

Библиографический список

1. Габдрахманова, К.Ф. Прикладные методы решения задач в нефтегазовом деле / К.Ф. Габдрахманова, Ф. К. Усманова // Часть I. Уфа: 2013. – С. 197.
2. Имомов, А. Организация численных методов в MathCAD. Молодой учёный, № 6(65). – 2014 г.– С. 15–19.
3. Ирискулов, С.С. Численные методы и алгоритмы. MathCAD / С.С. Ирискулов, К.Д. Исманова, М. Олимов, А. Имомов // Учебное пособие. Наманган, Изд-во «Наманган», 2013. – 278 с.

USING MATHCAD IN THE APPROXIMATE CALCULATION

Shamsutdinova G. F., Nikiforov I. Y.

Keywords: *MathCad, interface, numerical methods, Lagrange method, Newton's method*

The article is devoted to the use of MathCad software for calculations of approximate values. Methods and forms of making calculations in MathCad are considered as well as the examples of calculations are provided. The software enables to perform any calculations of examples in numerical methods.

УДК 339.138(075.8)

**УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ В МАРКЕТИНГЕ
НА ПРИМЕРЕ ООО «АГРО-ЛЮКС»
СТАРОМАЙНСКОГО РАЙОНА УЛЬЯНОВСКОЙ
ОБЛАСТИ**

*Шарафетдинова Р.Р., студентка 3 курса экономического факультета
Научный руководитель – Заживнова О. А., кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П. А. Столыпина»*

Ключевые слова: *управленческие решения, маркетинг, финансовое состояние*

В статье рассматривается процесс принятия управленческих решений в маркетинге, так как именно они сегодня могут обеспечить

минимальные потери и максимальную прибыль на пути к успеху компании. Авторами выявлены проблемы финансового состояния предприятия, а также разработаны пути их решения.

Принятие решений в маркетинге представляет собой сложный и систематизированный процесс, состоящий из ряда этапов и стадий, начинающийся с формулирования проблемы и заканчивающийся совершением действий, решающих эту проблему [1].

Объектом исследования было выбрано предприятие ООО «Агро-Люкс» Старомайнского района Ульяновской области. Предметом исследования являются управленческие решения предприятия.

Целью работы являлось исследование процесса принятия управленческих решений в маркетинговой деятельности предприятия и разработка направлений их совершенствования.

Согласно поставленной цели были сформулированы основные задачи:

1. Рассмотреть теоретические основы управленческих решений в маркетинге;
2. Провести анализ принятия управленческих решений в области маркетинга на примере ООО «Агро-Люкс»;
3. Разработать процесс совершенствования и принятия управленческих решений в маркетинге на предприятии ООО «Агро-Люкс».

При решении поставленных задач использованы следующие основные методы исследования - сравнения, аналогии, моделирования и др.

Теоретической основой исследования послужили теории управления персоналом, монографические материалы, публикации по проблемам управления предприятием.

Информационной базой работы являлись формы годовой отчетности о финансово-экономическом состоянии предприятия ООО «Агро-Люкс» Старомайнского района Ульяновской области 01.01.2015 - 01.01.2017.

В качестве методологической основы исследования был использован программный продукт «Альт-ФИНАНСЫ», согласно которому были рассчитаны финансовые показатели предприятия ООО «Агро-Люкс»[2].

В результате анализа природных и экономических условий хозяйства, а также его размеров и специализация, сделан вывод о том, что в ООО «Агро-Люкс» высокий уровень специализации. Хозяйство специализируется на производстве продукции растениеводства зернового направления, она составляет 52,16% от общей выручки по организации.

Проанализировав финансовое состояние, в динамике 2012-2104 гг., можно сделать вывод о том, что в последнем анализируемом периоде (01.01.2014г.) объем чистой прибыли компании составил 3 725 тыс. руб., что составляет 13,2%

в общем объеме выручки. За анализируемый период чистая прибыль увеличилась на 2 799 тыс. руб. (в 3 раза). Отмеченное увеличение прибыли положительно характеризует деятельность компании (64,9%) [3].

