

УДК 658.5

Калинина Г.В., кандидат экономических наук

Институт Академии ФСИН России, г. Рязань

Лучкова И.В.

Рязанский государственный агротехнологический университет имени П.А. Костычева, Российская Федерация

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТРАТЕГИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

Потребительские свойства товаров обуславливают его возможности удовлетворять определенные нужды потребителя. В совокупности потребительские свойства составляют качество. К традиционным потребительским характеристикам товаров относятся функциональные, эргономические, эстетические свойства, свойства безопасности. В современных условиях ряд потребителей выдвигает на одно из приоритетных мест экологические свойства товара. Экологически чистым продуктом является продукт, который получен на чистой территории без дополнительного применения минеральных удобрений, пестицидов и других техногенных воздействий.

Традиционно, основными факторами, обеспечивающими увеличение объемов производства зерна, являются увеличение доз внесения минеральных и органических удобрений, использование химических и биологических средств защиты посевов от вредителей, болезней и сорняков и т.п. Однако все эти мероприятия проявляются в ухудшении агроэкологического состояния земель, росте негативного воздействия производства на окружающую природную среду. Отсюда вытекает необходимость согласованного развития производства и природопользования, при котором цели производства – обеспечение потребности человека в продуктах и услугах, и цели природопользования – обеспечение потребностей в природных ресурсах и сохранение благоприятной окружающей среды достигаются гармонично.

Экологическая составляющая потребляемых продуктов способствует формированию нового рынка экологически чистой продовольственной продукции. Компании, выходящие на этот рынок, получают реальные конкурентные преимущества в борьбе за потребителя. Выпуск экологически чистого продукта представляет собой сложный и трудоемкий процесс, который не возможен без специальных знаний и навыков в сфере не только сельскохозяйственного производства, но и экологии.

ООО Агрофирма «Шацкая» специализируется на производстве зерновых, зернобобовых и крупяных культур, их удельный вес в выручке предприятия в исследуемый период возрастает и в 2016 году составил 84,2% из всей продукции. На увеличение объемов производства зерна благотворное влияние оказало увеличение как посевных площадей, так и доз внесения минеральных удобрений. ООО Агрофирма «Шацкая» в 2016 году закупила мукомольное оборудование для организации собственной переработки. Производство зерновых в ООО Агрофирма «Шацкая» в первую очередь способствует поступлению наличных средств от продажи, а также создает необходимую базу для развития отрасли животноводства, становления собственного перерабатывающего производства.

Накопленный опыт производства зерна в ООО Агрофирма «Шацкая» позволяет определить как одно из наиболее перспективных направлений внедрения эко-бизнеса – производство экологически чистого зерна. Исследование перспектив производства экологического продукта зерновых культур необходимо строить на исследовании причинных связей и закономерностей развития элементов процесса, разложенных в определенной закономерности в пространстве и во времени. Однако данные исследования теряют смысл без учета влияния факторов внешней среды, исследования состояния конкурентного окружения предприятия. Таким образом, для выработки обоснованного управленческого решения требуется четко представлять окружающую среду и внутренний потенциал предприятия. Применение SWOT-анализа – наиболее простой и доступный метод, позволяющий проинтегрировать различные аспекты внешней и внутренней среды.

SWOT-анализ базируется на органическом сочетании анализа внутренних факторов развития (сильных и слабых сторон организации) и внешних факторов, которые характеризуют изменение во внешней среде функционирования предприятия в связи с появлением угроз и новых возможностей развития организации. Исходя из качества соответствия, делается вывод о том, в каком направлении организация должна развивать свой бизнес. SWOT-метод является эффективным средством систематического изучения и оценки потенциала, которым предприятие располагает для реализации ее экологической миссии и соответствующих данной миссии целей.

На основании проведенного анализа можно выделить сильные и слабые стороны в организации производства экологической зерновой продукции в ООО Агрофирма «Шацкая», которые представлены в таблице 1.

Для наиболее успешного развития предприятие должно четко определить стратегию и тактику дальнейшего развития. Если стратегия оторвана от объективных предпосылок и не обеспечена реальными возможностями предприятия, то при ее реализации вероятность неуспеха значительно выше. Поэтому важно провести оценку стратегий в разрезе:

S – O – наступление (развитие сильных сторон с использованием возможностей);

W – O – маневр (преодоление слабостей с использованием возможностей);

S – T – оборона (использование сильных сторон во избежание угроз);

W – T – фортификация (усиление слабых мест во избежание угроз).

