

FUNDAMENTAL OBJECTIVES OF SUPPORTING ENTREPRENEURSHIP

© 2020 Lyukshin Nikita Alekseevich
Postgraduate
Samara State University of Economics
E-mail: nikita-lyukshin@yandex.ru

Keywords: small and medium-sized enterprises, state support, subsidies, start-up capital, legislative framework, social responsibility.

The article is devoted to the analysis of the problems of development of small and medium-sized enterprises in the Russian Federation, consideration of the results of a survey of students about their interest in entrepreneurial activity, familiarization with foreign practice of assisting business representatives.

УДК 664.69
Код РИНЦ 06.71.07

АНАЛИЗ РЫНКА МАКАРОННОГО ПРОИЗВОДСТВА НА ОСНОВЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО "БАРИЛЛА-РУС"

© 2020 Майснер Кристина Александровна
студент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: kmaisner2@gmail.com

Ключевые слова: рынок муки, рынок макаронного производства, твердая пшеница, Барилла-Рус, ликвидность предприятия, показатели рентабельности.

Статья посвящена анализу состояния рынка твердой пшеницы, его объемов производства, а также состоянию рынка макаронного производства и его дальнейших перспектив. Автор проводит данный анализ на примере деятельности итальянского предприятия ООО "Барилла-Рус".

Макаронные изделия являются товарами повседневного спроса и входят в число наиболее популярных пищевых продуктов у населения. В связи с этим российский рынок макаронных изделий в рассматриваемый период характеризуется относительной стабильностью без резких колебаний. Среднедушевое потребление макаронной продукции в 2017 году составило около 8,6 кг/чел, что не сравнится, конечно, с итальянским потреблением в 40 и более кг/чел.

Несмотря на то, что доходы населения в России все также остаются на прежнем уровне, все больше потребителей предпочитают брать макароны повышенного качества, среднего и премиум-сегмента. Это объясняется пропагандируемым здоровым образом жизни, что радует, ведь люди начали задумываться, что они едят и тем самым заставляют производителей изготавливать качественную продукцию без красителей, консервантов и

ГМО. Россияне стали обращать больше внимания на макаронные изделия, в состав которых входят овес, ячмень и рожь, а также на безглютеновые, цельнозерновые и другие изделия.

Компания Barilla один из ярких представителей макаронной отрасли. В России Barilla начала продажи в 2009 году, несмотря на довольно успешный бизнес не только у себя на родине, но и в США, Франции, Мексике и ряде других стран:- строительство заводов в США, создание совместного предприятия с ведущими брендами в Мексике, приобретение компании Hagrus - лидера среди производителей свежих хлебобулочных изделий во Франции и многих других, в России компания начинает продажи с небольшого портфеля выпечки, рынок которой существенно сокращался, при этом портфель пасты и соусов занимал незначительную долю и демонстрировал потенциал³.

Все изменения начались с приходом в штаб-квартиру компании Barilla, расположенную в Москве нового CEO Клаудيو Кольцани. Одной из ключевых стратегий выполнения новых планов стала региональная экспансия. "Ни для кого не секрет, что Россия сохраняет большой потенциал для западных производителей. И пусть многие считают, что времена активного роста прошли, на самом деле это не так". Развитие в России стало для Barilla одним из приоритетных направлений².

В 2013 году маркетологи поняли, что главным барьером на пути к развитию компании стоит лояльность сотрудников и большинство людей работали в компании уже около 30 лет. Компании просто необходим был глоток свежего воздуха, но донести эту информацию до коллег было не просто.

На сегодняшний день компания борется с проблемами продвижения товаров в разрез скидочному тренду. Ведь из-за постоянных скидочных акций между производителями разворачивается настоящая гонка в погоне за самыми низкими ценами. Из-за сложной экономической ситуации в стране объем продаж товаров по скидкам вырос в разы, люди обращают внимание не столько на бренд, сколько на желтый ценник и зачеркнутую цифру. И это, конечно, в большей степени осложняет работу предприятия².

Итальянская Barilla - мировой лидер по производству макарон. Пока у нее одна площадка в России - завод по производству макарон и хлеба для сэндвичей в подмосковном Солнечногорске. Российский фонд прямых инвестиций хочет стать соинвестором в проекте итальянской компании Barilla по расширению бизнеса в России. Barilla построит в подмосковной особой экономической зоне мельницу по производству муки из твердых сортов пшеницы и второй завод по производству макарон, что по расчетам ее аналитиков позволит удвоить производство макарон и получать сырье стабильно высокого качества³.

