

В случае, если заказчиком, было установлено требование обеспечения исполнения государственного контракта, государственный контракт заключается только после предоставления участником конкурса, с которым заключается государственный контракт, банковской гарантии, страхования ответственности по контракту или передачи заказчику в залог денежных средств в размере обеспечения исполнения контракта. Способ обеспечения исполнения контракта из перечисленных способов определяется таким участником конкурса самостоятельно. Если победителем конкурса является бюджетное учреждение, то предоставления обеспечения исполнения контракта не требуется.

Внесенные в качестве обеспечения заявки на участие в конкурсе, возвращаются победителю конкурса в течение пяти дней со дня заключения с ним государственного контракта.

Если победитель конкурса не заключает государственный контракт в установленные сроки, то обеспечение заявки на участие в конкурсе не возвращается.

Если победитель конкурса не может выполнить условий подписания контракта, то это будет служить достаточным основанием для признания победителем второго участника конкурса, предложившего наилучшие условия государственного контракта.

**Выводы.** В статье рассмотрена процедура организации поставки товаров и услуг для государственных нужд, включающая три основных этапа: выбор способа размещения заказа, размещение заказа в зависимости от выбранного способа и принятие конкурсного решения о присуждении контракта, а также рассмотрены критерии оценки заявок на участие в конкурсах.

ББК У9(2)0 – 82

## **ПЛАНИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА НА ПРИМЕРЕ ОАО «МАСЛОСЫРОВАЯ БАЗА «САМАРСКАЯ»**

Богатырев В.Д., Хасаншин И.А.

Самарский государственный аэрокосмический университет

В результате анализа сбыта сыра на ОАО «Маслосыровая база «Самарская» авторами сделаны выводы о необходимости оптимизации ассортиментной стратегии и тактики на предприятии. Предлагается изменить ассортиментную политику – повысить объемы продаж колбасного сыра за счет увеличения доли на инорегиональных рынках, плавленых пастообразных сыров за счет выпуска в виде пластинок, сокращать выпуск сладких сыров под марками «Сказка», «Омичка», начать выпуск новой продукции – шоколадных сладких сырков с начинкой (рис. 1, 2). В стратегическом плане предлагается использовать вытягивающую маркетинговую стратегию для сыра «Охотничий» и для сыра «Виталио», активно рекламируя последний как новинку, оптимизировать каналы сбыта путем развоза сыров «Охотничий» и «Виталио» основным оптовым заказчиком собственным транспортом.

Темпы роста			
Высокий	«Звезда»	«Знак вопроса»	
	Сыр «Виталио»	Сыр «Новый Эдем»	
Низкий	Сыр «Охотничий»	Сыр плавленый сладкий	
	«Дойная корова»	«Собака»	
	Большая	Малая	Доля рынка

Рис. 1. Матрица «темпы роста - доля рынка» (матрица БКГ)

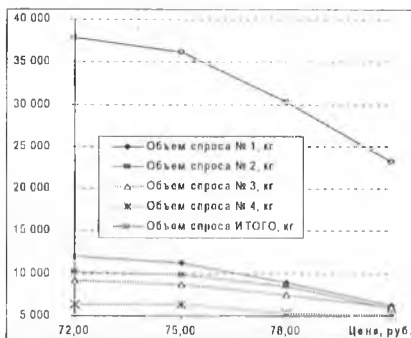
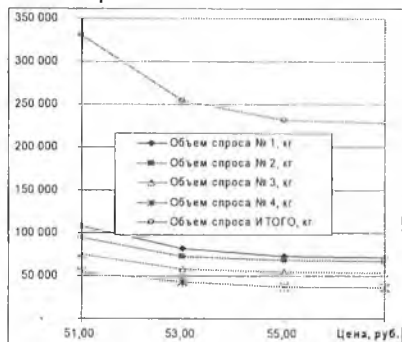
Рыночная ситуация			
Благоприятная	«А»	«С»	
	Сыр «Виталио»	Сыр «Охотничий»	
Неблагоприятная	Сыр «Новый Эдем»	Сыр плавленый сладкий	
	«В»	«D»	
	Сильные	Слабые	Собственные возможности фирмы

Рис. 2. Матрица Шелл и Мак-Кинси  
«рыночная ситуация – собственные возможности фирмы»

Для повышения конкурентоспособности продукции рекомендуется повышать качество закупаемого сырья при удерживании цен ниже средних на рынке. Рекомендуется открыть филиалы в Казани и Оренбурге.

