

Интернет-журнал «Наукоедение» ISSN 2223-5167 <http://naukovedenie.ru/>

Том 9, №3 (2017) <http://naukovedenie.ru/vol9-3.php>

URL статьи: <http://naukovedenie.ru/PDF/27EVN317.pdf>

Статья опубликована 24.05.2017

Ссылка для цитирования этой статьи:

Глушко В.О., Подольский С.В., Зорникова Н.В. Экономико-статистический анализ деятельности открытого акционерного общества «Тымовский хлебокомбинат»: определение стратегии развития // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 9, №3 (2017) <http://naukovedenie.ru/PDF/27EVN317.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 338

Глушко Виктория Олеговна

ФГАОУ ВПО «Дальневосточной федеральный университет», Россия, Владивосток
Студентка 4-го курса, кафедра «Бизнес-информатики и экономико-математических методов»
Группа «Бизнес-аналитика и статистика»
E-mail: viktoriya39642@mail.ru

Подольский Станислав Валерьевич

ФГАОУ ВПО «Дальневосточной федеральный университет», Россия, Владивосток
Доцент кафедры «Экономики управления на предприятии»
Кандидат экономических наук
E-mail: clame1979@mail.ru

Зорникова Наталья Вячеславовна¹

ФГАОУ ВПО «Дальневосточной федеральный университет», Россия, Владивосток
Студентка 3-го курса, базовая кафедра «Современного банковского дела»
Группа «Банковское дело»
E-mail: natali_1002@mail.ru

**Экономико-статистический анализ
деятельности открытого акционерного общества
«Тымовский хлебокомбинат»: определение
стратегии развития**

Аннотация. В связи с нынешней нестабильной экономико-политической ситуацией современные российские предприятия находятся в условиях постоянной конкурентной борьбы и подвержены влиянию многих факторов бизнес-среды. Для достижения успеха на рынке наиболее эффективным является стратегическое управление. Именно экономико-статистический анализ позволяет правильно определить стратегию, направления развития предприятия, его основные цели и задачи, а также методы и способы их достижения. Разработка стратегии предприятия предполагает, в первую очередь, выполнение стратегического анализа и уже на его основе выбора наиболее эффективной стратегии. Особенно важно применение стратегического управления для предприятий, испытывающих проблемы экономического развития, ограниченности рынков сбыта. Актуальность темы обусловлена ее теоретической и практической значимостью. И, несмотря на то, что тема разработки стратегии предприятия является довольно популярной в научных и учебных изданиях, на практике опыт

¹ 690088, Приморский край, г. Владивосток, ул. Жигура 26, кв. 446

стратегического управления в нашей стране невелик. Особенно это касается предприятий малого и среднего бизнеса Сахалинской области. Для таких предприятий разработка стратегии развития имеет особое значение, так как их деятельность часто имеет определенные ограничения и подвержена значительному давлению со стороны конкурентов.

Вклад авторов. Глушко Виктория Олеговна - автор осуществил написание теоретическую часть статьи «Экономико-статистический анализ деятельности открытого акционерного общества «Тымовский хлебокомбинат»: определение стратегии развития». Зорникова Наталья Вячеславовна - автор собрал, проанализировал и интерпретировал данные по предприятию «Тымовский хлебокомбинат», сделал соответствующие выводы. Подольский Станислав Валерьевич - автор оказывал участие в написании статьи; одобрил окончательную версию статьи перед её подачей для публикации.

Ключевые слова: стратегия; эффективность стратегии; выбор стратегии; статистический анализ; стратегическое планирование; стратегическое управление; акционерное общество

Современные российские предприятия находятся в условиях постоянной конкурентной борьбы и подвержены влиянию многих факторов бизнес-среды. Для достижения успеха на рынке наиболее эффективным является стратегическое управление. Именно стратегия позволяет правильно определить направления развития предприятия, его основные цели и задачи, а также методы и способы их достижения.

Разработка стратегии предприятия предполагает, в первую очередь, выполнение стратегического анализа и уже на его основе выбора наиболее эффективной стратегии. Особенно важно применение стратегического управления для предприятий, испытывающих проблемы экономического развития, ограниченности рынков сбыта [7].

Стратегия - это определенные действия организации по использованию имеющихся ресурсов и достижению определенных результатов, существенно влияющих на ее положение на рынке [3].

Стратегия предприятия определяется его создателем на весь жизненный цикл существования, причем очень часто интуитивно. Как правило, она никаким образом не формализована и не структурирована [1]. Она может изменяться по мере изменения ситуации на рынке или на самом предприятии.

