

мониторинг и контроль процесса исполнения разработанных рекомендаций.

А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар считают, что результаты маркетингового анализа преимущественно используются в следующих случаях:

- разработка маркетинговой стратегии компании;
- составление краткосрочных планов маркетинговой и производственной деятельности компании и мониторинга их исполнения;
- принятие управленческого решения об изменении или корректировке существующей стратегии маркетинга компании;
- принятие управленческого решения по продукции, ценовой политике, потребителям и поставщикам;
- оценки руководством компании текущей эффективности работы организации или ее подразделений [8, с. 133].

В рамках работ по повышению эффективности работ по проведению маркетингового анализа вводятся следующие требования: оптимальные сроки, высокая достоверность и полнота данных, исключение абстрактных и практическая применимость рекомендаций и предложений, недвусмысленность и четкость результатов. Также для повышения эффективности работ по проведению маркетингового анализа, применимости результатов в практической деятельности компании, необходимо придерживаться следующих базовых принципов: научности анализа, системности, комплексности, точности, достоверности, объективности, оперативности, действенности.

При исследовании различных точек зрения по определению положения маркетингового анализа в научной сфере дало возможность выделить два следующих направления:

- маркетинговый анализ - является одним из этапов маркетингового исследования рынка;
- маркетинговый анализ - самостоятельный вид комплексного экономического анализа деятельности компании.

Принято решение придерживаться точки зрения, которая определяет маркетинговый анализ как неотъемлемую часть маркетингового исследования

рынка. Такое решение обусловлено тем, что маркетинговое исследование без анализа перестает быть таковым и наоборот. Большая часть маркетингового исследования связана с маркетинговым анализом. Более того, часто понятие «маркетинговое исследование» часто подменяют понятием «маркетинговый анализ».

Таким образом, делаем вывод, что маркетинговый анализ является важнейшей частью маркетингового исследования, а также играет ключевую роль в принятии управленческих решений в сфере маркетинговой деятельности компании. Были определены основные цели и задачи маркетингового анализа, а также принципы, которых необходимо придерживаться в ходе аналитических работ.

Список литературы

1. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. - 6-е изд., перераб. и доп. - М. ИНФРА-М, 2011. - 877 с.
2. Волкова О. А. Развитие научно-методического инструментария маркетингового анализа и аудита: дисс. канд. эконом. наук. - Псков, 2010. - 198 с.
3. Егоров А.Ю. Комплексный анализ рынка в системе маркетинговой деятельности / А.Ю. Егоров. - М. : СП «Вся Москва», 2017. - 231 с.
4. Беляевский И.К. Маркетинговые исследования: информация, анализ, прогноз. Учебное пособие. М: Финансы и статистика, 2012. - 551с.
5. Маркетинговый анализ: учебное пособие / Б.И. Герасимов, Т.М. Коновалова, Н.И. Саталкина, Г.И. Терехова. - Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. - 88 с.
6. Котлер Ф., Джайн Д. К., Мэйсинси С. Маниевры маркетинга. Современные подходы к прибыли, росту и обновлению - М.: Олимп-Бизнес, 2003. - 524 с.
7. Полевода С. В. Сущность и содержание маркетингового анализа. Журнал «Учет и статистика». № 26. 2015. - С. 40-44
8. Академия рынка: маркетинг / А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар и др. ; пер. с фр. ; науч. ред. А. Г. Худокорнов. - М. : Экономика, 2018. - 354 с.

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ И ЕЁ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ

Эшев Алибек Сабирович

«Бухгалтерский учет на производстве»

DOI: [10.31618/ESU.2413-9335.2019.9.63.205](https://doi.org/10.31618/ESU.2413-9335.2019.9.63.205)

Роль аграрного сектора в социальном-экономическом развитии стран мира стремительно возрастает, так как именно одним из основных направлений устойчивого развития нашей страны является сельское хозяйство. Тенденции развития в этой сфере приводят к осознанию необходимости использования современных технологий управления для стратегического развития. Эффективное стратегическое управление аграрного сектора сегодня возможно только в том случае, если оно признано производством качественной продукции. Без

комплексного подхода к решению вопросов планирования, обеспечения качества и управления им невозможно дальнейшее совершенствование его развития.

