

Таблица 3 – Прогноз товарооборачиваемости по розничной торговле Витебского райпо на 2009 год

Магазины	Товарные запасы на начало года, млн руб.	Сумма товарных запасов на конец года, млн. руб.	Прогноз товарооборота на 2009 год, млн. руб.	Товарооборачиваемость, дней (замедление «+», ускорение «-»)		
				2008 год (факт)	2009 год (план)	Отклонение
Присушино	31,1	40,6	461,0	30	28	-2
Подберезье	38,4	52,9	704,7	30	23	-7
Еремино	58,0	74,1	780,7	47	31	-16
М.Летцы	56,0	77,0	1022,6	32	23	-9
Мазолово	76,1	104,1	1360,7	26	24	-2
Бабиничи	94,0	129,7	1737,7	28	23	-5
Кировский прод	105,4	142,8	1818,3	19	18	-1
Новка прод	142,4	189,1	2273,8	29	26	-3
Октябрьский	130,9	175,4	2165,7	33	26	-7
Итого	732,3	985,7	12325,2	33	25	-8

Предлагаемый метод планирования величины товарных запасов может успешно использоваться в практической деятельности организаций, поскольку не требует специальной подготовки работников; его легко воспроизвести на ЭВМ с помощью пакета MS Excel.

Таким образом, предложенный подход в планировании товарных запасов дает возможность выявить тенденции их изменения в зависимости от розничного товарооборота, сложившиеся в прошлом, и учесть их в будущем. Зная потребность в товарных запасах, обеспечивающих выполнение плана товарооборота, можно реально повлиять на их эффективное использование, выявить недостающие товарные запасы, определить источники их покрытия, предусмотреть другие форс-мажорные обстоятельства, что в конечном итоге приведет к уменьшению расходов по реализации и увеличению прибыли.

УДК 339.1/5

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ СБЫТОВЫХ ЗАТРАТ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЗАНИМАЕМОЙ ДОЛИ РЫНКА

Т.С. Беспалова, Н.Л. Прокофьева

*УО «Витебский государственный технологический университет»,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Главной целью сбытовой деятельности субъектов хозяйствования является реализация экономического интереса производителя (получение прибыли) на основе удовлетворения платежеспособного спроса потребителей. Несмотря на то, что сбыт является завершающей стадией коммерческой деятельности предприятия, в рыночных условиях планирование сбыта предшествует производственной стадии и состоит в изучении конъюнктуры рынка и производственных возможностей предприятия производить пользующуюся спросом продукцию и в составлении планов продаж, на основе которых должны формироваться планы снабжения и производства.

В результате исследования мебельных предприятий Республики Беларусь (ВКМУП «Заря», ОАО «Воропаевский ДОК», ЗАО «Пинскдрев») нами было выявлено, что сумма коммерческих затрат предприятий, расходуемых на содержание службы сбыта, продвижение продукции и т.д., зачастую является неоправданной. Так, при доле сбытовых затрат в вы-

ручке 5,5-5,7% и занимаемой доле рынка 0,57% (по Республике Беларусь), основная часть продукции ОАО «Воропаевский ДОК» лежит на складе. Следовательно, данные затраты используются не эффективно.

Таким образом, предприятия ощущают необходимость в методике экономического обоснования целесообразности коммерческих затрат в зависимости от занимаемой доли рынка.

Далее предлагается следующий алгоритм решения данной задачи.

Зависимость коммерческих затрат от доли рынка представляется обозначить коэффициентом, который назвать коэффициентом целесообразности затрат рынка.

$$ЦЗР = \frac{\text{Доля}_\text{рынка}}{\text{Доля}_\text{коммерческих}_\text{затрат}_\text{данного}_\text{рынка}}$$

Чем ближе ЦЗР к нулю, тем более затратной является сбытовая деятельность предприятия, а, соответственно, может снижаться эффективность и целесообразность функционирования на данном рынке. Также приближенность данного коэффициента к нулю обозначает переход от массового типа производства к серийному и единичному, так как проявляется эффект масштаба.

По ВКМУП «Заря» ЦЗР равен 0,084, по ЗАО «Пинскдрев» - 1,544, соответственно тип организации производства данных предприятий – мелкосерийный и массовый.

Для мебельной отрасли выявлена следующая зависимость коэффициента целесообразности затрат рынка:

$$y = 0,129x + 0,058$$

где x – доля рынка предприятия.

Для ОАО «Воропаевский ДОК» расчетный коэффициент составляет 0,132.

Следовательно, сбытовые затраты ориентировочно должны находиться в пределах 4,33% к выручке от реализации. Доля фактических коммерческих затрат в выручке ОАО «Воропаевский ДОК» в 2006-2007 гг. составила 5,52-5,67%. Соответственно 1,19-1,34% данных затрат используются неэффективно.

На рисунке 1 показано отклонение фактических сбытовых затрат «Воропаевский ДОК» от расчетных.

