

THE DECISION-MAKING PROCESS ABOUT BUYING CHEESE (MARKETING RESEARCH MARCH - APRIL 2015)

Bolshakova E. A. Battalova D. I.

Keywords: *marketing research, consumer preferences, dairy products*

Conducted marketing research to identify the preferences of buyers in the selection and purchase of different varieties of cheese. Revealed preferences by brand, type of cheese and the method of packaging. Determined that the majority of buyers takes the decision about buying of cheese is spontaneously.

УДК 338.48

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ

*Боровская И.С., студентка 4 курса экономического факультета
Научный руководитель - Никонова Н.В., кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВПО «Вятская ГСХА»*

Ключевые слова: *стоимость услуги, доходность, безубыточность*

В статье дается оценка эффективности деятельности туристической фирмы, определены причины снижения ее доходности. Рассчитан критический объем оказания услуг в стоимостном и натуральном выражении.

ООО «ВлП» ведет специфическую деятельность – туристические услуги. Данный вид деятельности обладает сезонностью. Максимальный спрос на услуги ООО «ВлП» наблюдается во 2, 3 кварталах, а минимальный спрос – в 1 и 4 кварталах. Это объясняется тем, что второй – третий квартал период отпусков, в которых люди ездят отдыхать.

В таблице 1 представлен расчет средней стоимости услуги.

Максимальная средняя стоимость одной услуги ООО «ВлП» наблюдается в третьем квартале 2013 г. – 95776,95 руб., а минимальная стоимость одной услуги наблюдается в четвертом квартале 2011 г. – 2046,56 г. За три года средняя стоимость одной услуги выросла в 20,87 раз.

Таблица 1 – Динамика средней стоимости услуги в ООО «ВлП»

Период	2011 г.			2012 г.			2013 г.		
	Сумма, руб.	Кол-во услуг, ед.	Средняя стоимость 1 услуги, руб.	Сумма, руб.	Кол-во услуг, ед.	Средняя стоимость 1 услуги, руб.	Сумма, руб.	Кол-во услуг, ед.	Средняя стоимость 1 услуги, руб.
1 кв	28261,91	4	7065,48	623745	11	56704,09	197154,68	4	49288,67
2 кв	108648,74	25	4345,95	1270481	31	40983,2581	1004702	14	71764,43
3 кв	106675,5	36	2963,21	1350327,59	40	33758,18	1053546,43	11	95776,95
4 кв	10232,79	5	2046,56	296872	4	74218	15636,66	1	15636,66
Ито-го	253818,94	70	3625,98	3541425,59	86	41179,36	2271039,77	30	75701,33

Свою деятельность ООО «ВлП» ведет, совершая разного рода расходы. В таблице 2 представлен состав затрат организации.

За 2011-2013 гг. величина затрат в ООО «ВлП» увеличилась более чем

в 67 раз. Это связано с тем, что в 2013 г. существенно увеличились расходы на страховку, на оплату визы, на транспорт, на оплату стоимости гостиничных услуг, на оплату стоимости экскурсионного обслуживания. Все перечисленные виды затрат выросли более чем в 60 раз. Причиной данного явления является расширение направлений деятельности турфирмы и колебания курса валют.

Не смотря на рост спроса на услуги ООО «ВлП», на активную деловую политику, чистая прибыль организации сокращается (таблица 3).

За 2011-2013 гг. рентабельность одной услуги в ООО «ВлП» сократилась на 73,31 п.п. и составила 11,99% (в 2011 г. – 85,29%). Это связано с тем, что при сокращении количества услуг на 40 ед, себестоимость одной услуги выросла с 533,29 руб. до 66627,67 руб., то есть в 124,93 раза, а цена услуги – только в 2,09 раза. Превышение роста себестоимости над ценой и образовало сокращение прибыли.

Чтобы ООО «ВлП» находилось на уровне безубыточности организация должна оказывать минимум 47 услуг при средней цене 75701,33 руб., или зарабатывать выручку в размере 3564,97 тыс. руб.

Таким образом, не смотря на имеющиеся положительные стороны в деятельности организации имеются существенные недостатки, в первую очередь,

Таблица 2 – Состав затрат организации, тыс. руб.

Статьи затрат	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Страховка	12	546	865
Визы	15	822	1289
Транспорт	9	404	589
Проживание	38	1726	2659
Питание	10	431	665
Экскурсионное обслуживание	5	207	319
Итого прямых затрат	88	4138	6386
Прочие затраты (оплата труда и страховые платежи)	17	404	692
Полная себестоимость	105	4542	7078

Таблица 3 – Оценка эффективности оказания туристических услуг [1.2]

Показатели	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2013 г. к 2011 г., %
Доход от оказания туристических услуг, тыс. руб.	253,82	3541,43	2271,04	894,74
Себестоимость от оказания услуг, тыс. руб.	37,33	3280,69	1998,83	5354,49
Количество услуг, ед.	70	86	30	42,86
Средняя цена одной услуги, руб.	3626	41179,42	75701,33	2087,74
Средняя себестоимость одной услуги, руб.	533,29	38147,56	66627,67	12493,80
Средняя прибыль одной услуги, руб.	3092,71	3031,86	9073,67	293,39
Рентабельность одной услуги, %	85,29	7,36	11,99	-

неэффективная политика управления затратами, а также пассивная политика в отношении периода, в котором наблюдается минимальный спрос, то есть в четвертом квартале.

Библиографический список

1. Балабанов, И. Т. Экономика туризма / И. Т. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 2011.
2. Чудновский, А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство / А.Д. Чудновский. - М.: ЭКМОС, 2012. – 448с.

PERFORMANCE EVALUATION TOURIST FIRMS

Borovskaya I.S

Key words: *cost of service, profitability, bezubytochnost*

The article assesses the effectiveness of the travel company, identified reasons for the decline of its profitability. Designed critical-sky volume of services in value and volume terms.

УДК 631.1

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ВЕДЕНИЯ ФЕРМЕРСКОГО ХОЗЯЙСТВА

Быкова А.С., студентка 3 курса

*Научный руководитель - Журнов А.В., кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВПО «РГАУ – МСХА им. К.А.Тимирязева»*

Ключевые слова: *фермерское хозяйство, техника, обновление парка*

Работа посвящена анализу зарубежного опыта ведения сельского хозяйства на примере Франции.

Франция – это страна с достаточно развитым уровнем сельского хозяйства. Как правило, способ ведения фермерского хозяйства схож у всех фермеров, с отличием лишь в использовании различных сельскохозяйственных машин и размеров фермы. Средний размер сельскохозяйственных площадей составляет примерно 55 гектар, что в три раза меньше чем средний размер сельскохозяйственных угодий в США (155 гектар) и в 92 раза больше чем в Китае (0,6 гектар).

Как видно из графика, то наибольшее количество составляют фермы с площадью сельскохозяйственных угодий менее 20 га, как правило это теплицы, которые занимают наименьшую территорию. Общее количество ферм во Франции на 2013 год составило 326 000 ферм. Каждый год количество ферм уменьшается на 3 %, потому что с каждым годом все меньше людей, которые хотят быть фермерами, в таких случаях крупные фермы покупают несколько ферм и переделывают их в одну крупную ферму.

Как видно из диаграммы, наиболее популярными являются зерновые фермы, число которых 75 400, наименее численными являются молочные и