

рыбной продукции с целью повышения экономической эффективности ОАО «Опытный рыбхоз «Селец» в работе предложено реализовать инвестиционный проект по реконструкции садковой линии по выращиванию осетровых рыб, а также проект реализации маркетинговой деятельности на базе интернета.

Инвестиционный проект «Реконструкция садковой линии по выращиванию осетровых рыб в ОАО «Опытный рыбхоз «Селец» Березовского района Брестской области» является актуальным, поскольку в настоящее время бетонные бассейны Белозерского отделения ОАО «Опытный рыбхоз «Селец» используются для содержания и выращивания рыбы лишь в период с ноября по апрель месяц. В остальное время высокая температура (выше 30°C) не позволяет их рационально задействовать. В связи с этим, в период с мая по октябрь, осетровые рыбы выращиваются на приспособленных площадях центрального участка рыбоводной организации. Проект предусматривает создание на базе мощностей ОАО «Опытный рыбхоз «Селец» установки с замкнутым циклом водоснабжения по выращиванию товарной продукции и рыбопосадочного материала осетровых видов рыб (ленский осетр, гибриды ленского осетра, бестер).

В связи с внедрением в рамках реализации проекта круглогодичного использования реконструируемых садков, отказом от сезонной транспортировки осетровых в летний период в холодные бассейны, будет обеспечено сокращение отхода рыбы, увеличение навески рыбы.

В результате – в сравнении с действующим производством осетровых по старой технологии достигается экономия удельных затрат в расчете на 1 т товарного осетра на 8,89 млн рублей. При полной загрузке новой садковой линии удельные затраты на 1 т товарного осетра снизятся на 3,4 %.

Разработаны предложения и системы оценки эффективности маркетинговой деятельности ОАО «Опытный рыбхоз «Селец» на базе интернета, которые позволят увеличить прибыль предприятия на 5 %. Балансовая рентабельность маркетинговой деятельности составит более 200 %.

Срок окупаемости предложенных мероприятий не превышает 0,35 года. Общая прибыль составит 1,6 млрд рублей.

УДК 339.18

Д. Кочерго

(Республика Беларусь)

Научный руководитель: Е.И. Подашевская, ст. преподаватель
Белорусский государственный аграрный технический университет

ABC-XYZ-АНАЛИЗ

НА ПРИМЕРЕ НАРОЧАНСКОГО ФИЛИАЛА

ОАО «МОЛОДЕЧНЕНСКИЙ МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ»

ABC-и XYZ-анализ проводятся с целью проанализировать продажи предприятия, для определения чётких лидеров среди всех групп товаров и для

корректировки ассортимента товаров. Анализ объединенных данных повышает качество решений и эффективность управления товарным ассортиментом. Результатом такого анализа является распределение товаров по группам, к каждой из которых можно применить стратегические шаблонные решения, значительно повышающие эффективность бизнеса.

Использование совмещенного ABC-XYZ-анализа позволяет: повысить эффективность системы управления запасами; повысить долю высокоприбыльных товаров без нарушения принципов ассортиментной политики; выявить ключевые товары и причины, влияющие на количество товаров хранящихся на складе.

Проведение ABC-анализа позволяет ранжировать товары на три группы, которые отличаются по своей значимости и вкладу в оборот или прибыль. Для Нарочанского филиала ОАО «Молодечненский молочный комбинат» товары А – наиболее ценные (молоко, масло, сметана, творог, майонез); В – промежуточные (сыр, кефир); С – наименее ценные (мороженное).

Проводя ABC-анализ по выручке, следует быть осторожным. Дело в том, что показатели по вполне ходовому товару могут быть занижены, если его долгое время не было в наличии. В результате этот товар может незаслуженно попасть в более низкую группу. Аналогичная ситуация возможна, когда по результатам ABC-анализа осуществляется ценообразование – дается более высокая наценка на слабо продающиеся позиции из группы С, и меньше – на обычно ходовые товары из группы А. При этом легко можно замкнуть причинно-следственную связь, когда одни позиции продаются хорошо, потому что они дешевые, а другие – плохо из-за завышенной цены. Но стоит поменять ситуацию с ценами, и картина по объемам продаж кардинально изменится. Вывод группы С из складских запасов необходимо производить очень осторожно. Такое решение должно быть экономически обоснованным, и простого разделения ассортимента на группы для этого недостаточно. Более того, если каждый месяц исключать группу С, то через некоторое время предприятию просто не будет что реализовать.

