

**В. Т. Прохоров, Л. А. Романова, Л. Б. Томила,
Н. В. Осацкая, Е. Н. Мелешко, Н. В. Тихонова**

**О ВЛИЯНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ГРАДООБРАЗУЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ,
РАСПОЛОЖЕННЫХ В РЕГИОНАХ ЮФО И СКФО,
НА ФОРМИРОВАНИЕ ИХ СОЦИАЛЬНОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ. Часть 2**

Ключевые слова: конкурентоспособность, востребованность инновационные технологические процессы, денежные потоки, бюджетная эффективность, социальная эффективность, экономическая эффективность, социальное развитие регионов.

Исследовано влияние результатов работы градообразующих предприятий легкой промышленности, расположенных в регионах ЮФО и СКФО, на формирование их социального благополучия. На основе разработанного программного продукта обеспечивается своевременное отслеживание движения денежных потоков, чтобы гарантировать предприятию высокие технико-экономические показатели, а регионам - их социальное благополучие.

Key words: competitiveness, the demand for innovative technological processes, cash flows, fiscal efficiency and social effectiveness, economic efficiency, social development of the regions.

The influence of the results of the work of the mainstays of the light industry enterprises located in the regions of the southern Federal district and North-West Federal district in formation of their social well-being. On the basis of the developed software product is ensured by the timely tracking the movement of cash flows, to ensure the company's high technical-economic indicators, and the regions of their social well-being.

Финансовое благополучие и устойчивость предприятия во многом зависит от притока денежных средств, обеспечивающих покрытие его обязательств. Отсутствие минимально-необходимого запаса денежных средств может указывать на финансовые затруднения. В свою очередь и избыток денежных средств может быть знаком того, что предприятие терпит убытки. Причина этих убытков может быть связана как с инфляцией и обесценением денег, так и с упущенной возможностью их выгодного размещения и получения дополнительного дохода. В любом случае именно анализ денежных потоков позволит установить реальное финансовое состояние на предприятии.

Денежный поток – это разность между суммами поступлений и выплат денежных средств компании за определённый период времени. Он характеризует степень самофинансирования предприятия, его финансовую силу, финансовый потенциал, доходность.

Денежный поток характеризуется: притоком, равным размеру денежных поступлений (или результатов в стоимостном выражении) на этом шаге; оттоком, равным платежам на этом шаге; сальдо, равным разности между притоком и оттоком.

Денежный поток обычно состоит из частичных потоков от отдельных видов деятельности: денежного потока от инвестиционной деятельности предприятия; денежного потока от операционной деятельности; денежного потока от финансовой деятельности.

Эффективное управление денежными потоками повышает степень финансовой и производственной гибкости предприятия, так как приводит: к улучшению оперативного управления, особенно с точки зрения сбалансированности поступлений и расходования денежных средств; увеличению объёмов продаж и оптимизации затрат за счёт больших возможностей маневрирования ресурсами предпри-

ятия; повышению эффективности управления долговыми обязательствами и стоимостью их обслуживания, улучшению условий переговоров с кредиторами и поставщиками; созданию надёжной базы для оценки эффективности работы каждого из подразделений предприятия, её финансового состояния в целом; повышению ликвидности предприятия.

На каждом предприятии имеют место быть все три вида деятельности.

В денежный поток от инвестиционной деятельности в качестве оттока включаются прежде всего распределённые по шагам расчётного периода затрат по созданию и вводу в эксплуатацию новых основных средств и ликвидации, замещению или возмещению выбывающих существующих основных средств. Кроме того, в денежный поток от инвестиционной деятельности включаются изменения оборотного капитала (увеличение рассматривается как отток денежных средств, уменьшение – как приток). В качестве оттока включаются также собственные средства, вложенные в депозит, а также затраты на покупку ценных бумаг других хозяйствующих субъектов, предназначенных для финансирования проекта.

В качестве притока в денежный поток от инвестиционной деятельности включаются доходы от реализации выбывающих активов (реализация обуви или продажа устаревшего оборудования).

В денежных потоках от операционной деятельности учитываются все виды доходов и расходов на соответствующем шаге расчёта, связанные с производством продукции, и налоги, уплачиваемые с указанных доходов.

Основными притоками при этом являются доходы от реализации продукции и другие доходы. Объёмы производства следует указывать в натуральном и стоимостном выражениях. Исходная информация для определения выручки от продажи

продукции задаётся по шагам расчёта для каждого вида продукции.