Классификация стратегий различными авторами осуществляется по разным признакам. Наиболее обобщенная классификация эталонных стратегий развития бизнеса представлена М.С. Сысоевой и Е.Ю. Меркуловой (рис. 1)

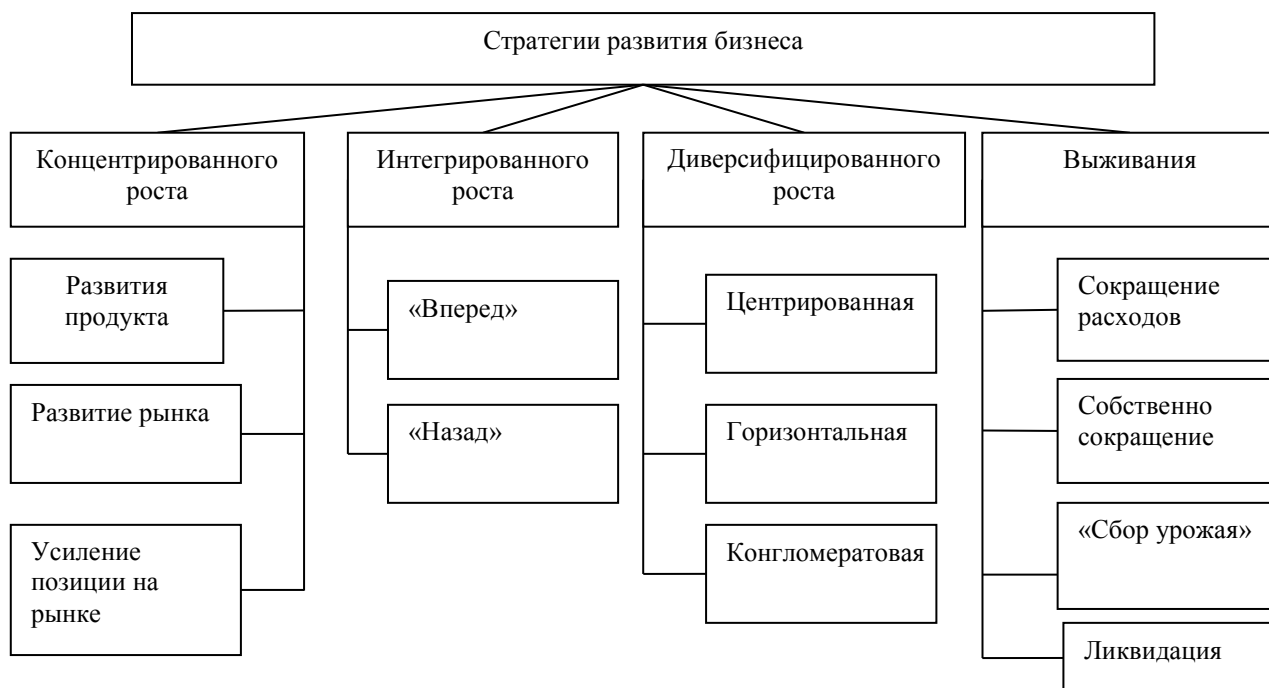


Рисунок 1. Эталонные стратегии развития бизнеса [46, с. 117] (источник: [10])

Разработка стратегии имеет важную роль как компаний любого размера и различной сферы деятельности. Тем не менее, наиболее важной она является для предприятий малого и среднего бизнеса. У них меньше финансовых, материальных ресурсов, невысокая численность персонала. И те немногочисленные ресурсы, которые малое или среднее предприятие имеет, оно должно распределить и использовать наилучшим образом. В качестве объекта исследования взято небольшое производственное предприятие ОАО «Тымовский хлебокомбинат». ОАО «Тымовский хлебокомбинат» - предприятие пищевой промышленности и осуществляет два вида деятельности: выпуск хлеба, хлебобулочных и кондитерских изделий, реализация их потребителям; розничная торговля покупными товарами. Доля хлебокомбината в соответствующем сегменте рынка Тымовского района составляет около 80% хлебобулочных изделий. Максимально допустимая проектная мощность хлебокомбината - 4 тыс. тонн хлеба и хлебобулочных изделий в год. С 2011 г. фактическая загрузка проектной мощности составила примерно 824 т. или 20,6% мощности. Основной причиной неполной загрузки проектной мощности является естественный отток населения (более 36% за 20 лет) [4].

На территории Тымовского района ОАО «Тымовский хлебокомбинат» является крупнейшим производителем хлеба, хлебобулочных и кондитерских изделий. Предприятие производит завоз продукции в 16 населённых пунктов Тымовского районов, расстояние доставки более 130 км. в одном направлении.