В тактическом плане предложено включить в штат сотрудников отдела сбыта менеджера по ассортименту и осуществлять сбыт, основанный на оптимальном соотношении ассортиментных групп. Для тактического планирования

ассортимента на текущий месяц авторами была составлена экономико-математическая модель планирования ассортимента [1], разработан программный модуль ее решения, получено решение, позволившее повысить прибыль предприятия на 14%. Для этого, во-первых, были составлены индивидуальные функции спроса основных оптовых покупателей в зависимости от устанавливаемых предприятием цен на основные ассортиментные группы. Было проведено анкетирование основных потребителей и суммированием получена рыночная функция спроса в табличном виде (рис.3). Во-вторых, на основании заключаемых на предприятии договоров на поставку сырья в табличном виде были составлены функции предложения (рис.4). В третьих, составлена таблица технологических коэффициентов, показывающая потребности в сырье при выпуске 1 тонны сыра.



а) сыр «Охотничий»

б) сладкие плавленые сыры

Рис. 3. Пример рыночных и индивидуальных функций спроса на ассортиментные группы сыра

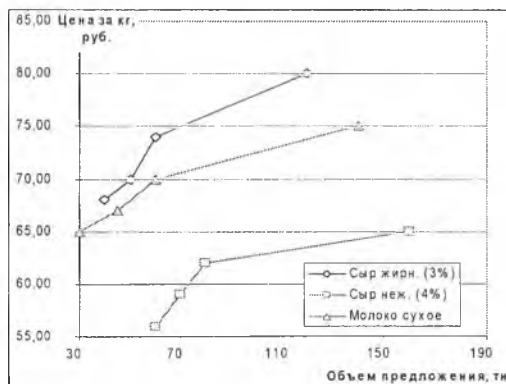


Рис. 4. Пример рыночных функций предложения сыра

Для расчета прибыли на языке Visual Basic был разработан программный модуль поиска решения, который обеспечивает максимальную прибыль предприятия путем подбора оптовых цен на четыре исследуемые ассортиментные

группы (табл. 1). После подбора оптových цен в таблице рассчитываются индивидуальные и рыночный объемы спроса на продукцию, а также потребности в сырье и цены на него. Копия экрана программы Excel с листом поиска решения приведена на рисунке 5.

Предыдущее решение				
	Сыр «Охотничий»	Сыр «Виталио»	Сыр «Новый Эдем»	Сыр плавл. сладкий
Спрос на продукцию в кг	223 293	18 222	11 100	26 152
Оптовая цена за кг, руб.	55,00	60,00	84,00	75,00
Чистая прибыль, руб.	3 663 299			

Новое решение				
	Сыр «Охотничий»	Сыр «Виталио»	Сыр «Новый Эдем»	Сыр плавл. сладкий
Спрос на продукцию в кг	223 300	18 200	11 750	26 152
Оптовая цена за кг, руб.	58,00	54,00	90,00	75,00
Чистая прибыль, руб.	4 262 257			

Рис. 5. Копия экрана программы Excel с листом поиска решения

Первоначально в таблицы для расчета прибыли были внесены текущие оптовые цены на продукцию, которые устанавливало предприятие – сыр «Охотничий» 55 рублей, сыр «Виталио» 60 рублей, сыр «Новый Эдем» 84 рубля, сладкие плавленые сыры 75 рублей, причем ежемесячная прибыль составляла 3 663 тысячи рублей.

В результате работы программного модуля поиска решения было выявлено, что наибольшая прибыль предприятия в размере 4 262 тысячи рублей, что на 14% выше первоначальной прибыли, достигается при новых значениях оптовых цен на готовую продукцию – сыр «Охотничий» 58 рублей, сыр «Виталио» 54 рубля, сыр «Новый Эдем» 90 рублей и сладкие плавленые сыры 75 рублей.