Стоит обратить внимание, что в России твердые сорта выращиваются не очень активно, из года в год наблюдаются не высокие показатели урожайности. Ежегодно импортируют в Россию большие объемы твердых сортов пшеницы из более теплых стран, так как она пользуется спросом среди потребителей и отличается высоким качеством¹.

В Союзе мукомолов утверждают, что годовой объем производства макаронной муки составляет около 300 тыс. тонн Для этого требуется немногим более 400 тыс. тонн пшеницы твердых сортов, а в России ежегодно выращивается только 500 тыс. тонн. Некоторые мукомольные комбинаты приводят цифру в 200 тыс. тонн.

Однако, данная статистика оценочная, никто в России точный подсчет данных по твердой пшенице не ведет и все ориентируются на приблизительные цифры. Недостоверность информации возникает еще из-за того, что многие сельхозпроизводители называют

твердой пшеницей мягкую твердозерную пшеницу с высокой стекловидностью. Она дает большую урожайность, нежели настоящая твердая, и многие считают, что выращивать ее выгоднее⁴.

На основе этих данных можно сделать вывод о том, что для производства высококачественной муки из твердых сортов пшеницы в России недостаточны объемы ее выращивания. Для производства макарон используется 99% твердой пшеницы. Поэтому Varilla может столкнуться с нехваткой сырья для своего производства.

Твердая пшеница пользуется спросом и если знать тонкости данного рынка, на ней можно сделать хорошую выручку. Однако утверждать, что производство твердой пшеницы выгоднее, чем производство мягкой, потому что стоит дороже, неправильно. Если бы это было так, все бы занялись твердой пшеницей, чего в реальности не происходит.

Твердую пшеницу сложнее не только выращивать, но и перерабатывать. Соответственно, такая мука стоит дороже: 7,5 тыс. руб./т против 6,5 тыс. руб./т за обычную мягкую муку. А спрос сейчас, не смотря на здоровый образ жизни, зависит именно от цены товара.

Также, при работе с твердой мукой быстрее изнашивается оборудование. Перед помолотом она должна замачиваться и отлеживаться 16.24 часов, что на 10 часов дольше мягкой. Влажность зерна должна быть от 16,5 до 16,8%, что также важно учитывать при производстве твердой муки⁴.

Таблица 1

Оценка ликвидности предприятия ООО "Барилла-Рус"

Показатели	2016	2017	2018
Оборотные активы предприятия	1 638 859	1 673 078	1 755 736
Краткосрочные пассивы	3 629 341	662 036	1 332 044
Производственные запасы	323 267	421 614	444 605
Денежные средства и денежные эквиваленты	125 238	70 065	184 376

Источник: Бухгалтерский баланс ООО "Барилла-Рус" по данным Росстата за 2016-2018 гг.

Рассчитаем необходимые для анализа платежеспособности предприятия показатели.

$$- \text{Ктл}_{2016} = \text{ОА/КП} = 0,45 \text{ п.п.} \quad - \text{Кал}_{2016} = \text{Д/КП} = 0,03$$

$$- \text{Ктл}_{2017} = 2,5 \text{ п.п.} \quad - \text{Кал}_{2017} = 0,11$$

$$- \text{Ктл}_{2018} = 1,3 \text{ п.п.} \quad - \text{Кал}_{2018} = 0,14$$

$$- \text{Ксл}_{2016} = (\text{ОА}-3)/\text{КП} = 0,36$$

$$- \text{Ксл}_{2017} = 1,9$$

$$- \text{Ксл}_{2018} = 1$$

По данным расчета видно, что коэффициент текущей ликвидности в 2018 году достиг 1,3 п.п. что в 2,9 раза превосходит показатель ликвидности 2016 года. Это говорит о том, что предприятие достаточно активно использовало свои оборотные активы, т.е. рационально была построена структура капитала. Однако показатели не остаются в пределах нормы (1,5- 2 и выше) и достигнет его только в 2017 году.

На основе показателей табл. 2 рассчитаем коэффициенты рентабельности:

$$\text{Р}_{\text{продаж}(2016)} = -4,4\% \quad \text{Р}_{\text{Собс. Капитала}(2016)} = -2945\%$$

$$\text{Р}_{\text{продаж}(2017)} = 7,5\% \quad \text{Р}_{\text{Собс. Капитала}(2017)} = -37\%$$

$$\text{Р}_{\text{продаж}(2018)} = 4,2\% \quad \text{Р}_{\text{Собс. капитала}(2018)} = 17\%$$

Показатели финансовой деятельности предприятия ООО "Барилла-Рус"

Показатель	2016	2017	2018
Выручка	3 870 410	4 482 004	5 195 856
Чистая прибыль (убыток)	147 434	(402 082)	432 483
Внеоборотные активы	1 983 277	1 180 180	2 555 595
Оборотные активы	1 638 859	1 673 078	1 755 736

