чем дебиторская задолженность. Наибольший удельный вес в структуре дебиторской задолженности ООО «ВологдаСкан» занимают авансы, выданные поставщикам и подрядчикам, а также задолженность покупателей и заказ-

чиков. Наибольший удельный вес в структуре кредиторской задолженности ООО «ВологдаСкан» занимают расчеты с поставщиками и подрядчиками. Оборачиваемость дебиторской задолженности выше оборачиваемости кредиторской, что является благоприятным фактором в деятельности.

Для повышения эффективности работы с поставщиками и покупателями в ООО «ВологдаСкан» может быть предложено использование методов ABC- и XYZ-анализа. Цель методов - выявление основных направлений управления дебиторами и кредиторами, путем определения их приоритетности. Комбинация данных методов дает возможность получить дополнительную информацию о поставщиках и покупателями, с которыми сотрудничает предприятие и выработать оптимальную стратегию взаимодействия с ними.

Группировка поставщиков ООО «ВологдаСкан» по результатам ABC-анализа и XYZ-анализа и определение стратегии взаимодействия с ними представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Группировка поставщиков ООО «ВологдаСкан»

| Группа поставщиков | Наименование предприятий | Стратегия | Суть стратегии |
|-----------------------------------|--|----------------------|----------------------------|
| А В | ООО «Скания-Русь» ЗАО «Новтрак» ООО «Север-Скан» ООО «АрхСкан» ООО «Петроскан» | Стратегия прогресса | Повышение объемов поставок |
| А В С (12 предприятий) | ИП Смирнова Н.А. ИП Удальцов Д.С. ЗАО АУДИОТЕЛЕ» ООО «Экотрак» ООО «Диаман» ИП Киселев С.М. | Стратегия укрепления | Сохранение объема закупок |
| С (оставшаяся группа предприятий) | | Стратегия ухода | Снижение объемов поставок |

Проведенный анализ 138 поставщиков показывает, что наибольший взнос в формирование общего объема (79,8%) сделал всего один поставщик, который вошел в группу А. В группу В вошло шесть поставщиков, на которых приходится 12,5% общего оборота. Остальные 7,7% оборота обеспечивали оставшиеся поставщики – группа С. Таким образом, при формировании политики работы с поставщиками следует обратить внимание на группу А и В, и постепенно менять политику относительно группы С.

Группировка покупателей ООО «ВологдаСкан» по результатам ABC-анализа и XYZ-анализа и определение стратегии взаимодействия с ними представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Группировка покупателей ООО «ВологдаСкан»

| Группа покупателей | Наименование предприятий | Стратегия | Суть стратегии |
|--------------------|--|-----------------------------|---|
| А В | ООО «ФАП» ЗАО «Белый ручей» ООО «ТракЦентр» ООО «СЗТЛК» ООО «Магистраль» | Стратегия прогресса | Повышение объемов продаж; поддерживающий маркетинг. |
| А В | ООО «Инвест-плюс» ООО «Стройснаб» ООО «Северстрой» ЗАО «Абиогрупп» ООО «Русстройбетон» | Стратегия укрепления | Сохранение объема продаж; стимулирующий маркетинг; дополнительные инвестиции. |
| С | ООО «Лидер» ООО «Вектор СК» ИП Борзенко Е.М. ООО «Термоизол» | Стратегия поддержания связи | Стимулирующий маркетинг. |

Проведенный анализ показал, что у организации достаточное количество устойчивых и постоянных покупателей. При формировании политики работы с покупателями предприятию следует уделить особое внимание группе С, чтобы простимулировать контрагентов и увеличить объем их покупок.

Таким образом, предложенные мероприятия позволят усилить позиции организации на рынке и улучшить финансовое состояние в перспективе.

УДК 657.47

Е. Оноприенко

Научный руководитель: Ю.П. Шаповалова, к.э.н., доцент
Луганский национальный аграрный университет

СУЩНОСТЬ УЧЕТА ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО И ОСНОВНЫЕ ПУТИ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Выпуск продукции, которая в последствии будет реализована, и получение максимальной прибыли является главной целью производственной деятельности предприятия. Но возможность её получения ограничена за-