Таблица 1

## Расчет прибыли ОАО «Маслозаводская база «Самарская»

Себестоимость основных материалов (ОМ)	Цена в руб. за кг	Сыр «Охотничий»		Сыр «Виталино»		Сыр «Новый Эдем»		Сыр плавл. сладкий	
		Норма расхода, да, кг	Сумма, руб.	Норма расхода, хода, кг	Сумма, руб.	Норма расхода, хода, кг	Сумма, руб.	Норма расхода, хода, кг	Сумма, руб.
Сыр жирн. (3%)	68,00	100	6800,00		0,00	460	31280,00	229	15572,00
Сыр неж. (4%)	56,00	234,3	13120,80		0,00	33,5	1876,00	62	3472,00
Молоко сухое	65,00	120	7800,00	56	3640,00	10	650,00	20	1300,00
Маргарин	25,00	203,8	5095,00		0,00		0,00		0,00
Замечатель мол. жира	37,00		0,00	214,4	7932,80		0,00		0,00
Масло	45,00		0,00		0,00	236,7	10651,50	346,3	15583,50
Творог (2,5%)	28,00	100	2800,00		0,00		0,00		0,00
Специи	204,74		0,00	5	1023,70		0,00		0,00
Соль	5,00		0,00	12	60,00		0,00		0,00
Сахар	15,07		0,00		0,00		0,00	164,8	2483,54
Копченость	99,00	0,5	49,50		0,00		0,00		0,00
Ванилин	393,54		0,00		0,00		0,00	0,1	39,35
Сорбин. Кислота	104,90	1	104,90	1	104,90	1	104,90	1	104,90
Абастол	43,50	15	652,50		0,00		0,00		0,00
Селф	69,69	10	696,90		0,00		0,00		0,00
Динарий	11,70		0,00		0,00	51,5	602,55	51,5	602,55
Комплегель	160,80		0,00	80	12864,00		0,00		0,00
Лимонная кислота	37,27	5	186,35		0,00		0,00		0,00
Потери			732,32		0,00		1013,95		606,95
<b>ИТОГО</b>			<b>38038,27</b>		<b>25625,40</b>		<b>46178,90</b>		<b>39764,79</b>
Себестоимость ОМ ИТОГО, руб.									11 302 897
Постоянные издержки, руб.									625 000
Суммарные издержки, руб.									11 927 897
Выручка ИТОГО, руб.									17 615 650
Чистая прибыль, руб.									3 663 299
Оптовая цена за кг, руб.			55,00		60,00		84,00		75,00

Данные цены рекомендуется установить на предприятии, так как повышение цен на сыр «Охотничий» снизит спрос, но не значительно – на 3500 кг, что приведет к росту операционного дохода по данной ассортиментной группе, такой же результат получится при повышении цен на сыр «Новый Эдем». Для сыра «Виталио» выгодно снижение цены, что приведет к существенному росту спроса – на 19200 кг – практически в 2 раза. Для сладких плавленых сыров, находящихся на заключительной стадии жизненного цикла, предлагается оставить цены без изменения.

#### Список литературы

1. *Богатырев В.Д., Хасанишин И.А.* Методика планирования ассортимента продукции с использованием оптимизационной экономико-математической модели // Сб. статей V международной научно-методической конференции «Современный Российский менеджмент: состояние, проблемы, развитие». – Пенза: НОУ «Приволжский Дом знаний», 2006. – с. 19-23.

ББК У9(2)30 – 07

### ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ГИДРАВЛИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ПУСКА ГПА

Воробьев М.Ю., Ковалев В.В., Солунина Т.И.

Самарский государственный аэрокосмический университет

Технологическая политика ОАО «Газпром» направлена на увеличение производственных мощностей, обновление фондов, снижение затрат на добычу и транспортировку газа и газового конденсата. Специалисты компании проводят тщательную работу по изучению и конкурсному отбору лучших предложений рынка техники и технологий, учитывая технический уровень, качество, цену, совместимость с имеющимися технологиями и экологическую безопасность.

28 января 2005 года на предприятии ОАО «Газпром» проводилось совещание по новым техническим решениям (модернизации системы топливopитания и запуска двигателя авиационного типа) с участием ведущих российских заводов-изготовителей авиационной техники. Участники совещания, выслушав выступления и доклады, отмечают:

«В 2002 году управление по транспортировке газа и газового конденсата ОАО «Газпром» утвердило техническое задание на модернизацию топливно-регулирующей аппаратуры двигателя НК-16СТ для работы с топливным газом давлением до 75 кгс/см...»

...В процессе испытаний было предложено не использовать пусковой газ, установив электрозануск или гидрозануск двигателя, а так же провести испытания без подогрева топливного газа, что дало бы возможность исключить из состава компрессорной станции блок подготовки топливного, пускового и импульсного газа...»