данной сфере равна 526 772 чел., таким образом, мы видим, что данный показатель с 2011 по 2014 года был выше среднего значения, а с 2016 по 2019 года ниже среднего.

За весь период с 2011 - 2019 гг., не включая 2015 год, средняя численность работников в отрасли транспорта и связи изменялась незначительно, что говорит о том, что данная отрасль хорошо развитая и востребованная на рынке труда, не смотря на кризис. Но рассматривая отрасль сельского, лесного хозяйства, охоты и рыболовства в данный период заметно понижение численности работников, это объясняется тем, что государство стало всё меньше поддерживать данную отрасль и сельским хозяйством заниматься стало не выгодно и убыточно, многие фермерства обанкротились, поэтому данной отраслью всё меньше и меньше предпринимателей интересуется.

Безусловно, главной целью экономики Российской Федерации было и остается повышение численности работников малых предприятий (включая микропредприятия), а также обеспечение устойчивого экономического развития их. Для решения данных целей реализуется государственная программа по следующим основным направлениям: финансовая поддержка (предоставлении льготных кредитов, субсидий, налоговых и амортизационных льгот и др.); материально-техническое обеспечение (предоставления техники и оборудования в аренду, создание технопарков и др.); консультационная и информационная поддержка (доступ к техническим библиотекам, базам данных, оказание консультационных и юридических услуг); создание рыночной инфраструктуры (местные ярмарки, торговые точки) и другое.

1. Майданевич Ю. П. Малый бизнес: понятие и преимущества / Ю. П. Майданевич, К. А. Бедрик // АНИ: экономика и управление. – 2017. – № 2 (19). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/malyuy-biznes-ponyatie-i-preimuschestva> (дата обращения: 02.12.2020).
2. Современные проблемы развития малого и среднего бизнеса в России / Ю. В. Нуретдинова, А. А. Сипатова, А. Ю. Волкова, К. Е. Краснова // Московский экономический журнал. – 2019. – № 11. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-problemy-razvitiya-malogo-i-srednego-biznesa-v-rossii-1> (дата обращения: 02.12.2020).
3. Щурина Светлана Валентиновна Меры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в приоритетных отраслях российской экономики в 2020 году // Экономика. Налоги. Право. – 2020. – №1. – С. 60–72. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mery-podderzhki-subektov-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-v-prioritetnyh-otraslyah-rossiyskoy-ekonomiki-v-2020-godu> (дата обращения: 02.12.2020).

Наумкин А.С., Алибаев М.Р., Брежнева О.В.
Анализ производства и реализации продукции

Стерлитамакский филиал «Башкирского государственного университета»
(Россия, Стерлитамак)

doi: 10.18411/lj-01-2021-98
idsp: ljjournal-01-2021-98

Аннотация

В статье изучается анализ производства и реализации продукции, где рассматриваются объекты и задачи анализа, исследуются важные для анализа коэффициенты ритмичности и выявляются резервы роста объема производства и реализации продукции.

Ключевые слова: ритмичность, аритмичность, выпуск продукции, реализация продукции, объем производства.

Keywords: rhythmicity, rhythmicity, output, sales, volume of production.

Каждое предприятие в рамках рыночной конкуренции стремится к получению прибыли от реализации продукции и её максимизации. В современных обстоятельствах

жесткой конкурентной борьбы почти на всех рынках проблемы реализации стоят на первом месте, но проблемы создания занимают подчиненное положение [4, с. 115].

Объем реализации зависит от объема производства и наоборот. Так, в условиях, когда производственные возможности предприятия ограничены, а спрос носит неограниченный характер, объем производства у организации растет. Но, по мере того, как усиливается конкуренция и насыщается рынок, уже тот объем, который предприятие сможет реализовать, считается важным. Поскольку предприятию надлежит определенный ассортимент товаров в определенном количестве, чтобы реализовать его на рынке. По мере того, как растут темпы роста реализации продукции и объема её производства и повышается качество, у предприятия изменяется величина себестоимости продукции, прибыли на единицу продукции и рентабельности. Поэтому анализ данных показателей имеет важное значение.

Объекты анализа производства и реализации продукции представлены на рисунке 1.

Рисунок 1 – Объекты анализа производства и реализации продукции [1]

Главными задачами анализа производства и реализации продукции считается:

- 1) анализ уровня выполнения плана и динамики реализации и производства продукции;
- 2) установление воздействия факторов на изменение величины данных показателей;
- 3) раскрытие внутрихозяйственных резервов повышения выпуска и реализации продукции;
- 4) создание мероприятий в области овладения обнаруженных резервов.

Главными признаками объема производства считаются товарная, валовая и реализованная продукция.

Валовая продукция – это цена всей произведенной продукции и проделанных работ, в том числе НЗП. Проявляется в сопоставимых и активных ценах.

Товарная продукция – это цена продукта для реализации (без НЗП). Проявляется в оптовых ценах, действующих в отчетном году.

Реализованная продукция – приобретенная от потребителей прибыль за стоимость отгруженного продукта, на которой перешло право собственности. Проявляется в сравнимых, действующих и плановых стоимостях.

К основным источникам информации относятся: бизнес-план; отчет о выпуске продукции; отчет об отгрузке продукции, отчет о финансовых результатах предприятия.