ОАО «Тымовский хлебокомбинат» решает социально важные вопросы в интересах района по обеспечению жителей хлебом и продуктами питания сохраняя единые цены по району, не зависимо от расстояния доставки. Для поддержки предприятия и компенсации его потерь от доставки продукции в малых объемах в отдаленные села и бюджета МО «Тымовский городской округ» хлебокомбинату ежегодно выделяются субсидии [8].

Характеристика функциональных областей внутренней среды ОАО «Тымовский хлебокомбинат» представлена в таблице 1.

Таблица 1

**Характеристика функциональных областей внутренней среды
ОАО «Тымовский хлебокомбинат»**

Срез внутренней среды	Сильные стороны	Слабые стороны
1. Кадры	Постоянный персонал, заинтересованный в результатах работы предприятия, часть персонала владеет акциями ОАО	Старение кадров предприятия - недостаточный приток молодежи на предприятие из-за низкой заработной платы
2. Организационный срез	Сформирована организационная культура, оргструктура управления позволяет выполнять все функции управления	-
3. Производство	Четкая организация производственных процессов; эффективное управление качеством; развитие и обновление производственных мощностей	Имеется еще высокая доля изношенных основных фондов
4. Маркетинг	Широкий ассортимент продукции и ее высокое качество; эффективная система продвижения продукции за счет наличия собственной розничной сети и предпринимателей-партнеров	Ограниченный регион сбыта продукции (в пределах Тымовского района) и высокий уровень конкуренции на данном рынке в других районах области
5. Финансы	Предприятие имеет высокую финансовую устойчивость, стабильно наращивает выручку и прибыль, собственный оборотный капитал, который можно использовать для развития	Недостаточно активная инвестиционная политика по обновлению основных фондов предприятия

Источник: авторская разработка

Внутренняя среда ОАО «Тымовский хлебокомбинат» имеет как сильные стороны, так и слабые.

Для анализа факторов внешней среды ОАО «Тымовский хлебокомбинат» можно использовать матрицу PEST-анализа (таблица 2) [2].

Таблица 2

PEST-анализ внешней среды ОАО «Тымовский хлебокомбинат»

Политические факторы	Влияние экономики
<ul style="list-style-type: none"> - текущее законодательство РФ и Программы развития Тымовского района способствует развитию малого и среднего бизнеса; - в бюджете МО «Тымовский городской округ» предусмотрено выделение финансовых субсидий предприятиям, осуществляющим доставку продуктов питания в отделенные населенные пункты района; - осуществляется контроль цен на продукцию хлебозавода, как социально значимые товары. 	<ul style="list-style-type: none"> - экономическая ситуация в настоящее время мало предсказуема в связи с кризисом; - инвестиционный климат в отрасли ухудшается в связи с финансовым кризисом; - платежеспособный спрос населения может снизиться в связи с кризисом.

Социокультурные тенденции	Технологические инновации
- демография численность населения Тымовского района сокращается из-за низкого уровня жизни; - продукция ОАО «Тымовский хлебокомбинат» имеет положительный имидж у потребителей.	- технология производства хлебопечения развивается, появляются новые виды более производительного технологического оборудования, оборудования выпускающего новые виды продукции.

Источник: авторская разработка

Политическая ситуация в стране и регионе. Сахалинская область и Тымовский район, в силу своей удаленности от центра в меньшей мере зависит от политических изменений.

Гораздо большее влияние оказывает политическая ситуация в регионе - на Сахалине и в близлежащих странах: Южной и Северной Корее, Китае, Японии. Здесь необходимо отметить положительный фактор развития политической ситуации в последние годы.

В Сахалинской области не наблюдается значительных взаимосвязей между развитием бизнеса и политическими силами, стоящими у власти. Связи между странами, соседствующими с Сахалином, в последние годы крепнут и развиваются, и это способствует развитию внешнеторговых отношений.

Для ОАО «Тымовский хлебокомбинат» гораздо большее значение имеет политика местных органов власти в отношении предприятий района, и поддержка местных производителей продуктов питания.

Положительным является развитие современных технологий, возможности автоматизации производственных и управленческих процессов. В настоящее время имеется множество предложений на рынке оборудования для хлебопекарного производства.

Негативной тенденцией является сокращение численности населения Тымовского района, что ведет к снижению покупательского спроса на продукцию хлебокомбината.

К основным факторам ближнего окружения предприятия относятся его конкуренты, потребители, поставщики [9].

У ОАО «Тымовский хлебокомбинат» имеются возможности, предоставляемые внешней средой: поддержка местной администрации в виде субсидий, выделяемых на возмещение затрат на доставку продуктов питания в отдаленные населенные пункты района и наличие на рынке новых технологий и автоматизированного оборудования для производства хлебопродукции.

