

УДК 339.15.054.22

## МНОГОФАКТОРНОЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПРИБЫЛИ

*Е.А. Орлова, О.Н. Жучкевич*

*УО «Витебский государственный технологический университет»*

Управление прибылью актуально для любого субъекта хозяйствования, поскольку высокая результативность деятельности обеспечивает устойчивое положение на рынке и возможность дальнейшего развития. Одним из вариантов анализа и прогнозирования прибыли является многофакторное моделирование. При этом интерес представляет исследование факторов, косвенно влияющих на прибыль, но достаточно важных для производственно-коммерческой деятельности фирмы.

Целью исследования, проведенного на примере ОАО «КИМ», являлась наиболее полная реализация этапов корреляционно-регрессионного моделирования с целью формирования обоснованного прогноза. На первом этапе в качестве факторов, влияющих на прибыль ( $Y$ ), были отобраны показатели использования основных средств (фондоотдача и процент простоев оборудования), характеристики материальных ресурсов (материалоотдача и удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции), трудовых ресурсов (коэффициент текучести, заработная плата одного работника ППП, средний разряд рабочих) и финансовые показатели (коэффициенты оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженностей, деловой активности, финансовой независимости). На втором этапе путем пошагового корреляционного анализа отобраны факторы, оказывающие наиболее сильное влияние на прибыль. Причем, важно формирование их совокупности таким образом, чтобы учесть комплексность показателя прибыли. Поэтому целесообразным является включение в массив информации факторов различных групп. В результате оценки статистических показателей и матрицы коэффициентов парной корреляции для построения прогностической модели были отобраны следующие показатели:

- $X_1$  – коэффициент текучести;
- $X_2$  – заработная плата одного работника ППП;
- $X_3$  – фондоотдача;
- $X_4$  – удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции;
- $X_5$  – коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности.

При этом уравнение регрессии имеет вид:

$$Y = - 577X_1 + 0,003X_2 + 1213X_3 + 184X_4 + 1744X_5$$

Более подробное исследование факторов формирования прибыли ОАО «КИМ» показало, что такой их состав в модели неслучаен. Для предприятия характерна высокая текучесть персонала, в частности квалифицированных рабочих вязальных цехов из-за низкой заработной платы; рост затрат на сырье и материалы вследствие использования более дорогих видов пряжи, замедление оборачиваемости дебиторской задолженности и неплатежи, что сказывается на величине прибыли предприятия. Для расчета прогностического значения прибыли необходимо обоснование величин факторов, включенных в модель, на перспективный период. Учитывая специфику показателей и их динамику, оценку целесообразно осуществлять с использованием различных подходов. В таблице 1 представлены методы обоснования прогностических оценок факторов.

Таблица 1 – Методы прогнозирования факторов формирования прибыли

Фактор	Метод (модель) прогнозирования
Коэффициент текучести	Экспертные оценки
Зарботная плата одного работника ППП	Индексный
Фондоотдача	Экспертные оценки
Удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции	Авторегрессионная модель
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности.	Методы экономического анализа

На заключительном этапе исследования осуществляется расчет прогнозного значения прибыли путем подстановки в многофакторную модель величин факторов, рассчитанных на перспективный период. В результате исследования составлен прогноз прибыли на 2010 год и определены основные тенденции изменения отдельных показателей производственно-коммерческой деятельности предприятия.

Таким образом, использование корреляционно-регрессионного анализа в практике деятельности субъектов хозяйствования позволяет не только осуществлять текущий анализ ситуации, но и управлять параметрами и показателями с целью обеспечения требуемого уровня тех или других характеристик. Его применение вполне доступно и целесообразно, поскольку расширяет сферу и повышает качество управленческой работы.

УДК 339.1

## **АНАЛИЗ РАЗМЕЩЕНИЯ И ВЫКЛАДКИ ТОВАРОВ В МАГАЗИНЕ №2 ОАО «НИКА»**

**А.А. Шавкоро, В.В. Квасникова**

*УО «Витебский государственный технологический университет»*

Размещение и выкладка товаров в торговом зале являются важнейшими средствами стимулирования сбыта. Прямая зависимость между эффективностью размещения и выкладкой товаров и объемами продаж в магазине обуславливает актуальность данного исследования.

В ходе изучения размещения товаров в магазине №2 ОАО «Ника» возникли сложности с определением подхода, используемого при размещении товаров, т.к. в данном магазине размещение не соответствуют ни мерчандайзинговому, ни традиционному подходу. Можно предположить, что организация процесса размещения товаров проводилась на основе габаритов торгового оборудования.

В магазине применяются декоративная и товарная выкладки. Декоративная выкладка выполняет демонстрационную функцию, привлекает внимание покупателей и способствует совершению комплексных покупок. Товарная выкладка позволяет покупателям самостоятельно рассмотреть и отобрать товар, более рационально использовать площадь торгового оборудования. В то же время, изучение выкладки в магазине позволило выявить определенные проблемы: несвоевременность пополнения товарных запасов, плохая обозримость товаров, смешение