Однако, судя по прогнозным показателям финансового состояния предприятия ООО «Агро-Люкс», 2015 год ожидается убыточным, что свидетельствует о неэффективной деятельности хозяйства. Если судить по такому показателю, как чистая прибыль (убыток), то нужно отметить, что он находится в убытке и в прогнозе составит свыше 16 млн. руб., но, на протяжении последующих лет, возможен выход из кризисного состояния, в результате чего доля прибыли может быть равной 4 млн. руб.

Для решения данной проблемы мы рекомендуем разработать и принять ряд управленческих решений. Одним из них может стать сортосмена, в частности озимой пшеницы, которая позволит повысить урожайность зерновых культур. Данное увеличение позволит предприятию увеличить прибыль с каждого гектара более чем в пять раз. Уровень рентабельности при сортосмене в динамике лет может повыситься на 31 процентных пункта [5].

Таким образом, управленческие решения в маркетинге, на основе внедрения сортосмены озимой пшеницы, будут способствовать реализации продукции по более высоким ценам, соответственно повышению уровня рентабельности производства и продаж, что наиболее эффективно скажется на деятельности предприятия ООО «Агро-Люкс».

Библиографический список

1. Балдин, К. В. Управленческие решения /К. В. Балдин, С. Н. Воробьев, В.Б. Уткин // Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – С. – 495
2. Уткин, В.Б. Информационные системы в экономике /В.Б. Уткин// 5-е изд., - М.: Академия, 2010. – С. – 288
3. Васильева, Л.Н. Моделирование микроэкономических процессов и систем /Л.Н. Васильева// - М.: КноРус, 2011. – С. – 400
4. Милосердов, В.В. Аграрная политика России – XX век /В.В. Милосердов, К.В. Милосердов// М., 2012. – С. 544
5. Ключац, В.А. Маркетинг сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия / В.А. Ключац // ГП УСЗ Минсельхозпрода России, 2012. – С. 208
6. Мишина, О.В. Информационно-аналитическая поддержка процесса разработки и принятия управленческих решений в ООО СПК «Волжанка»/ О.В. Мишина, Т.П. Карпова// Материалы Всероссийской научной конференции молодых ученых «Устойчивое развитие сельских территорий: теоретические и методологические аспекты».- Ульяновск.: Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина, 2014 г.-т. II.- С. 151-155.

MANAGEMENT DECISIONS IN MARKETING ON THE EXAMPLE OF “AGRO – LUX” STAROMAYNSKY DISTRICT ULYANOVSK REGION

Sharafetdinova R. R.

Keywords: *management decisions, marketing, financial condition*

This article discusses the actual topic - managerial decisions in marketing on the example of the company, as they are now able to provide the minimum losses and maximum profits to the success of the company. The authors identified the problem of financial condition, as well as their solutions.

УДК 004.358

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК НА ОСНОВЕ ИМИТАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

*Шичкина Ю. А., Увина Ю.В., студентки 3 курса физико-математического факультета
Научный руководитель – Макарова Т.Н., кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный педагогический институт им. М.Е.
Евсевьева»*

Ключевые слова: *логистика, логистические цепи, информационная система, спрос, поставщик, расходы*

Одним из наиболее важных направлений экономики Республики Мордовия является строительная отрасль. Компании оптовой торговли строительными и отделочными материалами полностью за счет собственных возможностей обеспечивают комплексное строительство объектов любой сложности, строительство под ключ. Особое внимание уделяется объемам поставок, наличию собственных баз и складов, отношениям с крупными заказчиками, развитию собственной инфраструктуры.

Сегодня предприятия работают в условиях нестабильности спроса и снижения лояльности потребителей. Клиенты крайне взыскательны и ожидают от поставщика высочайшего качества обслуживания. С другой стороны, жестокая