Сильные стороны предприятия: сформировавшаяся организационная культура, четкая организация производственных процессов и эффективное управление качеством продукции, ее широкий ассортимент, финансовая обеспеченность предприятия собственными средствами и финансовая устойчивость.

Использование возможностей внешней среды и сильных сторон хлебокомбината позволяет снизить риски, связанные со слабыми сторонами предприятия и угрозами внешней среды, в частности расширить ассортимент продукции и рынок ее сбыта за счет активизации инвестиционной деятельности и маркетинговой стратегии предприятия. Далее определим стратегию предприятия на рынке и ее эффективность.

Стратегический анализ бизнес-среды позволяет определить стратегию предприятия, как социально-ориентированную, т.к. предприятие производит хлебопродукцию и соблюдает требования органов власти по ограничению торговых надбавок. Кроме того, предприятие

обеспечивает доставку и реализацию продуктов питания в отдаленные населенные пункты Тымовского района.

Также базовую стратегию хлебокомбината можно определить, как стратегию развития, в частности стратегию вперед идущей интеграции, т.к. предприятие не только производит хлеб и хлебобулочные изделия, но и создало сеть собственных торговых точек.

Учитывая, что предприятие реализует не только собственную продукцию, но и продукты питания, приобретенные в оптовых компаниях для перепродажи можно также сделать вывод, что хлебокомбинат реализует стратегию диверсификации бизнеса [6].

Для реализации базовой стратегии ОАО «Тымовский хлебокомбинат» осуществляет инвестиционную деятельность, направленную на обновление основных производственных фондов (рисунок 2).

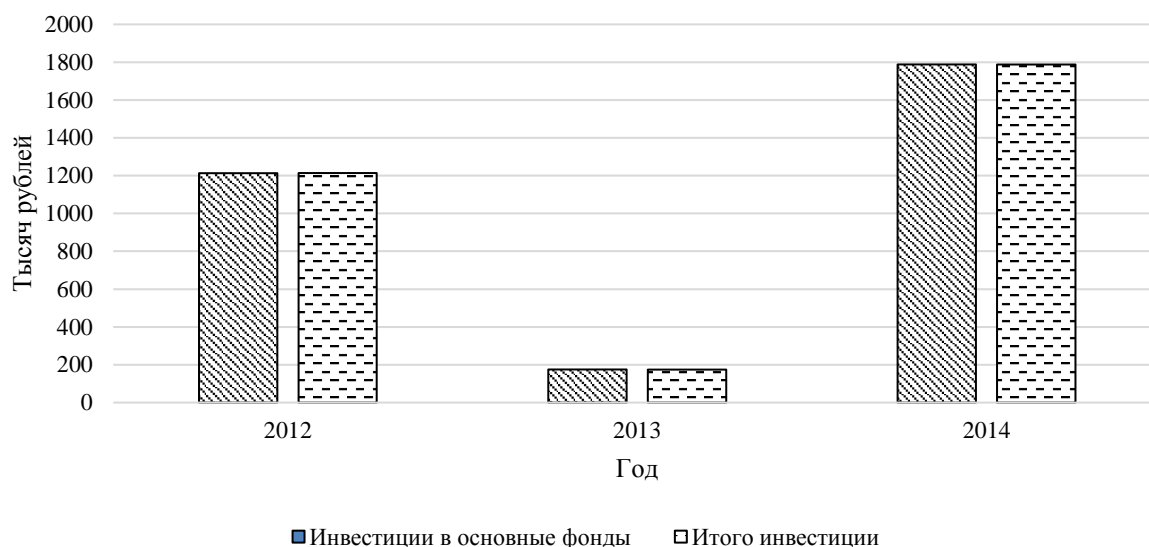


Рисунок 2. Показатели инвестиционной деятельности ОАО «Тымовский хлебокомбинат» за 2012-2014 гг. (источник: составлено авторами с использованием [4])

По данным таблицы 2.16 видно, что инвестиции направляются на увеличение основных фондов предприятия и замену технологического оборудования. Наибольшая сумма инвестиций была в 2014 году и составила 1788 тыс. р. Таким образом, ОАО «Тымовский хлебокомбинат» в рамках выбранной базовой стратегии реализует активную инвестиционную стратегию технического перевооружения, которую можно отнести к стратегии эффективного собственника.

Эффективность выбранной стратегии характеризует динамика формирования прибыли ОАО «Тымовский хлебокомбинат» за 2012-2014 годы представленная в таблице 3.