Факторная модель выпущенной (ВП) и реализованной продукции (РП):

$$ВП = \sum (V_{ВП} \times U_{дi} \times Ц_{Pi})$$

$$РП = ВП \times U_{дрп}$$

$$РП = \sum VPP \times Уд \times ЦPi,$$

где VBP , VPP – общая величина выпущенной и реализованной продукции;

$Уд рп$ – удельный вес реализованной продукции в общем объеме;

$Уд i$ – удельный вес i -го вида продукции;

$ЦPi$ – цена i -го вида продукции.

В оценке финансовой деятельности предприятия большую роль играет анализ показателей ритмичности, отвечающих за равномерность выпуска продукции и её соответствие графику, объему и ассортименту, предусмотренному планом.

Ритмичность предприятия способствует повышению качества продукции, снижению издержек на единицу продукции, увеличению прибыли, что в целом говорит о налаженном выпуске и реализации продукции. Кроме того, на основе показателей ритмичности можно отследить является ли организация производства и труда на предприятии рациональной. Неритмичная работа ухудшает все экономические показатели работы: это приводит к увеличению себестоимости, снижению прибыли и ухудшению финансового состояния.

С Целью оценки ритмичности деятельности компании употребляются прямые и косвенные показатели.

Прямые показатели:

1. Показатель ритмичности – совокупность фактических удельных весов выпуска за каждый период, однако не более планового уровня.

2. Показатель вариации – демонстрирует сумму отклонения от графика

$$K_v = \frac{\sqrt{\sum (xi - x)/n}}{x},$$

где $(xi - x)$ – отклонение от задания;

n – число периодов;

x – плановый выпуск продукции.

3. Показатель аритмичности – совокупность положительных и отрицательных отклонений в выпуске продукции от плана за каждый период (декаду). Чем меньше ритмично функционирует организация, тем больше коэффициент аритмичности.

Косвенные характеристики – наличие доплат за сверхурочную деятельность, выплаты за простои по вине компании, потери от брака, оплата штрафов за несвоевременную отгрузку продукта и т.д. [3, с. 167].

В завершении анализа разрабатывают определенные мероприятия по устранению факторов неритмичной деятельности компании.

Резервы роста объема изготовления – это численно измеримые возможности его повышения за счет усовершенствования использования ресурсов компании.

Выделяет 3 группы резервов роста объемов производства и реализации продукции.

I. Улучшение использования труда (трудовые ресурсы):

- создание дополнительных рабочих мест;
- ликвидация потерь рабочего времени;
- повышение производительности труда;
- улучшение структуры кадров, рост квалификации.

II. Улучшение использования средств труда (оборудование):

- укомплектование новых рабочих мест оборудованием;
- ликвидация потерь рабочего времени оборудования;
- модернизация оборудования.

III. Улучшение использования предметов труда (сырье):

- снижение норм расходов сырья;
- более эффективное использование ресурсов [2, с.3].

Результаты анализа являются информационной базой для разработки и принятия управленческих решений направленных на повышение объемов производства и реализации продукции.

1. Бакиева, И. А. Методика анализа производства и реализации продукции / И. А. Бакиева, И. Ф. Урманбекова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 10 (114). — С. 611-614.
2. Магомедова К.И. Анализ производства и реализации продукции // «Научно-практический электронный журнал Аллея Науки». — 2018. - №7(23). - С. 1-6.
3. Нуретдинова Ю.В., Дудрина К.В. Анализ реализации продукции предприятия // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. №5-2. С. 166-169.
4. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие / Г. В. Савицкая. — 7-е изд., испр. — Мн.: Новое знание, 2017. — 704с.

Наумова О.А., Тимошенко А.В.

**Применение технологии виртуальной реальности в российском бизнесе:
проблемы и пути их преодоления**

*Самарский государственный экономический университет
(Россия, Самара)*

doi: 10.18411/lj-01-2021-99

idsp: ljjournal-01-2021-99

Аннотация

Данная работа посвящена анализу тенденций применения технологий виртуальной реальности в российских компаниях. Актуальность данного исследования подтверждается растущим спросом российских предприятий на VR-проекты при отставании российского потребительского рынка технологий виртуальной реальности от мирового. В рамках данной работы авторы ставят перед собой задачу выявления имеющихся барьеров для внедрения VR-технологий. Авторами предложены способы преодоления препятствий на пути цифровой трансформации в области виртуальной реальности. При проведении исследования был использован комплекс взаимосвязанных общенаучных методов исследования. Так, применялись методы индукции и дедукции, синтез и анализ, а также системный подход. Полученные результаты целесообразно применять экономическим субъектам, планирующим внедрение VR-кейсов в бизнес-процессы.

Ключевые слова: виртуальная реальность; цифровая трансформация; цифровая экономика Российской Федерации; цифровизация.

Abstract

This work is devoted to the analysis of trends in the use of virtual reality technologies in Russian companies. The relevance of this study is confirmed by the growing demand of Russian enterprises for VR projects, while the Russian consumer market for virtual reality technologies lags behind the world one. As part of this work, the authors set themselves the task of identifying the existing barriers to the implementation of VR technologies. The authors proposed ways to overcome obstacles to digital transformation in the field of virtual reality. During the research, a complex of interrelated general scientific research methods was used. Thus, methods of induction and deduction, synthesis and analysis, as well as a systematic approach were used. It is advisable to apply the results obtained to economic entities planning to introduce VR cases into business processes.

Keywords: the virtual reality; digital transformation; digital economy of the Russian Federation; digitalization.