Помимо выручки от реализации в притоках и оттоках реальных денег необходимо учитывать доходы и расходы от не реализационных операций, непосредственно не связанных с производством продукции. К ним, в частности, относятся: доходы от сдачи имущества в аренду, или лизинг; поступления средств при закрытии депозитных счетов и по приобретённым ценным бумагам; возврат займов, предоставленных другим участникам.

Оттоки от операционной деятельности формируются из затрат на производство и сбыт продукции, которые обычно состоят из производственных издержек и налогов.

К финансовой деятельности относятся операции со средствами, внешними по отношению к инвестиционному проекту, т.е. поступающими не за счёт осуществления проекта. Они состоят из собственного (акционерного) капитала и привлечённых средств.

К денежным потокам от финансовой деятельности в качестве притоков относятся вложения собственного капитала и привлечённых средств: субсидий и дотаций, заёмных средств, в том числе и за счёт выпуска предприятием собственных долговых ценных бумаг; в качестве оттоков – затраты на возврат и обслуживание займов и выпущенных предприятием долговых ценных бумаг, а также при необходимости на выплату дивидендов по акциям предприятия.

Денежные потоки от финансовой деятельности в большой степени формируются при разработке схемы финансирования и в процессе расчёта эффективности инвестиционного проекта.

Если изготовленная обувь будет реализована неполностью, предприятие теряет часть прибыли, которая необходима для дальнейшего развития производства. Для снижения убытков производитель должен иметь ежедневные сведения о реализации продукции и принимать решения о своевременном изменении цен на конкретные модели обуви.

В данной работе анализируется возможность разработанного программного продукта, позволяющего рассчитывать поступления денежных средств от операционной деятельности. Эта программа необходима для менеджера по продажам или маркетолога, контролирующего процесс продажи конкретной выпускаемой модели. В результате предложенного расчёта получаем чистый приток от операционной деятельности. Уменьшение объёма продаж приводит к уменьшению денежного потока и требует уменьшения отпускной цены изделия с целью повышения объёма продаж. Если такое мероприятие не приводит к увеличению денежного потока, то встаёт вопрос о целесообразности дальнейшего выпуска этой модели.

Алгоритм построения и расчета программного продукта находится в ФГБОУ ВПО «ЮРГУ-ЭС». Реализовывается данный алгоритм с помощью программного продукта Microsoft Excel, который можно установить на рабочем месте практически любого специалиста.

Для данного расчёта важным является дифференциация данных, участвующих в расчёте. Для расчёта себестоимости конкретной выпускаемой модели исходными данными являются постоянные и переменные затраты, которые зависят от производственного оборудования, состава основных и вспомогательных материалов, численности работников и др. В расчётной таблице Excel ячейки, в которые вносятся эти данные, выделены цветом. В процессе мониторинга продаж конкретной модели эти данные остаются неизменными. Для другой модели данные корректируются.

Расчёт также содержит данные, которые не зависят от модели и вносятся в расчётную таблицу один раз. Они выделены цветом. Расчётные формулы тоже выделены цветом, перерасчёт по ним выполняется автоматически при изменении исходных данных. Основными исходными данными, которые используются в процессе мониторинга, являются отпускная цена единицы продукции и объём продаж.

Таким образом, расчёт может выполняться ежедневно, или в выбираемом временном диапазоне, при этом задавая только объём продаж и цену единицы изделия за определённый период, будем получать приращение денежного потока за этот период. Алгоритм расчёта поступления денежных средств от операционной деятельности также защищён и является собственностью ФГБОУ ВПО «ЮРГУЭС».

Для оценки эффективности производственной деятельности обувного предприятия необходимо проанализировать годовые результаты работы предприятия по производству мужского, женского и детского ассортимента обуви, то есть всего ассортимента ряда.

При реализации 60 % обуви деятельность предприятия приносит незначительный доход. В основном этот доход достигается за счёт реализации мужской обуви, так как по женскому ассортименту при данных объёмах наблюдаются убытки. Дальнейшее снижение объёмов реализации приведёт к возрастанию убытков. Для решения данной проблемы необходимы условия реализации обуви в установленный период времени, а также объём реализации не менее 50 %. При возникновении такой ситуации необходимо привлечение заёмных средств на покрытие затрат и последующего выпуска продукции. В таблице 1 на примере зимней детской обуви показана взаимосвязь выручки, издержек и объёма производства, управляя которыми можно анализировать финансовые результаты деятельности предприятия и принимать своевременные решения по замене ассортимента, который не пользуется спросом, на новый более востребованный.