Таблица 3

**Динамика и источники формирования прибыли
ОАО «Тымовский хлебокомбинат» за 2012-2014 годы**

Показатели	2012 год		2013 год		2014 год			
	сумма, тыс. р.	уд. вес, %	сумма, тыс. р.	уд. вес, %	сумма, тыс. р.	уд. вес, %	В % к обороту	
							2012 года	2013 года
Выручка	83465	100	94400	100	96209	100	115,27	101,92
в том числе торговля	32288	38,68	36208	38,36	31170	32,40	37,34	33,02

Показатели	2012 год		2013 год		2014 год			
	сумма, тыс. р.	уд. вес, %	сумма, тыс. р.	уд. вес, %	сумма, тыс. р.	уд. вес, %	В % к обороту	
							2012 года	2013 года
Себестоимость продаж	74709	89,51	72619	76,93	75432	78,40	90,38	79,91
в том числе торговля	35159	42,12	27411	29,04	28270	29,38	0,04	29,95
Валовая прибыль	8756	10,49	21781	23,07	20777	21,60	24,89	22,01
Коммерческие расходы	6753	8,09	19335	20,48	21288	22,13	25,51	22,55
в том числе торговля	-	-	4839	5,13	13198	13,72	15,81	13,98
Прибыль от продаж	2003	2,40	2446	2,59	-511	-0,53	-0,61	-0,54
Прочие доходы	379	0,45	747	0,79	3304	3,43	3,96	3,50
Прочие расходы	1498	1,79	1101	1,17	1301	1,35	1,56	1,38
Прибыль до налогообложения	884	1,06	2092	2,22	1492	1,55	1,79	1,58
Налог на прибыль	923	1,11	-	-	-	-	-	-
УСН	-	-	1181	1,25	766	0,80	0,92	0,81
ЕНВД	159	0,19	169	0,18	174	0,18	0,21	0,18
Чистая прибыль	-198	-0,24	742	0,79	552	0,57	0,66	0,58

Источник: составлено авторами с использованием [4]

По данным таблицы 3 видно, что наибольшее влияние на формирование прибыли ОАО «Тымовский хлебокомбинат» оказывают результаты его основной производственной деятельности.

Выручка от реализации продукции предприятия ежегодно увеличивается, при этом доля себестоимости в выручке ежегодно уменьшается. Выручка от торговли нестабильна в 2012 г. составила 32288 тыс. р. или 38,68% от общей выручки, в 2013 г. ее доля в общей выручке сократилась до 38,36%, в 2014 г. - до 32,4%. Следовательно, объемы производства хлебопродукции на комбинате увеличиваются. Это является положительной тенденцией, особенно в связи с тем, что предприятие не использует свои производственные мощности в полном объеме. Необходимо изыскивать возможности для дальнейшего увеличения объемов производства и реализации собственной продукции.

Доля валовой прибыли в выручке предприятия в 2012 г. была 10,49%, в 2013 г. - 23,07%, в 2014 г. - 21,6%. В тоже время увеличились коммерческие расходы с 6753 тыс. р. в 2012 г. до 21288 тыс. р. в 2014 г. Это обусловлено увеличением расходов на доставку продукции и товаров хлебокомбината в удаленные населенные пункты Тымовского района и создание собственных торговых точек.

Прибыль до налогообложения составила в 2012 г. 1,06% от выручки предприятия, в 2014 г. ее доля составила 1,55%. Изменилась система налогообложения в 2012 г. В результате доля налога на прибыль в 2012 году составила 1,11% от выручки, доля единого налога на вмененный доход (ЕНВД) - 0,19%. С 2013 года предприятие применяет УСН который составил в - 1181 тыс. р., в 2014 г. - 766 тыс. р. ЕНВД составил 169 тыс. р. в 2013 г. и 174 тыс. р. в 2014 г. Результатом работы предприятия в 2012 году стал убыток в сумме 198 тыс. р. В 2013 году была получена прибыль в сумме 742 тыс. р., в 2014 году чистая прибыль составила 552 тыс. р. Доля чистой прибыли в выручке в 2013 году составила 0,79%, в 2014 г. она снизилась до 0,57%.

Таким образом, можно сделать вывод, что деятельность ОАО «Тымовский хлебокомбинат» является нестабильной в исследуемом периоде. Это обусловлено

нестабильностью экономики Тымовского района в целом, снижением численности населения района и его покупательной способности, а также ростом конкуренции на рынке хлебопродукции.

Эффективность деятельности предприятия характеризуют показатели рентабельности, представленные в таблице 4.

