

Пурис Андрей Валерьевич

доцент, кандидат экономических наук

Казанский национальный исследовательский
технический университет им. А.Н. Туполева – КАИ,
(г. Казань, РТ, РФ)

Денисова Диана Сергеевна

студент

Казанский национальный исследовательский
технический университет им. А.Н. Туполева – КАИ,
(г. Казань, РТ, РФ)

Puris A.V., candidate of economic Sciences, associate Professor,

**Kazan national research University
technical University. A. N. Tupolev – KAI,
Kazan, Republic of Tatarstan, Russia**

**Denisova D.S, student Kazan national research University
technical University. A. N. Tupolev – KAI,
Kazan, Republic of Tatarstan, Russia**

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ПРЕДПРИЯТИЯ АО «КАЗАНСКИЙ ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКИЙ ЗАВОД»

Аннотация

Каждому предприятию необходимо иметь хорошо сформированную организационную структуру. На предприятии АО «Казанский электротехнический завод» структура управления организована матричной системой.

Ключевые слова: структура, предприятие, финансирование, управление, стабильность.

ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF THE ENTERPRISE OF KAZAN ELECTROTECHNICAL PLANT JSC

Annotation

Every enterprise needs to have a well-formed organizational structure. At the JSC "Kazan Electrotechnical Plant", the management structure is organized by a matrix system.

Key words: structure, enterprise, financing, management, stability.

Каждому предприятию необходимо иметь хорошо сформированную организационную структуру, позволяющую выработать при необходимости новые условия деятельности предприятия, свести к минимуму по времени перемещение капитала из одних направлений деятельности в другие, обеспечить максимально быструю передачу достоверной и точной информации по вертикальным и горизонтальным управленческим звеньям для максимально быстрого принятия решения по повышению эффективности деятельности конкретного подразделения или направления предприятия.

Так, на предприятии АО «Казанский электротехнический завод» структура управления организована матричной системой. Главным преимуществом такой управленческой системы является наличие горизонтальных и вертикальных управленческих звеньев. Ее принцип работы связан с передачей информации и постановки задач от вышестоящего подразделения (начальник, отдел, руководитель) к нижестоящим (бухгалтеры, рабочие, подчиненные каждого отдела) [5].

Успешное развитие предприятия АО «Казанский электротехнический завод» зависит от своевременной и быстрой передачи информации и поставленных задач перед каждым подразделением (отделом), которые в свою очередь приступают к их незамедлительному и правильному исполнению.

Экономика данного предприятия сохраняет стабильное положение, так как оно имеет государственные проекты по реализации своей продукции, в том

числе Министерству обороны Российской Федерации в частности военно-морскому флоту. Стабильность экономики предприятия сохраняется непосредственно благодаря производимой продукции и оказанию услуг.

Основным потребителем продукции предприятия, является государство, именно поэтому направление работы сектора маркетинга, а именно рекламы направлены на представление продукции завода на различных выставках, путем предоставления продукции, как для Министерства обороны, так и органов исполнительной власти в сфере обеспечения общественной безопасности путем предоставления средств охраны [5].

Функция управления маркетинга на данном предприятии работают за счет анализа и прогнозирования основных конъюнктурообразующих факторов потенциальных рынков сбыта продукции; коммерческо-экономических, включая экономическую ситуацию и финансовое состояние потенциальных потребителей, реальный платежеспособный спрос на продукцию и соотношение спроса и предложения конкретных моделей изделий или разработок.

Центр сервисного и технического обслуживания АО «Казанский электротехнический завод» осуществляет все виды работ по текущему, гарантийному и послегарантийному ремонту, а также все виды регламентных работ по техническому обслуживанию любой выпущенной продукцией завода.

Проанализировав рынок сбыта продукции можем с уверенностью сказать, что маркетинг на предприятии имеет высокий приоритет, так как перед сектором маркетинга стоит задача представлять продукцию на государственных и мировых выставках.

В 2018 году объем продукции завода вырос на 58% (2170 млн. руб.) по сравнению с 2017 годом (3682, млн. руб.) до 5852,4 млн. руб., но за 2019 год произошло его снижение на 1,4% (76,5 млн. руб.) до 5775,9 млн. руб., чему способствовало снижение себестоимости в 2019 г. на 1420,4 млн. руб.

Можно сделать вывод о том, что в 2018 г. по сравнению с 2017 годом резко выросла себестоимость на 90,8% (2615,5 млн. руб.), а за 2019 г. снизилась на 26% до 4075,877 млн. руб.

За период 2017 – 2018 год темп роста товарооборота отставал от темпа роста себестоимости, что можно оценить отрицательно. Положительно можно оценить то, что в 2019 г. темп снижения себестоимости опережал темп снижения выпуска товарной продукции. За период 2017 - 2019 г. балансовая прибыль имела тенденцию к росту: за 2018 г. выросла на 39,8% (287,5 млн. руб.) до 1009,3 млн. руб., за 2019 г. - на 133,6% (1348,3 млн. руб.) до 2357,6 млн. руб.