Таблице 1 – Сильные и слабые стороны, возможности и угрозы производства экологических зерновых культур в ООО Агрофирма «Шацкая» в матрице SWOT-анализа

Возможности	Сильные стороны
1. расширение ассортимента производимой продукции; 2. удовлетворение повышенных требований клиента к качеству продукции; 3. выход на новые эко-рынки; 4. использование современных информационных технологий в сельскохозяйственном производстве и управлении; 5. государственное субсидирование и возмещение части затрат на производство эко-продукта.	1. увеличение среднегодовой численности работников, занятых в области производства экопродуктов; 2. высокий уровень организации агрономической службы и специалистов; 3. производство в соответствии со стандартами экологического земледелия; 4. высокое качество эко-продукции.
Угрозы	Слабые стороны
1. плохие погодные условия – снижают урожай и качество продукции; 2. ограниченность каналов сбыта продукции; 3. необходимость сертификации производства эко-продуктов; 4. ограниченный объем продаж из-за существенной зависимости от рынка потребителей.	1. рост себестоимости продукции; 2. использование ручного труда на различных этапах производства эко-продукции; 3. высокие цены на экологические продукты; 4. существенная зависимость от рынка потребителей.

Развитие потенциала предприятия как целого может осуществляться только через развитие компонентов его внутренней среды. Сильные стороны хозяйства позволяют ему превосходить конкурентов и обеспечивают дополнительные конкурентные возможности. Слабые стороны отражают отсутствие или недостаток существенных для конкуренции ресурсов, а также условия, ставящие её в неблагоприятное положение. Слабые стороны делают ООО Агрофирма «Шацкая» конкурентно уязвимым при производстве чистых и экологичных зерновых культур (таблица 2).

Таблица 2 – Разработка стратегий при производстве эко-зерна для ООО Агрофирма «Шацкая»

Стратегии вида S–O – силы–возможности	Стратегии вида W–O – слабости–возможности
1. снижение себестоимости за счет возмещения части затрат путем субсидирования; 2. поиск новых каналов сбыта, сделав акцент на качество экологически-чистой продукции.	1. использование современных технологий управления позволит автоматизировать процесс учета и планирования производства продукции; 2. разработка системы мотивации работников для повышения качества выполняемых работ.
Стратегии вида S–T – силы–угрозы	Стратегии вида W–T – слабости–угрозы
1. использование опыта производства зерновой продукции в разработке агротехнологии производства эко-продукции; 2. привлечение и удержание новых покупателей за счет высокого качества экологически чистой продукции.	1. контроль затрат на производство эко-продукции с целью снижения себестоимости; 2. регулярный контроль качества продукции и работ для сертификации эко-продукции.

Данная матрица предоставляет собой структурированное информационное поле, в которое позволяет стратегически ориентироваться и принимать решения. Реализация выявленных стратегий неизбежно приведет ООО Агрофирма «Шацкая» к изменениям. Важно определить те стратегии, которые наибольшим образом будут способствовать получению прибыли и станут основным орудием конкурентной борьбы, ее материальной основой. Большую актуальность имеет также стратегия контроля над затратами. Низкая рентабельность предприятия последних лет, в том числе, вызвана высокой себестоимостью. В таких условиях контроль над затратами – важный фактор не только повышения рентабельности, но и конкурентоспособности предприятия в целом.

Реализация эко-направленности в производстве требует комплексного рассмотрения технологических, экономических, социальных и экологических составляющих, так как производство экологически чистого продукта требует контроля за технологией производства, качеством получаемого продукта, влечет применение ручного труда и требует соответствующего материально вознаграждения. Таким образом, принятие решения о производстве эко-продукта является стратегической задачей функционирования предприятия, ориентированной на долгосрочные цели и удовлетворение нужд потребителя в эко-качестве товара.

Список использованной литературы

1. Калинина, Г.В. Отражение затрат на экологический продукт в интегрированной системе финансового и управленческого учета [Текст] / Г.В. Калинина, Е.Н. Курочкина, И.В. Лучкова // Экономика и

предпринимательство. – 2016.– № 11(ч.4). – С.684–689.