В таблице 2 приведены итоговые результаты расчета для всего ассортимента обуви, сконцентрировав наше внимание лишь на прибыли и убытках при различных объёмах продаж в месяц. Их анализ подтверждает высокую эффективность разработанного авторами программного продукта для анализа результатов работы обувных предприятий в зависимости от поступления денежного потока при

отслеживании реализации обуви в течение каждого месяца его деятельности.

Таблица 1 – Влияние реализации обуви на финансовое состояние предприятий на примере зимней детской обуви

Показатели	Значение показателя при различных объёмах продаж в месяц (%)				
	100	80	72	60	40
Объём продаж, пар	31020	24816	22334	18612	12408
Цена одной пары, руб.	890,9	890,9	890,9	890,9	890,9
Выручка от продажи, тыс. руб.	27635,7	22108,5	19897,3	16581,4	11054,2
Себестоимость единицы, тыс.руб.	795,41	795,41	795,41	795,41	795,41
Полная себестоимость, тыс. руб., в том числе	24673,6	21307,7	19897,3	18121,8	14845,9
Условно-постоянные расходы, тыс. руб.	8294,1	8294,1	8294,1	8294,1	8294,1
Условно-переменные расходы, тыс. руб.	16379,5	13013,6	11629,4	9827,6	6551,8
Прибыль (+)	2962,09	800,84	-	-	-
Убыток (-) от продаж, тыс. руб.	-	-	0	-1540,3	-3791,9
Налоги, тыс. руб.	592,418	160,168	-	-	-
Чистая прибыль, тыс. руб.	2369,672	640,672	-	-	-

Таблица 2 – Влияние реализации обуви на финансовое состояние предприятий

Показатели	Значение показателя при различных объёмах продаж в месяц (%)			
	100	80	72	60
при производстве детской обуви				
зимняя				
Прибыль (+)	2962,09	800,84	-	-
Убыток (-) от продаж, тыс. руб.	-	-	0	-1540,39
осенняя				
Прибыль (+)	2068	104,54	-	-
Убыток (-) от продаж, тыс. руб.	-	-	0	-1858,92
летняя				
Прибыль (+)	1422	-	-	-
Убыток (-) от продаж, тыс. руб.	-	0	-340,72	-2103,45

весенняя				
Прибыль (+)	1537,63	-	-	-
Убыток (-) от продаж, тыс. руб.	-	0	-63,04	-1735,16
при производстве женской обуви				
летние туфли				
Прибыль (+)	1648,68	739,69	285,01	-
Убыток (-) от продаж, тыс. руб.	-	-	-	0
осенние ботинки				
Прибыль (+)	2490,13	1329,09	168,05	-
Убыток (-) от продаж, тыс. руб.	-	-	-	0
зимние сапоги				
Прибыль (+)	4508,29	2913,36	1317,64	520,18
Убыток (-) от продаж, тыс. руб.	-	-	-	-
весенние туфли				
Прибыль (+)	1790,91	1276,49	761,04	246,62
Убыток (-) от продаж, тыс. руб.	-	-	-	-
при производстве мужской обуви				
зимние ботинки				
Прибыль (+)	2825,44	2260,23	1695,22	-
Убыток (-) от продаж, тыс. руб.	-	-	-	0
осенние полуботинки				
Прибыль (+)	2068,81	1161,72	254,64	-
Убыток (-) от продаж, тыс. руб.	-	-	-	0
весенние полуботинки				
Прибыль (+)	2730,7	1727,51	724,44	-
Убыток (-) от продаж, тыс. руб.	-	-	-	0
летние сабо				
Прибыль (+)	1713,77	943,54	123,47	-
Убыток (-) от продаж, тыс. руб.	-	-	-	0

В таблице 3 показано влияние поступления денежного потока при отслеживании реализации только определенного вида обуви в течение каждого месяца. Полученные результаты вновь подтвердили высокую эффективность применения разработанного авторами программного продукта для контроля за финансовым состоянием предприятия, чтобы гарантировать ему стабильность и получение высоких ТЭП, а их продукции обеспечивать конкурентоспособность и востребованность на внутренних рынках сбыта с нестабильным спросом.

Чаще всего предприятие осуществляет сбыт обуви через магазины с оплатой после реализации, заключая договоры с торговлей с указанием сроков

поступления средств на счета производителя. В таблице 4 приведены расчеты поступления денежного потока по результатам работы предприятия за год.