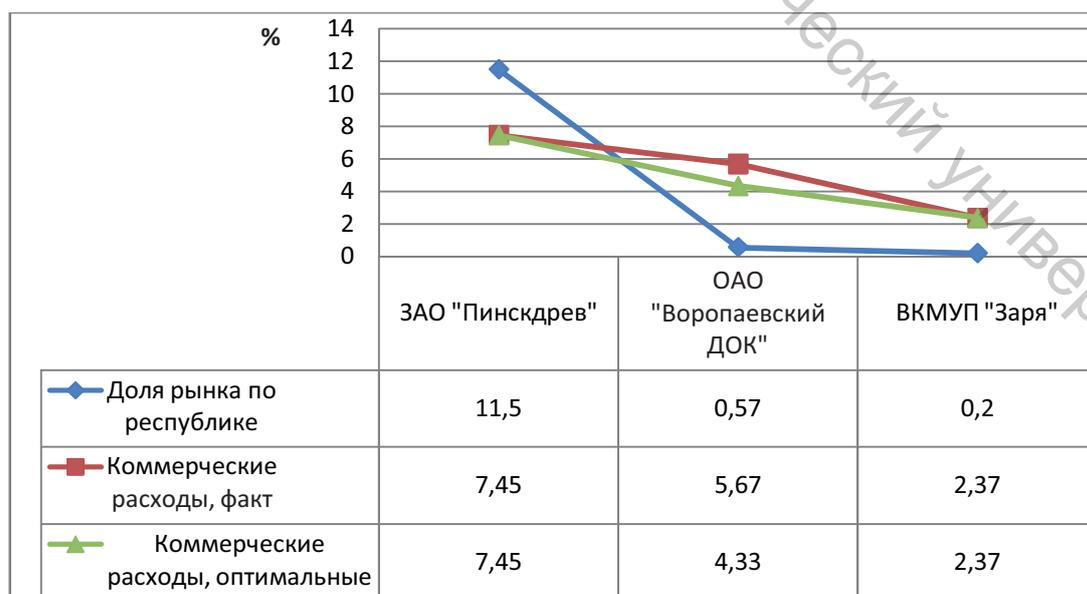


Рисунок 1 – Соотношение доли рынка, фактических и оптимальных коммерческих затрат мебельных предприятий

Таким образом, при расширении деятельности данного предприятия к производству приближенному к массовому (рисунок 2) целесообразно использовать нерационально расходуемые средства, например, в виде дилерской скидки.