Источник: Бухгалтерский баланс ООО "Барилла-Рус" по данным Росстата за 2016-2018 гг.

$$P_{\text{Активов}(2016)}=3,9\%$$

$$P_{\text{Активов}(2017)}= - 12,4 \%$$

$$P_{\text{Активов}(2018)}= 12,1\%$$

Рентабельность продаж показывает, что с 2017 года предприятие находится на стадии роста объемов продаж, в 2018 году наблюдалось незначительное снижение уровня рентабельности на 0,56 т. к. коэффициент рентабельности продаж опустился до уровня 4,2%, но веже для такого крупного предприятия рентабельность достаточно низкая.

Рентабельность собственного капитала показывающий, насколько эффективно был использован вложенный в дело капитал, по проведенному выше анализу можно сказать, о том что предприятие не всегда успешно использует свой собственный капитал в 2016 году этот показатель достиг минимума, а в 2017 году он возрос до 17%.

Рентабельность активов показывает, что оборотные активы и внеоборотные активы используются эффективно. Повышение эффективности управления активами предприятия увеличилось на 3,1 или на 31% соответственно в 2018 году по сравнению с 2016 годом.

Снижение показателя в 2017 году оправдано, если предприятие переходило на выпуск новых товаров или осваивало новую технологию, все это требует вложений в основные фонды, отдача от которых происходит не сразу.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод о том, что в данный момент предприятие рентабельно. Выручка от реализации продукции с каждым годом увеличивается, что говорит о том, что предприятие справляется с требованиями рынка покупателей. Кроме того, предприятие активно вкладывает в оборотные и внеоборотные активы, отдача от которых позволяет предприятию развиваться⁵.

¹ Гончаров С.В. Перспективы развития российского рынка твердой пшеницы // Вестник воронежского государственного университета 2018. № 2. С. 66-75.

² Макаров Я. Дарья Лиховидова, руководитель отдела маркетинга Barilla Россия и СНГ [Электронный ресурс] //Журнал Adindex Print Edition "Герои" 2020 г. Режим доступа: <https://adindex.ru/adindexprintedition/33/hero/>.

³ Дыховичная-Торриери М.Ю. Барилла, покорившая мир // Российское предпринимательство. - 2001. Издательство 2020 г. - Том 2. - № 5. - С. 36-41.

⁴ Ивановская А. Твердые сорта пшеницы где выращивают больше всего [Электронный ресурс] // Блог о дачной жизни - 2018 Режим доступа: <http://dacha-posadka.ru>.

⁵ Сергеев, И.В. Экономика организаций (предприятия): учеб. И практикум для прикладного бакалавриата/ И.В Сергеев, И.И. Веретенникова.-М.: Юрайт,2016.

ANALYSIS OF THE MARKET OF PASTA PRODUCTION BASED ON THE ACTIVITIES OF LLC "BARILLA-RUS"

© 2020 Meisner Kristina Aleksandrovna
Student
Samara State University of Economics
Email: kmaisner2@gmail.com

Keywords: flour market, pasta production market, durum wheat, Barilla-Rus, enterprise liquidity, profitability indicators.

The article is devoted to the analysis of the state of the durum wheat market, its production volumes, as well as the state of the pasta production market and its future prospects. The author carries out this analysis using the example of the activity of the Italian enterprise "Barilla-Rus".

УДК 338.512
Код РИНЦ 06.00.00

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

© 2020 Мантрова Мария Александровна*
студент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: alterrel@mail.ru

Ключевые слова: управление затратами, экономика, актуальные проблемы, методы управления затратами, стандарт-костинг, директ-костинг.

В статье рассматривается необходимость организации на предприятиях системы управления затратами, состоящей из нескольких функций. Раскрывается суть некоторых методов управления затратами. Выделяются основные проблемы, которые становятся преградой для создания целесообразной и эффективной системы управления затратами на производстве.

Проблема, связанная с управлением затратами, носит характер одной из важнейших и наиболее острой в рамках рыночной экономики, которая диктует жесткие правила для предприятий, соперничающих за конкурентное преимущество на рынке. Эти условия толкают предприятия повышать конкурентоспособность при помощи разных способов, одним из которых можно выделить себестоимость производимой продукции. Благодаря тому, что эффективное управление затратами уменьшает уровень цен на товары, предприятия, тем самым, могут укрепить свое положение, получив преимущество перед своими конкурентами, и повысить возможность получить преобладающую долю рынка для сбыта продукции.

* Научный руководитель - **Пименова Елена Михайловна**, кандидат экономических наук, доцент.