

Список литературы

1. Тарасова С. В. Микроэкономика. М. : Юрайт, 2014. 263 с.
2. Куприянов Л. Д. Прогноз рынка недвижимости. URL: http://www.astrakhanonline.ru/realty/rynok_nedvizhimosti_v_rossii_ne_vosstanovitsya_do_konca_2016_goda/

АНАЛИЗ ОСНОВНОГО И ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА НА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ г. АСТРАХАНИ

В. К. Лихобабин, А. А. Тычкина

Астраханский государственный архитектурно-строительный университет, г. Астрахань (Россия)

Одним из основных экономических показателей следует считать капитал [1]. На сегодняшний день в секторе реального капитала принято обращать внимание на новейшие и передовые технологии в производстве. В других развивающихся странах Россию принято считать «сырьевой колонией». Возможно этому послужило то, что экономика России направлена на увеличение экспорта сырья в первоначальном его виде. Анализ будет проводиться на примере четырех наиболее известных промышленных предприятий города. К ним относятся:

- Астраханский ликеро-водочный завод (АЛВЗ) – алкогольная продукция;
- Астраханская фармацевтическая фабрика (АФФ) – лекарственные препараты;
- Астраханский станкостроительный завод (АСЗ) – станки и комплектующие к ним;
- Астраханский домостроительный комбинат (АДСК) – промышленное и гражданское строительство

Таблица 1

Формулы, используемые для анализа капитала

№	Наименование	Формула
1	Коэффициент маневренности функционирующего капитала	$(\text{Капитал} + \text{Долгосрочные обязательства} - \text{Внеоборотные активы}) / \text{Капитал}$
2	Коэффициент оборачиваемости оборотного капитала	$\text{Выручка} / \text{Оборотный капитал}$
3	Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	$\text{Выручка} / \text{Собственный капитал}$
4	Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	$\text{Выручка} / ((\text{Кредиторская задол. нач.} - \text{Кредиторская задол. кон.}) / 2)$
5	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	$\text{Выручка} / ((\text{Дебитор. задолж. н} + \text{Дебитор. задол. кон.}) / 2)$
6	Фондоёмкость	$\text{Ср.г.ст-ть ОФ} / \text{Выручку}$
7	Фондоотдача	$\text{Выручка} / \text{Ср.г.ст-ть ОФ}$

Первый анализ будет проводиться по данным годового бухгалтерского баланса предприятия на примере Астраханского ликеро-водочного завода (АЛВЗ), данные о структуре капитала предприятия представлены в табл. 2.

Таблица 2

Анализ структуры капитал АЛВЗ

№	Наименование	2014 г.	2015 г.	Абсолютное знач. (+, -)	Относительное знач. (%)
1	Выручка	141781	142035	254	100,18
2	Сумма основных производственных фондов	31567	164417	132850	520,85
3	Сумма оборотных производственных фондов	259299	495374	236075	191,04
4	Коэффициент маневренности функционирующего капитала	0,9	0,5	-0,4	55,56
5	Коэффициент оборачиваемости оборотного капитала	0,55	0,3	-0,25	54,87
6	Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	0,4	0,4	0	0
7	Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	2,01	1,09	-0,92	54,39
8	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	0,71	1,15	0,44	162,8
9	Фондоёмкость	0,22	0,6	0,38	272,73
10	Фондоотдача	4,5	1,4	-3,1	31,11

Из полученного анализа можно что завод подорвал свою финансовую устойчивость, за счет неудачного вложения денежных средств в медленно реализующие активы. Также в связи с кризисной ситуацией увеличилось почти в 2 раза дебиторская задолженность. Фондоотдача на 2015 год упала почти в 3 раза это значит, что на АЛВЗ нерационально используются основные средства предприятия. Если в дальнейшем сохраниться тенденция к снижению фондоотдачи это приведет завод к убыткам, а в последующем к банкротству. О данной ситуации также свидетельствует показатель обратный фондоотдаче, это фондоёмкость из показателя можно еще раз убедиться, что предприятие нерационально использует свой основной капитал либо загруженность оборудования недостаточно полная.

Таблица 3

Анализ структуры капитал АФФ

№	Наименование	2014 г.	2015 г.	Абсолютное откл. (+, -)	Относительное откл. (%)
1	Выручка	16017,00	30999,00	14982,00	193,54
2	Сумма основных производственных фондов	8682,00	8564,00	-118,00	98,64
3	Сумма оборотных производственных фондов	20784,00	5307,00	-15477,00	25,53
4	Коэффициент маневренности функционирующего капитала	-0,20	4,20	4,40	-2100,00
5	Коэффициент оборачиваемости оборотного капитала	0,77	5,84	5,07	757,96
6	Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	2,36	-11,70	-14,06	-495,94
7	Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	1,33	2,04	0,71	153,11
8	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	18,50	24,09	5,59	130,23
9	Фондоемкость	0,52	0,28	-0,24	53,26
10	Фондоотдача	1,91	3,59	1,68	187,75

Переходя к анализу данного предприятия, можно заметить, что и на данной фабрике ситуация, сложившаяся внутри страны, сказывается незначительно, незначительно увеличился коэффициент кредиторской задолженности что свидетельствует о нестабильном финансовом положении предприятия. На данном предприятии, за год коэффициент маневренности функционирующего капитала вырос во много раз, что свидетельствует о улучшение положения дел, также увеличение коэффициента оборачиваемости оборотного капитала говорит о эффективном управление чистым оборотным капитал, в 2015 году продажи значительно выросли.