Таблица 4

Показатели рентабельности ОАО «Тымовский хлебокомбинат» за 2012-2014 годы

<i>Показатели</i>	2012 год	2013 год	2014 год
Рентабельность продаж до уплаты налогов, %	1,06	2,22	1,55
Рентабельность продаж после уплаты налогов, %	-0,24	0,79	0,57
Рентабельность продукции и товаров до уплаты налогов, %	1,18	2,88	1,98
Рентабельность продукции и товаров после уплаты налогов, %	-0,27	1,02	0,73
Рентабельность капитала до уплаты налогов, %	4,12	9,92	6,86
Рентабельность капитала после уплаты налогов, %	-0,92	3,52	2,54
Рентабельность собственного капитала после уплаты налогов, %	-1,11	4,34	3,30
Рентабельность заемного капитала после уплаты налогов, %	-5,46	18,49	10,96
Рентабельность перманентного капитала после уплаты налогов, %	-1,11	4,34	3,30
Рентабельность основного капитала после уплаты налогов, %	-3,56	14,89	10,52
Рентабельность оборотного капитала после уплаты налогов, %	-1,24	4,60	3,35

Источник: составлено авторами с использованием [4]

Данные таблицы 4 отражают нестабильную эффективность деятельности хлебокомбината. Так рентабельность продаж до уплаты налогов в 2012 г. составила 1,06%, в 2013 г. - 2,22, в 2014 г. снизилась до 1,55%. Рентабельность продаж после уплаты налогов в 2012 году составила - 0,24%, в 2013 году она увеличилась до 0,77%, в 2014 г. она снизилась до 0,57%. Рентабельность продукции и товаров до уплаты налогов в 2012 г. составила 1,18%, в 2013 г. - она увеличилась до 2,88%. в 2014 г. она снизилась до 1,98%. Рентабельность продукции и товаров после уплаты налогов в 2012 г. составила -0,27%, в 2013 г. она увеличилась до 1,02%, в 2014 г. снизилась до 0,73%.

Рентабельность продукции и реализуемых товаров хлебокомбината является очень низкой. Это связано с производством социально значимых продуктов питания и низкой нормой прибыли.

Рентабельность капитала до уплаты налогов в 2012 г. составила 4,12%, в 2013 г. она увеличилась до 9,92%, в 2014 г. снизилась до 6,86%. Рентабельность капитала после уплаты налогов в 2012 г. составила -0,92%, в 2013 г. она увеличилась до 3,52%, в 2014 г. снизилась до 2,54%.

Рентабельность собственного капитала предприятия после уплаты налогов в 2012 г. составила -1,11%, в 2013 г. она увеличилась до 4,34%, в 2014 г. снизилась до 3,3%.

Рентабельность заемного капитала после уплаты налогов в 2012 г. составила -5,46%, в 2013 г. она увеличилась до 18,49%, в 2014 г. снизилась до 10,96%. Рентабельность перманентного капитала после уплаты налогов в 2012 г. составила -1,11%, в 2013 г. она увеличилась до 4,34%, в 2014 г. снизилась до 3,3%.

Рентабельность основного капитала после уплаты налогов в 2012 г. составила -3,56%, в 2013 г. она увеличилась до 14,89%, в 2014 г. снизилась до 18,45%.

Рентабельность оборотного капитала после уплаты налогов в 2012 г. составила -1,24%, в 2013 г. она увеличилась до 4,6%, в 2014 г. снизилась до 3,35%.

Для повышения эффективности деятельности хлебокомбинату развивать производство более рентабельной продукции.

Эффективность управления финансами на предприятии можно оценить с помощью показателей, представленных в таблице 5.

Таблица 5

Финансовое состояние предприятия

Показатели	Норматив	2012 год	2013 год	2014 год
Собственный оборотный капитал, тыс. р.	-	12290,5	12101	11460,5
Доля денежных средств в собственном оборотном капитале, %	-	41,64	41,62	34,64
Коэффициент покрытия	-	4,92	4,26	3,32
Коэффициент быстрой ликвидности	1	2,35	2,24	1,49
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,2	1,411	1,255	0,788
Оборачиваемость дебиторской задолженности, дни	-	16	16	10
Оборачиваемость кредиторской задолженности, дни	-	14	10	12
Коэффициент независимости	-	0,57	0,57	0,53
Коэффициент маневренности собственного капитала	-	0,69	0,71	0,69
Коэффициент обеспеченности собственными средствами (доля собственных оборотных средств в покрытии запасов)	0,1	0,77	0,75	0,69

Источник: составлено авторами с использованием [4]

По данным таблицы 5 видно, что величина собственного оборотного капитала ОАО «Тымовский хлебокомбинат» в 2012 г. составляла 12290,5 тыс. р., в 2013 г. - 12101 тыс. р., в 2014 г. - 11460,5 тыс. р. Несмотря на то, что имеется тенденция к уменьшению величины собственного оборотного капитала его размер является достаточным для обеспечения финансовой устойчивости хлебокомбината. Доля денежных средств в собственном капитале предприятия ежегодно снижается с 41,64% в 2012 г. до 34,64% в 2014 г.