Эффективность стратегического управления аграрного сектора выражается в том, насколько своевременно и точно фермерские хозяйства в состоянии реагировать на новые запросы и требования. Для успешного функционирования этих хозяйств, необходимо определить миссию, видение,

ценности, цели деятельности, провести стратегический анализ, используя различные методологии и методы моделирования. Отсутствие или нечеткая формулировка некоторых из перечисленных компонентов может служить препятствием формированию стратегии сектора. Стратегия раскрывает долгосрочные цели, задачи и направления развития системы.

Необходимость формирования стратегии — это повышение эффективности использования ресурсов, дифференциация, основанная на отличительной характеристике территорий и учитывающая сельскохозяйственную специализацию, создание точек роста, позволяющих эффективно использовать концентрированные ресурсы, создание возможностей для взаимодействия и формирование интегрированной системы аграрного сектора.

В связи с этим вопросы развития и либерализации экономики, направлены на дальнейшее укрепление макроэкономической стабильности и сохранение высоких темпов роста экономики, повышение ее конкурентоспособности, модернизацию и интенсивное развитие сельского хозяйства, активное привлечение иностранных инвестиций в отрасли экономики и, в частности, сельского хозяйства страны путем улучшения инвестиционного климата, что является основной стратегией аграрной отрасли.

Для совершенствования аграрного сектора предстоит выполнение поставленных задач правительством, в частности расширение социального и корпоративного взаимодействия между органами власти и бизнесом по реализации задач долгосрочного экономического развития АПК. Вместе с тем, реализация стратегии развития аграрного сектора, развитие новых технологий в целях достижения конкурентоспособности, решения маркетинговых задач по развитию сектора и ориентирование на создание самостоятельной среды по производству продукции сельского хозяйства.

Сельское хозяйство является одной из важных отраслей экономики Узбекистана. Эта отрасль, наряду с удовлетворением потребности населения в продуктах питания, а отраслей перерабатывающей промышленности — в сырье, считается одним из перспективных источников укрепления экономического потенциала.

В «Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах», утвержденным Указом Президента Республики Узбекистан от 7 февраля 2017 года № УП-4947, основное внимание обращено на модернизацию и интенсивное стратегическое развитие сельского хозяйства.

Углубление структурных реформ и динамичное развитие сельскохозяйственного производства, дальнейшее укрепление продовольственной безопасности страны, расширение производства экологически чистой продукции, значительное повышение экспортного потенциала аграрного сектора являются важнейшими задачами, предусмотренными к осуществлению в перспективе.

Приоритетными направлениями стратегического развития сельского хозяйства, определенными в Стратегии действий являются:

- развитие сельского хозяйства путем углубления структурных реформ, дальнейшее укрепление продовольственной безопасности и экспортного потенциала страны;

- совершенствование вопросов по улучшению мелиоративного состояния орошаемых земель, развитию мелиорационных и ирригационных объектов, внедрению в отрасль современных вода - и ресурсосберегающих технологий, использование инновационной технологии;

- внедрение научно-исследовательских работ по созданию новых селекционных сортов сельскохозяйственных культур, обладающих высокой продуктивностью, устойчивостью к болезням и вредителям, адаптированных к местным почвенно-климатическим и экологическим условиям;

- реконструкция и строительство существующих перерабатывающих предприятий, выпускающих сельскохозяйственную продукцию и упаковочные материалы на основе глубокой переработки;

- развитие многопрофильных фермерских хозяйств, занимающихся производством, переработкой, заготовкой и реализацией сельскохозяйственной продукции, строительными работами и оказанием услуг;

- расширение инфраструктуры по хранению, транспортировке и сбыту сельскохозяйственной продукции, оказанию агрохимических, финансовых и других современных рыночных услуг;

- принятие системных мер по смягчению негативного воздействия глобального изменения климата и высыхания Аральского моря на развитие сельского хозяйства и жизнедеятельности населения.

Во исполнение этих задач специалистами будут осуществлены работы по дальнейшей оптимизации посевных площадей, связанные с расширением площадей под картофель, овощи, интенсивные сады, масличные культуры и виноградники. Осуществляемые меры по оптимизации состава посевных площадей и повышению урожайности приведут к существенному росту объемов производства сельскохозяйственной продукции в нашей стране.