Таблица 3 – Влияние реализации всего ассортимента ряда обуви на финансовое состояние предприятий

Показатели	Значение показателя при различных объемах продаж в месяц, %			
	100	80	60	40
летнего ассортимента обуви				
Прибыль (+)	3660,56	1961,85	264,01	-
Убыток (-) от продаж, тыс. руб	-	-	-	-1434,8
осеннего ассортимента обуви				
Прибыль (+)	4892,69	2829,04	765,82	-
Убыток (-) от продаж, тыс. руб	-	-	-	-1298,25
зимнего ассортимента обуви				
Прибыль (+)	7545,06	4842,11	2141,28	-
Убыток (-) от продаж, тыс. руб	-	-	-	-561,16
весеннего ассортимента обуви				
Прибыль (+)	4621,78	3245,42	215,23	-
Убыток (-) от продаж, тыс. руб	-	-	-	-1243,14

В случае, если обувь пользуется спросом и реализуется полностью, то предприятие получает вовремя деньги, которые необходимы также на выплату зарплаты, приобретение оборотных средств и другие расходы для обеспечения развития производства.

В течение года предприятие выпускает 327903 пары обуви. При 100 % реализации данной продукции предприятие получит выручку в размере 392202,1 тыс. руб. Однако такая ситуация складывается не всегда.

Например, при реализации осенних полуботинок в размере 80 % от объема производства прибыль сокращается на 43,15 % и составляет всего 1178 тыс. руб., реализация же обуви менее 47,4 % от объема производства приносит предприятию убытки. В связи с нехваткой денежных средств приходится снижать объем производства, задерживать выплату зарплаты работающим, за что в настоящее время руководители предприятия несут ответственность, иногда даже уголовную. При возникновении такой ситуации необходимо привлечение заемных средств на покрытие затрат и организацию последующего выпуска продукции, что в данный момент связано с определенными трудностями: значительно увеличены проценты за кредит (до 18 %), сокращены сроки возврата кредита и др., приводящими к ещё большему увеличению издержек производства.

Обувные предприятия должны ориентироваться как на внешние (предприятия потребителей,

конкуренция, рыночная конъюнктура и др.), так и внутренние факторы, такие как объем сбыта, рентабельность, покрытие основных затрат и др. Однако невозможно учесть и предусмотреть все ситуации, которые могут возникнуть при реализации обуви, т.е. некоторые модели обуви на определенном этапе не пользуются спросом. В этом случае должна проявиться другая, обычно не афишируемая сторона маркетинга: если обувь, пусть даже без учета требований рынка, уже произведена, то её обязательно нужно реализовать. Для этой цели, чтобы реагировать на более низкие цены конкурентов, необходимо сократить слишком большие запасы, освободиться от поврежденной, дефектной обуви, ликвидировать остатки, привлечь большое количество потребителей, стимулировать потребление обуви, используя для этого скидки.

Насчитывается порядка двадцати разновидностей скидок, но для обуви наиболее распространёнными являются такие виды скидок, которые используются на различных уровнях предприятия, сбытовых организаций, торговли. Помимо использования скидок предприятие может идти на инициативное снижение цены при недогрузке производственных мощностей, сокращении доли рынка под натиском конкуренции со стороны предприятий-конкурентов и т.д. В этом случае предприятие заботится о своих издержках, разрабатывая мероприятия по их снижению за счёт совершенствования техники и технологии, внедрения в производство новых видов материалов, постоянного повышения качества производимой продукции. А всё это требует от предприятий больших финансовых затрат, но, тем не менее, способствует повышению конкурентоспособности отдельных видов изделий из кожи и предприятия в целом. Кроме того, чем больше количество выпускаемой обувной продукции, тем в большей степени снижаются издержки производства, что приводит к снижению цен, а главное – создаёт такие условия функционирования рынка, которые бы не допускали на него других предприятий-конкурентов и вызывали бы положительную реакцию потребителей на продукцию, изготовленную обувными предприятиями, расположенными в регионах ЮФО и СКФО.

Разработана ассортиментная политика по формированию конкурентоспособной мужской, женской и детской обуви с учётом факторов, влияющих на потребительский спрос: соответствие основным тенденциям моды, экономических, социальных и климатических особенностей регионов ЮФО и СКФО, производство которого с использованием современных инновационных техпроцессов, а также для удовлетворения спроса элитного потребителя, с использованием ручного труда создают основу для удовлетворения спроса на обувь для покупателей этих регионов.