2. Калинина, Г.В., Лучкова, И.В., Курочкина, Е.Н. Экологические аспекты экономической безопасности России [Текст] / Г.В. Калинина, И.В. Лучкова, Е.Н. Курочкина // Сб. : Роль бухгалтерского учета, контроля и аудита в обеспечении экономической безопасности России : Сборник научных трудов. – Москва: «Научный консультант», 2015. – С. 163–184.

3. Калинина, Г.В., Учет факторов, влияющих на качество продукции сельского хозяйства в рамках управленческого учета [Текст] / Г.В.Калинина, И.В. Лучкова // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Транснаціоналізація економічних систем: тенденції та перспективи розвитку». Миколаїв: Видавничий дім «Гельветика», 2014. – С.287–289.

УДК 658.56

Сухова Ю.С.; Калинина Г.В., кандидат экономических наук
Институт Академии ФСИН России, г. Рязань, Российская Федерация

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ БРАКА КАК СПОСОБ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ

В процессе производственной деятельности любое предприятие заинтересовано в повышении качества своей продукции. На сегодняшний день рынок диктует очень строгие правила: если продукция не соответствует тем или иным требованиям покупателей, то изготовитель ни под каким предлогом не сможет ее реализовать. И несмотря ни на что, на любом производственном предприятии все равно существует вероятность появления брака в процессе производства. Следует отметить, что обнаружить брак может не только производитель, но и сам покупатель.

Брак в производстве включает в себя все те продукты, изделия и полуфабрикаты, которые не соответствуют установленным стандартам или условиям, а так же не могут быть использованы по определенному назначению. К браку нельзя отнести ту продукцию, которая была переведена по качеству из высшего сорта – в низший.

Брак в производстве может классифицироваться по нескольким признакам. Например, по месту обнаружения он может быть внутренним, который выявляется до отправки товара покупателю, и внешним, который обнаруживается потребителем в результате использования или же в процессе сборки товара. Так же можно выделить два основных типа брака в зависимости от характера: исправимый брак, то есть это изделия, детали, а так же полуфабрикаты, которые после некоторых исправления могут использоваться по прямому назначению; неисправимый брак – это брак, исправление которого будут черпать большие затраты, чем на изготовление новой продукции. При этом такую бракованную продукцию нельзя будет использовать по прямому назначению. Для того чтобы избежать такие ситуации на предприятиях образуют специальные подразделения, которые тщательно проверяют конечный продукт перед отправкой. Как правило, такие подразделения называются служба контроля качества.

Выявленный брак, в обязательном порядке, должен быть документально подтвержден. Выявление внешнего брака сопровождается формированием документа «Акт об установленном расхождении по количеству и качеству при приемке товарно-материальных ценностей» (Унифицированная форма № ТОРГ-2), который является юридическим основанием для предъявления претензии поставщику, отправителю.

Для документального оформления внутреннего брака унифицированной формы не существует, поэтому предприятие осуществляет ее разработку самостоятельно и утверждает в учетной политике предприятия.

В акте о браке должны содержаться следующие реквизиты:

- наименование изделия, который отравлен в брак, и его номенклатурный номер;
- причины брака, подлежит ли он исправлению и кем был допущен;
- количество продукции с браком и ее стоимость.

Акт о браке составляется в трех экземплярах, которые впоследствии передаются:

- бухгалтерии для того, чтобы рассчитать себестоимость брака и определить потери;
- технологической службе, которая занимается нормированием расхода материалов;
- цеху, который допустил брак.

На данном документе ставится отметка склада-получателя (цеха-получателя) о том, что туда поступила продукция с браком. При оценке потерь от брака его стоимость может быть уменьшена на стоимость забракованной продукции по цене ее возможного использования и на суммы, подлежащие взысканию с виновных лиц, допустивших брак.

Чтобы устранить или снизить выпуск бракованной продукции, необходимо определить причины их возникновения. Как правило, существует пять основных причин, с которыми связано появления брака на предприятии. К ним относятся: сырье, оборудование, технология производства, условия работы персонала на предприятии, непрофессионализм и безответственность рабочих во время производственного процесса.

В соответствии с причинами появления бракованной продукции, рассмотрим, какие же меры должны предпринимать производственные предприятия для их устранения (таблица 1).