Фонд заработной платы имел тенденцию к увеличению: так за 2018 год он вырос на 7,7% до 650,5 млн. руб., за 2019 год – еще на 21,4%, что составило 789,7 млн. руб. На изменение суммы расходов на оплату труда в 2018 году повлияли следующие факторы: увеличение объема товарной продукции завода на 58%, повышение производительности труда работников на 72%, рост средней заработной платы на одного работника на 22%.

Особого внимания заслуживает показатель соотношения темпов прироста выпуска продукции и темпов прироста заработной платы. Так, в 2018 году на анализируемом предприятии темп роста производительности труда превышал темп роста оплаты труда, то есть перерасхода заработной платы не происходило.

В 2019 году темп роста оплаты труда превысил темп снижения роста производительности труда, то есть производительность труда росла медленнее, чем заработная плата, а значит появился перерасход заработной платы, следовательно, управление системой оплаты труда на анализируемом предприятии следует признать не эффективным. Рассчитанный показатель рентабельности продаж в 2018 году снизился на 15%, в 2019 г. он вырос на 21,3%. Коэффициент текущей ликвидности показывает способность компании погашать текущие (краткосрочные) обязательства за счет только оборотных активов.

Отрицательным является снижение платежеспособности предприятия с 1,01% в 2017 г. на 0,18% до 0,83% в 2019 г. На АО «Казанский электротехнический завод» на протяжении анализируемого периода принимаемые значения коэффициента текущей ликвидности не соответствует норме (≥ 2), что показывает высокий финансовый риск предприятия с возможностью погашения текущих (краткосрочных) обязательств за счет оборотных активов.

Таким образом, самой большой проблемой для предприятия является снижение его платежеспособности, что в свою очередь может повлечь за собой не уплату по обязательствам и в конечном итоге предприятие станет банкротом. Для того чтобы этого не произошло необходимо производить продукт, который будет интересен широкому кругу потребителей, это повлечёт за собой больше клиентов и в связи с этим показатели продаж возрастут.

В 2019 году предприятие характеризуется почти равными долями оборотных активов - 49,9% и внеоборотных активов - 50,1% в структуре совокупных активов предприятия.

Внеоборотные активы предприятия за анализируемый период увеличились на 2248,5 млн. руб. или на 174,5%.

В целом предприятие АО «Казанский электротехнический завод» имеет хорошую организационную структуру, а именно управленческие звенья расположены в классическом стиле «от старшего – к младшему», то есть в вертикальном порядке. Все специалисты данного предприятия высококвалифицированные работники и полностью знают свое дело, это способствует хорошей коллективной работе и достижению поставленных целей. Достижение поставленных целей было бы невозможно без хорошей и полноценной подготовки каждого рабочего места, на данном предприятии этот процесс тщательно контролируется и отображается в отчетности перед генеральным директором.

Продукция данного предприятия является качественной, за счет использования дорогостоящих материалов. Изготавливаемая продукция востребована в основном на уровне государства в качестве обеспечения безопасности граждан.

Однако, не смотря на положительное развитие предприятия оно, как и все остальные имеет свои отклонения. По анализу бухгалтерской и финансовой отчетности за период 2017 – 2019 гг. видно, что предприятие теряет свою платежеспособность, которая в свою очередь может привести к банкротству. Для того, чтобы это не допустить необходимо разрабатывать новые продукты, которые будут использоваться не только для государства, но и для физических лиц, с возможностью максимального удовлетворения их потребностей. Так, например, новой разработкой предприятия является мангал, который отличается высоким качеством и удобством в использовании. Благодаря таким разработкам, предприятие способно не только повысить свою платежеспособность, но и выйти на рынок новых продуктов и хорошо конкурировать с другими за счет качества произведенной продукции.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. Бердникова Э.Н. Внутрикorporативный PR и событийный маркетинг. - интеллектуальная издательская система Ridero.ru, 2018. – 109 с.
2. Коноплева И. А. Информационные системы в экономике: учебное пособие / И.А. Коноплева, В. С. Коноплева, - М.: Проспект, 2018. – 112 с.
3. Кушлин В. И. Государственное регулирование рыночной экономики: учебник. – М.: Экономика, 2017. – 834 с.
4. Международный анализ экономики предприятия. [Электронный ресурс]. – Электрон.дан. - Режим доступа. <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhurovnevyy-analiz-ekonomiki-predpriyatiya>, (дата обращения 17. 07. 2020)
5. Сайт АО «Казанский электротехнический завод». [Электронный ресурс]. – Электрон.дан. - Режим доступа. <http://ketz.su>, (дата обращения 15.07.2020)