

УДК 339.138

## ОЦЕНКА ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА

*Югова А.С., студентка 3 курса факультета почвоведения, агрохимии, экологии и товароведения*

*Научный руководитель - Старкова О.Я., кандидат экономических наук, доцент ФГБОУ ВПО «Пермская ГСХА им. Д.Н. Прянишникова»*

**Ключевые слова:** *Нестле, маркетинг, предприятие, финансовое состояние, рыночные отношения, объем продаж, прибыль*

*Работа посвящена оценке финансового состояния предприятия ООО «Нестле». Разумный баланс внутренних и внешних факторов организации определяет настоящее положение и ее перспективы в будущем. Целью коммерческой организации, является получение максимальной прибыли. В 2014 году продажи «Нестле» в регионе Россия - Евразия достигли 90 миллиардов рублей, превысив показатель прошлого года на 11%.*

Маркетинг – это анализ, оценка и прогнозирование рыночной ситуации в целях ориентации производства и обеспечения лучших экономических условий реализации произведенной продукции.

Соотношение запросов рынка и возможностей предприятия должно быть положено в основу разработки новых направлений, целей и стратегий предпринимательской деятельности, а также маркетинговых программ и стратегических планов для предприятий.

Актуальность темы обусловлена необходимостью решать проблемы совершенствования маркетинговой деятельности.

Последствия влияния внешних и внутренних факторов на деятельность организации постоянно вынуждают искать и применять особые средства взаимодействия с ними, чтобы и стабилизировать само положение организации и получить преимущества для ее развития.

Разумный баланс внутренней и внешней деятельности, качество воздействия и взаимодействия с внешними факторами собственно и определяет настоящее положение организации и ее перспективы в будущем.

Оценка финансового состояния предприятия является в определенной мере новым явлением в экономической теории и практике. Эта необходимость обусловлена в первую очередь переходом нашей экономики на рыночные отношения.

Цель любой коммерческой организации – получение максимальной прибыли, но это «узкое» толкование цели. В более широком понимании основной целью деятельности коммерческой организации следует понимать обеспечение её устойчивого финансового состояния, а получение максимальной прибыли является основой для достижения этой цели. Прибыль является конечным финансовым результатом предпринимательской деятельности предприятий и в общем виде представляет собой разницу между ценой продукции, и ее себестоимостью, а в целом по предприятию представляет разницу между выручкой от реализации продукции и себестоимостью реализованной продукции.

В современных условиях правильное определение реального финансового состояния предприятия имеет огромное значение не только для самих субъектов хозяйствования, но и для многочисленных акционеров, особенно будущих потенциальных инвесторов. Финансовое состояние предприятия может быть хорошим, средним и плохим. Четких критериев для градации финансового состояния предприятия пока нет.

Для проведения анализа маркетинговой деятельности субъекта рынка была выбрана компания ООО «Нестле Россия».

В России компания выпускает широкий спектр пищевой продукции.

В 2014 году продажи «Нестле» в регионе Россия-Евразия достигли 90 миллиардов рублей, превысив показатель прошлого года на 11%.

Сегодня «Нестле» является крупнейшим производителем продуктов питания в мире. В группе «Нестле» работают более 330 000 человек, ей принадлежат 461 фабрика в 83 странах. В 2014 году общий объем продаж корпорации «Нестле» составил 83.6 миллиарда швейцарских франков. Чистая прибыль компании составила в 2014 году 9,5 миллиарда швейцарских франков.

Объектом исследования для статьи было выбрано торговое предприятие ООО «Нестле Россия». Предприятие функционирует на рынке России с 1995 года .

«Нестле» не следует какой либо одной четкой стратегии, она, как выражается Ф. Котлер, «держится середины дороги», при этом использует следующие основные виды комплексных маркетинговых стратегий: превосходство по издержкам; специализация; концентрация.

### **Библиографический список**

1. Волков, О. И. Экономика предприятия: курс лекций / О. И. Волков, В.К. Скляр-енко. – М.: ИНФРА – М, 2003. – С. 216 – 222.

## ASSESSMENT OF PRODUCTION AND ECONOMIC OPPORTUNITIES OF THE ENTERPRISE IN SYSTEM OF MARKETING

*Yugova A.S.*

**Key words:** *Nestle, marketing, enterprise, financial state, market relations, sales volume, profit*

*The study is devoted to assessing the financial condition of the company LLC "Nestle". Reasonable balance between internal and external factors in the organization determines its current position and future prospects. The purpose of a commercial organization is to maximize profits. In 2014, sales of "Nestle" in the region, Russia - Eurasia reached 90 billion rubles, exceeding the previous year by 11%.*

УДК 657

## ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В США

*Швец Д., студентка 1 курса экономического факультета  
Научный руководитель – Костина Т.И., кандидат экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина»*

**Ключевые слова:** *бухгалтерский учет, кальтулирование, стандарт-кост, бухгалтерия, номинальная стоимость.*

*Работа посвящена изучению истории развития бухгалтерского учета в США. При изучении истории развития бухгалтерского учета в США была, рассмотрена система стандарт-кост.*

В мире сложились два направления правового регулирования бухгалтерского учёта, различающиеся по типу законодательства и степени его влияния на различные стороны жизни.

К первому направлению относятся страны, которые имеют разветвлённый кодекс законов, касающихся бухгалтерского учёта. К числу таких стран относятся Германия, Франция, Аргентина и др.

Ко второму - страны, использующие законодательство общеправовой ориентации. К данной группе стран относятся Великобритания, США и др.