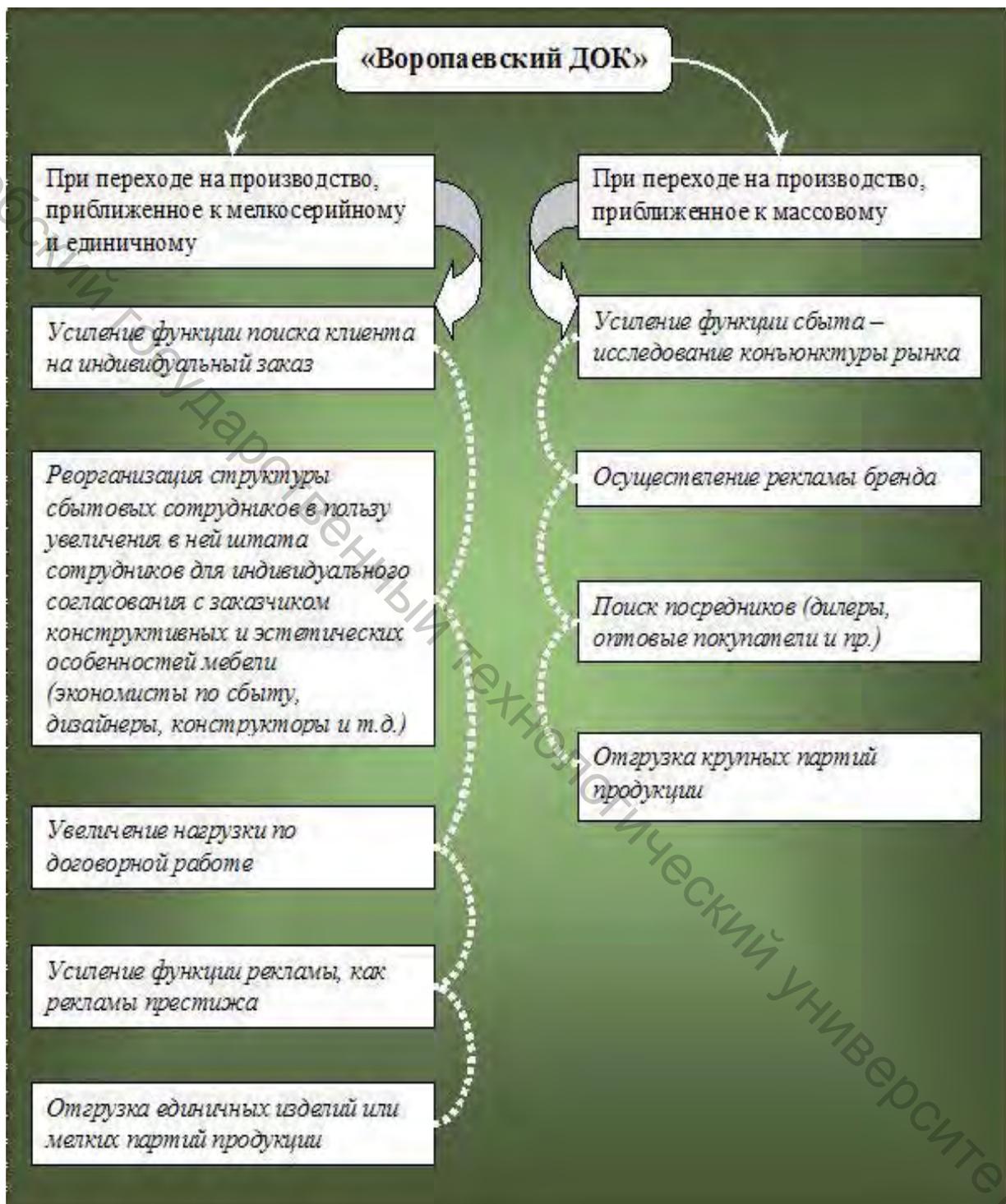


Рисунок 2 – Изменение сбытовых функций ОАО «Воропаевский ДОК» при трансформации производства для повышения эффективности сбытовой деятельности

По данным предприятий получена следующая модель соотношения сбытовых затрат с занимаемой долей рынка мебельных предприятий Республики Беларусь (рисунок 3).

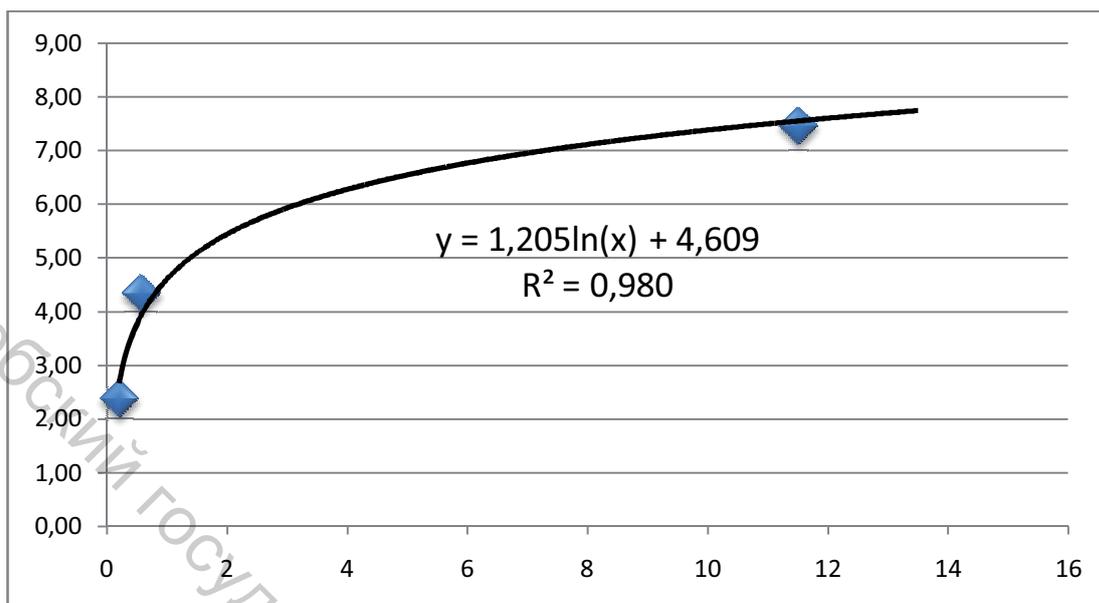


Рисунок 3 – Модель соотношения сбытовых затрат с занимаемой долей рынка мебельных предприятий Республики Беларусь

Для построения данной модели использована логарифмическая зависимость, как имеющая наибольшую величину достоверности аппроксимации – 0,98. Модель позволяет наиболее точно оценить величину предполагаемых коммерческих затрат при соотношении их с желаемой долей рынка.

Так, при увеличении загрузки производственных мощностей ВКМУП «Заря» на 15%, а соответственно, и увеличении выручки от реализации, доля рынка по республике данного предприятия ориентировочно станет равна 0,275%. Найдем % увеличения сбытовых затрат, используя модель соотношения сбытовых затрат с занимаемой долей рынка.

$$y = 1,205 \ln(0,275) + 4,609 = 3,053 \%$$

Соответственно доля коммерческих затрат в выручке от реализации возрастет ориентировочно на 0,68%.

Таким образом, применение данной методики позволит предприятиям сопоставлять размер собственных фактических сбытовых расходов с расчетными (средними по отрасли, масштабу деятельности), определять результативность их использования и выявлять пути совершенствования сбытовой деятельности.

УДК 658

РОЛЬ КОМАНД ПРИ ПРОВЕДЕНИИ РЕИНЖИНИРИНГА БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

А.О. Блинов, О.С. Рудакова

*Всероссийский заочный финансово-экономический институт,
г. Москва, Российская Федерация*

В современной инновационной экономике творческий потенциал персонала организаций становится одним из важнейших ресурсов их успешного функционирования и развития,