Таблица 4

Анализ структуры капитал АСЗ

	<i>Наименование</i>	<i>2014 г.</i>	<i>2015 г.</i>	<i>Абсолютное откл. (+, -)</i>	<i>Относительное откл. (%)</i>
1	Выручка	189583,00	158461,00	-31122,00	83,58
2	Сумма основных производственных фондов	106521,00	99060,00	-7461,00	93,00
3	Сумма оборотных производственных фондов	55018,00	68667,00	13649,00	124,81
4	Коэффициент маневренности функционирующего капитала	0,02	-0,07	-0,09	-350,00
5	Коэффициент оборачиваемости оборотного капитала	3,45	2,31	-1,14	66,97
6	Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	3,14	2,62	-0,52	83,51
7	Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	4,03	2,62	-1,41	65,00
8	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	25,79	13,07	-12,72	50,70
9	Фондоемкость	0,56	0,54	-0,02	96,82
10	Фондоотдача	1,79	1,54	-0,25	86,16

Значительно ситуация на рынке производственных предприятия сказалась на капитале АСЗ, по всем анализируемым показателям было выявлено снижение всех коэффициентов. Это сказалось на выручке предприятия, так как, услуги данного завод стали значительно дороже, а основными пользователями услуг данного завода является военно-морской флот. Коэффициент под номером 4 не значительно сократился, это означает что произошло сокращение основного капитала, данное действие можно подтвердить графой под номером 2, которая характеризует показатель основного капитала.

Из анализа данного предприятия видно значительное увеличение выручки, за счет увеличения показателей фондоемкости и фондоотдачи. Также происходит увеличение коэффициента под 4 пунктом, что говорит об улучшении финансового состояния предприятия. Произошло увеличение дебиторской задолженности, в связи с чем можно сделать вывод, комбинат снижает свои покупки в кредит, а предпочитает отдавать под реализацию сам.

Таблица 5

Анализ структуры капитал АДСК

	<i>Наименование</i>	<i>2014 г.</i>	<i>2015 г.</i>	<i>Абсолютное откл. (+, -)</i>	<i>Относительное откл. (%)</i>
1	Выручка	5039	320991	315952	6370
2	Сумма основных производственных фондов	101265	56968	-44297	56,2
3	Сумма оборотных производственных фондов	689006	520599	-168407	75,56
4	Коэффициент манев. функционирующего капитала	-1,7	0,1	1,8	5,88
5	Коэффициент оборачиваемости оборотного капитала	0,007	0,6	0,593	85,7
6	Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	0,13	8,17	8,04	6284,6
7	Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	0,05	2,33	2,28	4660
8	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	0,01	5,21	5,2	52100
9	Фондоемкость	1,3	2,1	0,8	1,61
10	Фондоотдача	0,01	0,47	0,46	4700

Из проведенного выше анализа производственных предприятий, можно сделать вывод, что состояние основного и оборотного фонда находятся в негативном состоянии. Негативное воздействие также оказывает сложившаяся кризисная ситуация на рынке страны. Сегодня на полках сетевых торговых предприятий г. Астрахани можно встретить продукцию местных предпринимателей. В теории это должно было снизить цены на товары, но ситуация складывается совсем иначе, цены на продукцию произведенные в данном регионе оказываются выше, чем цены на импортные продукты других производителей. Из этого следует сделать вывод, что государству и местному самоуправлению необходимо разработать план по минимизации сборов с крупных предприятия. Анализ структуры капитала дает понять в каком положении находится данная организация. Из проведенного анализа, следует, выделить следующие предложения:

- поддержку со стороны государства, а именно субсидирование;

- отрегулировать налоговые сборы на производственных предприятиях;
- разработать специальные тарифы за коммунальные платежи.

Список литературы

1. Бардовский В. П., Рудакова А. В., Самородова Е. М. Экономика. М. : Форум, Инфра-М, 2011.
2. <http://www.gks.ru/>

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РОССИЙСКОМ МАРКЕТИНГЕ

Т. Б. Холодова, Н. А. Косарлукова

Астраханский государственный архитектурно-строительный университет, г. Астрахань (Россия)

Главная цель деятельности большинства организаций – обеспечение долгосрочной стабильности и роста продаж – привела к возникновению необходимости установления таких отношений с клиентами (потребителями), при которых учитывались бы интересы обеих сторон. Так в середине прошлого столетия появился маркетинг как новая парадигма управления бизнесом, которая исходит из учета интересов потребителей и базирования на этой основе производственной деятельности с соответствующим привлечением к себе функции продаж, которая обеспечивает донесения созданной ценности и отвечает интересам обеих сторон.

В современных условиях маркетинг стал ключевым звеном формирования и сохранения конкурентоспособности бизнеса. Маркетинг все больше становится основой стратегического управления, интерес к маркетингу повышается, расширяется его объект. Эффективность маркетинга тем больше, чем более значительную роль он играет в бизнесе.

Ухудшение экономической обстановки в стране всегда пагубно сказывается на функционировании предприятий, создавая все новые и новые барьеры на пути к достижению целей организаций. Эксперты в сфере маркетинга настроены весьма пессимистично: по их мнению, из-за нехватки средств компании сильно урежут рекламные бюджеты и сократят штат маркетологов. К счастью, их прогнозы сбываются лишь частично, а новые тенденции в российском маркетинге уже сегодня задают направление на 2016–2017 гг.

По данным Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) за первые три квартала 2015 года, реклама в печатных СМИ и наружная реклама начали терять свою популярность – в них бизнес вложил меньше всего средств, а падение этих сегментов составило 32 % и 25 % соответ-