XYZ-анализ проводится в целях изучения стабильности продаж.

Товарные группы Х характеризуются стабильностью продаж, следовательно, по товарам Х можно делать оптимальные запасы, к этим товар относятся: творог, майонез. Товарные группы Y имеют колебания в спросе и объеме продаж. На предприятии такими товарами являются: сметана, сыр, кефир. Товары группы Z отличаются нерегулярным спросом, имеют непредсказуемые или очень большие колебания. Среди данной группы могут быть недавно поступившие в продажу товары, к которым относятся масло, мороженное.

Результаты совмещенного ABC-XYZ-анализа (рисунок) рассматриваются следующим образом:

Товары группы АХ и ВХ (творог, майонез) отличают высокий товарооборот и стабильность. Необходимо обеспечить постоянное наличие товара, долю товаров АХ следует увеличивать. Товары группы АУ и ВУ (молоко, сметана, сыр, кефир) при высоком товарообороте имеют недостаточную стабильность расхода, и, как следствие, для того, чтобы обеспечить постоянное наличие, нужно увеличить страховой запас. Товары группы АZ и ВZ (масло) при высоком товарообороте

отличаются низкой прогнозируемостью расхода. Попытка обеспечить гарантированное наличие по товарам данной группы только за счет избыточного страхового товарного запаса приведет к тому, что средний товарный запас компании значительно увеличится, поэтому по товарам данной группы следует пересмотреть систему заказов. Товары группы СХ, СУ на предприятии отсутствуют; В группу товаров CZ (мороженное) попадают все новые товары, товары спонтанного спроса. Эти товары нужно регулярно контролировать, т.к. именно из товаров этой группы возникают неликвидные или труднореализуемые товарные запасы.

Таблица 1 – ABC-XYZ-анализ на примере Нарочанского филиала ОАО «Молодечненский молочный комбинат»

Товары	Выручка, млн рублей			Общая выручка, млн руб.	Группы А, В, С	Группы X, Y, Z	Совмещенный ABC-XYZ
	январь	февраль	март				
Молоко	4780	3980	5139	13899	А	Y	AY
Масло	5089	4980	2395	12464	А	Z	AZ
Сметана	2540	2389	3861	8790	А	Y	AY
Творог	2056	2165	2562	6783	А	X	AX
Майонез	1589	1867	1890	5346	А	X	AX
Сыр	1459	1347	1783	4589	В	Y	BY
Кефир	1384	1276	1814	4474	В	Y	BY
Мороженное	2189	1789	11	3989	С	Z	CZ

Метод ABC-XYZ-анализ является информационной базой для планирования и формирования ассортимента на различных уровнях гибких логистических систем, системах снабжения и сбыта.

Ключом к устранению ненужных расходов в Нарочанском филиале ОАО «Молодечненский молочный комбинат» может послужить реалистичная оценка того, какие малоприбыльные товары или товары с небольшим объемом продаж все же следует поставлять на рынок. Разумеется, любое предприятие хотело бы обеспечивать доступность и бесперебойность поставок только самых прибыльных своих товаров. Однако для полного удовлетворения запросов ключевых потребителей поставщику иногда приходится снабжать их малоприбыльной продукцией в значительных объемах.

УДК 664.6/.7

Д. Марковская
(Республика Беларусь)

Научный руководитель: А.С. Марков, к.э.н., доцент
Белорусский государственный аграрный технический университет

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «ЛИДАХЛЕБОПРОДУКТ»

ОАО «Лидяхлебопродукт» обеспечивает местную хлебопекарную промышленность мукой пшеничной и ржаной. Основными потребителями