Коэффициент покрытия несколько снижается, но его размер даже в 2014 г. составляет 3,32, т.е. предприятие может самостоятельно покрыть свои обязательства на 332%. Коэффициент быстрой ликвидности намного превышает нормативное значение, хотя имеет тенденцию к снижению. Так, если в 2012 г. он составил 2,35, то в 2014 г. он снизился до 1,49%. Коэффициент абсолютной ликвидности хотя и снижается ежегодно, также значительно превышает нормативное значение.

Положительным фактом является снижение дебиторской задолженности в 2014 г. с 16 дней до 10. Динамика оборачиваемости кредиторской задолженности неоднозначна: в 2012 г. она составляла 14 дней, в 2013 г. - 10 дней, в 2014 г. увеличилась до 12 дней. В целом показатель имеет хорошее значение, т. к. предприятие оплачивает счета своим кредиторам менее чем за месяц и также быстро с ним рассчитываются дебиторы.

Коэффициент независимости имеет также хорошее значение: 0,57 в 2012 и 2013 гг., 0,53 в 2014 г. Коэффициент маневренности собственного капитала составлял в 2012 г. 0,69, в 2013 г. увеличился до 0,71 и в 2014 г. составил 0,69, что также можно отметить как положительный факт. Коэффициент обеспеченности собственными средствами значительно превышает нормативное значение, хотя и несколько снижается.

В целом финансовое состояние ОАО «Тымовский хлебокомбинат» является удовлетворительным. Можно делать вывод, что руководство предприятия реализует очень осторожную финансовую стратегию и главная его цель - обеспечить финансовую независимость, но в результате это снижает его инвестиционную активность.

Для оценки эффективности стратегии ОАО «Тымовский хлебокомбинат» используем метод, основанный на теории эффективной конкуренции [3]. Большинство показателей, необходимых для оценки эффективности стратегии рассчитаны выше за исключением расчета коэффициента эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта [11]. В таблице 6 выполнен расчет данного показателя.

Таблица 6

Расчет коэффициента эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта

<i>Показатели</i>	2012 год	2013 год	2014 год	Отклонение	
				2013 год от 2012	2014 год от 2013
Прирост прибыли от реализации, тыс. р.	2188	443	-2957	-1745	-3400
Затраты на рекламу и стимулирование сбыта, тыс. р.	186	124	85	-62	-39
Коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта	11,8	3,6	-34,8	-8,2	-38,4

Источник: составлено авторами

Далее представлен расчет показателей оценки эффективности стратегии ОАО «Тымовский хлебокомбинат» (таблица 7).

Таблица 7

Показатели эффективности стратегии ОАО «Тымовский хлебокомбинат» по методу эффективной конкуренции

<i>Показатели</i>	2012 год	Баллы (1-5)	2013 год	Баллы (1-5)	2014 год	Баллы (1-5)
1. Показатели, характеризующие эффективность производственной деятельности:		2		4		3
- издержки производства на единицу продукции, р.	0,90		0,77		0,78	
- фондоотдача, р./р.	15,01		18,94		18,34	
- рентабельность продукции, %	-0,27		1,02		0,73	
2. Показатели финансового положения предприятия:		4		5		4
- коэффициент автономии	0,57		0,57		0,53	
- коэффициент платежеспособности (покрытия)	4,92		4,26		3,32	
- коэффициент абсолютной ликвидности	1,41		1,26		0,79	
- коэффициент оборачиваемости оборотных средств	5,24		5,86		5,83	
3. Показатели эффективности организации сбыта и продвижения продукции:		2		3		2
- рентабельность продаж, %	-0,24		0,79		0,57	

<i>Показатели</i>	2012 год	Баллы (1-5)	2013 год	Баллы (1-5)	2014 год	Баллы (1-5)
- коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта	11,8		3,6		-34,8	
4. Показатели конкурентоспособности продукции (товаров):		4		4		4
- качество продукции	высокое		высокое		высокое	
- цена продукции (товаров)	среднее		среднее		среднее	
5. Показатели конкурентоспособности персонала:		3		4		4
- производительность труда, тыс. р./чел.	1006		1151		1203	
Конкурентное положение предприятия		14		19		16

Источник: составлено авторами

Оценки выставлялись по пятибалльной шкале от 1 (очень плохо) до 5 (очень хорошо). Оценка выставлялась экономистом хлебокомбината.

Из представленной оценки конкурентного положения предприятия видно, что наиболее слабыми конкурентными позициями у предприятия является эффективность производственной деятельности, а также эффективность организации сбыта и продвижения продукции. Следовательно, это наиболее слабые функциональные области управления предприятием и необходимо при разработке стратегии хлебокомбината обратить на них особое внимание.