В условиях рыночной экономики выживаемость любого предприятия, его устойчивое положение на рынке товаров определяется уровнем его конкурентоспособности, то есть способности производить и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителей, чем товары их конкурентов. Она характеризует возможность и динамику приспособления фермеров к условиям рыночной конкуренции.

Важный аспект конкурентоспособности - наличие конкурентных преимуществ, то есть уникальных осязаемых и неосязаемых активов, которыми владеет предприятие, которые стратегически

важны для бизнеса и позволяют побеждать в конкурентной борьбе. Чтобы предприятие стало лидером на рынке, ему необходимо опережать конкурентов в нововведениях в системе производства и сбыта, в установлении новых цен, снижении издержек. Поэтому конкурентоспособность не является постоянным признаком, преимущество над соперником может утрачиваться со временем, как за счет факторов внешней среды, так и за счет внутренних факторов. Среди факторов эффективности выделяют уровень образования, эффективность рынков, размер рынка, а также уровень технологического развития.

В настоящее время система сельскохозяйственного производства обеспечивает рост уровня качества продукции, а значит и уверенность в повышении удовлетворенности потребителей в сельскохозяйственной продукции. В условиях рыночной экономики выживаемость любого предприятия, его устойчивое положение на рынке товаров определяется уровнем его конкурентоспособности, то есть способности производить и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителей, чем товары их конкурентов. Она характеризует возможности и динамику приспособления к условиям рыночной конкуренции. Конкуренция в сельском хозяйстве формируется одновременно хозяйствами с различными формами собственности и хозяйствования по наиболее выгодным экономическим условиям, так как конкурентоспособность заключается в возможности и способности любого субъекта рыночных отношений опережать конкурентов в до-

стижении поставленных стратегических целей, закреплять свои позиции на рынке и извлекать определенную выгоду для эффективной деятельности.

Литература:

1. Речь Президента Узбекистана Ш.Мирзиёева на состоявшемся 14 января 2017 года расширенном заседании Кабинета Министров, посвященном всестороннему анализу итогов социально-экономического развития страны в 2016 году и определению важнейших приоритетных направлений экономической программы на 2017 год. Народное слово. 19 января 2017 года, № 3.

2. Указ Президента Республики Узбекистана Ш.Мирзиёева от 23 января 2017 года «О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан».

3. Алтухова Л.А., Семко И.А. Методика комплексной оценки уровня конкурентоспособности сельскохозяйственных предпринимательских структур // Российское предпринимательство. — 2011.

4. Гусаков В. Г. Новейшая экономика и организация сельского хозяйства в условиях становления рынка: научный поиск, проблемы, решения / В. Г. Гусаков. — Минск: Ин-т системных исследований в АПК, 2008. — 431 с.

5. Пелих С. А. Инновационно-инвестиционная среда в агропромышленном комплексе Китая и Беларуси: анализ, проблемы, решения / С. А. Пелих, Ван Яотянь. — Минск: Право и экономика, 2012. — 176 с.

УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ ПАО «НК «РОСНЕФТЬ»

Верколаб Алла Александровна

*Канд. экон. наук, доцент кафедры финансов и кредита,
Бузулукский гуманитарно-технологический институт (филиал)
Оренбургского государственного университета, г. Бузулук*

Ющенко Надежда Сергеевна

*Студент,
Бузулукский гуманитарно-технологический институт (филиал)
Оренбургского государственного университета, г. Бузулук*

АННОТАЦИЯ

Проведен анализ динамики, структуры и оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности ПАО «НК «Роснефть», выявлены основные проблемы управления дебиторской и кредиторской задолженностью, определены направления совершенствования управления дебиторской и кредиторской задолженностью ПАО «НК «Роснефть».

ABSTRACT

The analysis of the dynamics, structure and turnover of receivables and payables of PJSC NK Rosneft was conducted, the main problems of receivables and payables management were identified, and directions for improving the management of receivables and payables at PJSC NK Rosneft were identified.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, управление дебиторской задолженностью, управление кредиторской задолженностью.

Keywords: accounts receivable, payables, receivables management, accounts payable management.

Дебиторская и кредиторская задолженность являются неотъемлемой частью деятельности хозяйствующих субъектов в современной экономике России. Управление дебиторской задолженностью

во многих российских организациях малоэффективно, зачастую возникают ситуации, когда организация, имея высокую прибыль, не имеет денежных средств.