Разработаны инновационные технологические процессы для производства мужской, женской и детской обуви с использованием современного технологического оборудования с передовыми нанотехнологиями, формирующие основу для снижения затрат на обувь и обеспечивающие ей повыше-

ние конкурентоспособность с продукцией ведущих зарубежных фирм, с возможностью широкоассортиментного выпуска обуви не только по видам, но и по методам крепления, что гарантирует ей востребованность в полном объеме.

Предложены компоновки технологического оборудования, на базе которых возможно формировать технологический процесс как для производства мужской и детской, так и женской обуви с оптимальной мощностью от производственной площади и формы организации производства.

Разработано программное обеспечение для расчёта поступления денежных средств от операционной деятельности обувных предприятий на основе оценки степени выполнения и динамики производства и реализации продукции, определении влияния факторов на изменение величины этих показателей, выявлении внутривозможных резервов и разработке мероприятий по их освоению, которые направлены на ускорение оборачиваемости продукции и уменьшение потерь, что гарантирует предприятиям получения стабильных ТЭП и предупреждает их от банкротства.

Разработано программное обеспечение для формирования технологического процесса сборки обуви и определения стоимости производства ассортимента обуви. Реализована компьютерная имитационная модель, описывающая динамику протекания процесса сборки обуви. Предложенная методика и реализованное на этой основе программное обеспечение позволяют уменьшить продолжительность технологической подготовки производства и увеличить, благодаря рационализации технологического процесса, удельный потребительский эффект обуви.

Рассчитаны комплексные показатели эффективности инновационных технологических процессов изготовления обуви. С учетом производственной программы сформированы перспективные варианты технологии и оборудования, выбран наиболее эффективный; выявлены возможности рационализации потока, позволяющие исключить «узкие» места, минимизировать простои оборудования, что является одним из условий проектирования инновационных технологических процессов. Достоверность проведенных расчетов по оценке эффективности технологических процессов методами целевого про-

граммирования при различных технологических и организационных решениях подтверждена расчетами показателей экономической эффективности: себестоимости, прибыли и рентабельности и др.

Предложенная методика позволяет сократить продолжительность технологической подготовки производства и уменьшить сроки экспертных работ при сохранении требуемой глубины и обоснованности инженерных заключений. Экономический эффект проведенных исследований выражается в интеллектуализации труда технолога с сокращением временных затрат на разработку ассортимента выпускаемой обуви и оценку эффективности технологических процессов в сравнении с типовым экономическим расчетом полной себестоимости изготовления обуви.

Проведен анализ влияния форм организации производства и технологии изготовления на себестоимость обуви на примере технологического процесса изготовления детской, женской и мужской обуви с учетом сменной программы. Получены теоретические зависимости для оценки влияния фактора «организация производства» на отдельные статьи калькуляции в целом и другие технико-экономические показатели, чтобы предупредить предприятия от банкротства.

Следовательно, только совместные усилия региональных и муниципальных ветвей власти и руководителей предприятий спровоцируют ситуацию, когда за счет технико-экономических показателей деятельности предприятий, расположенных в этих регионах, реально будут созданы основы для существенного улучшения социального положения жителей этих регионов, для которых в большинстве своем они являются градообразующими.

Литература

1. Тихонова Н.В. К вопросу о повышении формоустойчивости обуви с верхом из комплексного материала на основе натуральной кожи / Н.В. Тихонова, Т.В. Жуковская, И.Ш. Абдуллин, Л.Ю. Махоткина // Вестник Казанского технологического университета. – 2011. – №24. – С.53-56.
2. Прохоров В.Т. Пути насыщения рынка отечественной детской обувью [Текст]: / В.Т. Прохоров, И.Г. Нарожная, Н.Г. Никуличева, Н.В. Осацкая // КОП, 2002. – №1. – с.23-24.

© **В. Т. Прохоров** – д.т.н., проф., зав. каф. ТИКСиС ЮРГУЭС, г. Шахты, prohorov@sssu.ru; **Л. А. Романова** – к.т.н., асс. каф. МСС ДГТУ, г. Ростов - на -Дону, prohorov@sssu.ru; **Л. Б. Томилина** – ассистент каф. ТИКСиС ЮРГУЭС г. Шахты; **Н. В. Осацкая** – к.т.н., доцент каф. ОПиУ того же вуза; **Е. Н. Мелешко** – к.э.н., доцент каф. ЭМ того же вуза; **Н. В. Тихонова** – д.т.н., доц. каф. КОиО КНИТУ, sapr415@mail.ru.

Все статьи номера поступили в редакцию журнала в период с 15.08.13. по 25.11.13.