Таким образом, можно сделать вывод, что в целом стратегия ОАО «Тымовский хлебокомбинат» может быть определена как социально ориентированная активная стратегия эффективного собственника вперед идущей интеграции. В тоже время реализуемая предприятием стратегия является не вполне эффективной и недостаточно способствует его экономическому развитию. Можно выделить следующие проблемы реализуемой ОАО «Тымовский хлебокомбинат» стратегии:

- недостаточно эффективна производственная деятельность предприятия, в частности, издержки на единицу продукции являются очень высокими;
- неэффективное управление финансами, в частности, инвестиционная стратегия предприятия является достаточно ограниченной и направлена на совершенствование, модернизацию и развитие существующего производства, но не внедряются инновационные технологии и автоматизированное оборудование;
- недостаточно эффективна стратегия сбыта и продвижения продукции, предприятие не выходит со своей продукцией за пределы Тымовского района, рынок сбыта ограничен численностью населения района, имеет тенденцию сокращения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бородин А.И., Катков Е.В. Концепция стратегии управления устойчивым развитием промышленных предприятий // Основы ЭУП. 2014. №3 (15). С. 30-38.
2. Васильева Н.А. Методические подходы к оценке стратегического потенциала промышленного предприятия // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета, 2011. - №1. - С. 49-53.
3. Дубинина Н.А. Подходы к формированию конкурентной стратегии предприятия // Вестник АГТУ. Серия: экономика, 2010. - №2. - С. 65-71.
4. Доклад об итогах социально-экономического развития МО «Тымовский городской округ за 2014 г. и задачах на 2015 год // <http://tymovsk.admsakhalin.ru/ekonomika/sotsialno-ekonomicheskoe-razvitiye-rayona/index.php>.
5. Корнеева Т.Ю., Никитин С.А. Цели и стратегии развития предприятий, их классификация и системный подход к их формированию // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки, 2010. - № 1. - с. 195-204.
6. Наумова Е.А. Анализ определений стратегии и ее место в системе функционирования предприятия. разнообразие взглядов и подходов к стратегии // Вестник ЮурГУ. серия: Экономика и менеджмент, 2011. - № 8 (225). - С.111-114.
7. Новиков Н.И. Планирование стратегии, обеспечивающей создание конкурентных преимуществ металлургического предприятия // теория и практика общественного развития, 2011. - № - 4. - С. 268-272.
8. Постановление Правительства Сахалинской области № 593 от 5 декабря 2014 г «О мерах по обеспечению стабильного продовольственного снабжения и мерах по стабилизации цен на потребительском рынке».
9. Стратегический менеджмент: учебник / под ред. А. Петрова. - СПб.: Питер, 2012. - 400 с.
10. Сысоева М.С., Меркулова Е.Ю. К вопросу выбора стратегии развития предприятия с целью обеспечения его экономической ситуации / Социально-экономические явления и процессы, 2014. - № 2 (060). - с. 115-122.
11. Шишкова Е.А. Способы оценки эффективности реализации стратегии развития компании // Экономический журнал, 2012. - № 26. - С. 111-117.

Glushko Viktoriya Olegovna

Far Eastern federal university, Russia, Vladivostok
E-mail: viktoriya39642@mail.ru

Podolskij Stanislav Valerevich

Far Eastern federal university, Russia, Vladivostok
E-mail: clame1979@mail.ru

Zornikova Natalia Vyacheslavovna

Far Eastern federal university, Russia, Vladivostok
E-mail: natali_1002@mail.ru

Economic and statistical analysis of the activities of «Tymovsky bakery» open joint-stock company: development strategy definition

Abstract. In connection with the current unstable economic and political situation, modern Russian enterprises are in a constant competitive environment and are subject to the influence of many factors of the business environment. To achieve success in the market, strategic management is the most effective. It is economic and statistical analysis that allows to correctly determine the strategy, directions of the enterprise development, its main goals and tasks, as well as methods and methods for achieving them. The development of an enterprise strategy presupposes, first and foremost, the implementation of a strategic analysis and, based on it, the choice of the most effective strategy. It is especially important to apply strategic management to enterprises experiencing problems of economic development, limited sales markets. The relevance of the topic is due to its theoretical and practical significance. And, despite the fact that the theme of developing an enterprise strategy is quite popular in scientific and educational publications, in practice the experience of strategic management in our country is small. This is particularly true for small and medium-sized enterprises in the Sakhalin Region. For such enterprises, the development strategy development is of particular importance, since their activities often have certain limitations and are subject to considerable pressure from competitors.

Keywords: strategy; strategy effectiveness; strategy selection; statistical analysis; strategic planning; strategic management; joint-stock company