

поворотная опора откидывается на завесах на  $90^{\circ}$ , освобождая место для извлечения подшипникового узла вместе со шнеком.

Отмеченные выше особенности позволяют сделать вывод об обоснованности разработки конструкции специализированного экструзионного оборудования для переработки вторичных наполненных полимеров, с учетом возможностей производства такого оборудования на механических участках большинства предприятий легкой промышленности, имеющих отходы полимерных материалов и желающих их перерабатывать в продукцию своего профиля.

УДК 658.8:338.45(476)

## **МЕТОДИКИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕБЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

***Т.С. Беспалова, Н.Л. Прокофьева***

В экономической литературе широко раскрыты вопросы сущности сбытовых функций, их структура и содержание. Однако при этом остаются открытыми вопросы применения данных функций с учетом масштабов деятельности предприятий, этапов их реализации и выбранной сбытовой стратегии. Ведь от величины затрат на реализацию продукции, структуры их использования и организации сбытовой деятельности зависит конечный результат деятельности предприятия, а как следствие, ее конкурентоспособность и экономическая стабильность. Таким образом, нами была определена цель – выяснить зависимость между масштабами деятельности и сбытовыми функциями предприятий мебельной отрасли. Исследования проведены по ВКМУП «Заря», ОАО «Воропаевский ДОК», ЗАО «Пинскдрев» и в результате установлено, что данная взаимосвязь существует. Так, при переходе от единичного производства к серийному и массовому, усложняется сбытовая сеть организации, и, наоборот, при снижении объемов производства упрощается организация сбытовой деятельности. А как следствие, меняется структура сбытовых функций и затрат на их осуществление.

Проведенное в городе Витебске анкетирование выявило, что для 56,2% респондентов производитель мебели безразличен, 51% от общего числа опрошенных желают приобретать мебель у предприятия-изготовителя. Если это позволит учесть особые пожелания, целесообразна возможность преобразования производства вышеназванных предприятий с целью оптимизации их сбытовой деятельности, но при этом отсутствует методика экономического обоснования выбора сбытовых функций в зависимости от специфики предприятия и путей их совершенствования.

Сравнение организации сбытовой деятельности по указанным организациям позволило разработать алгоритм принятия решений по изменению сбытовых функций ВКМУП «Заря» при преобразовании производства для увеличения загрузки производственных мощностей. Возможны два варианта трансформации производства (на основе анкетирования): переход к производству, приближенному к единичному типу организации производства с сохранением (увеличением) объемов реализации; переход к производству, приближенному к массовому типу организации производства (рисунок 1).

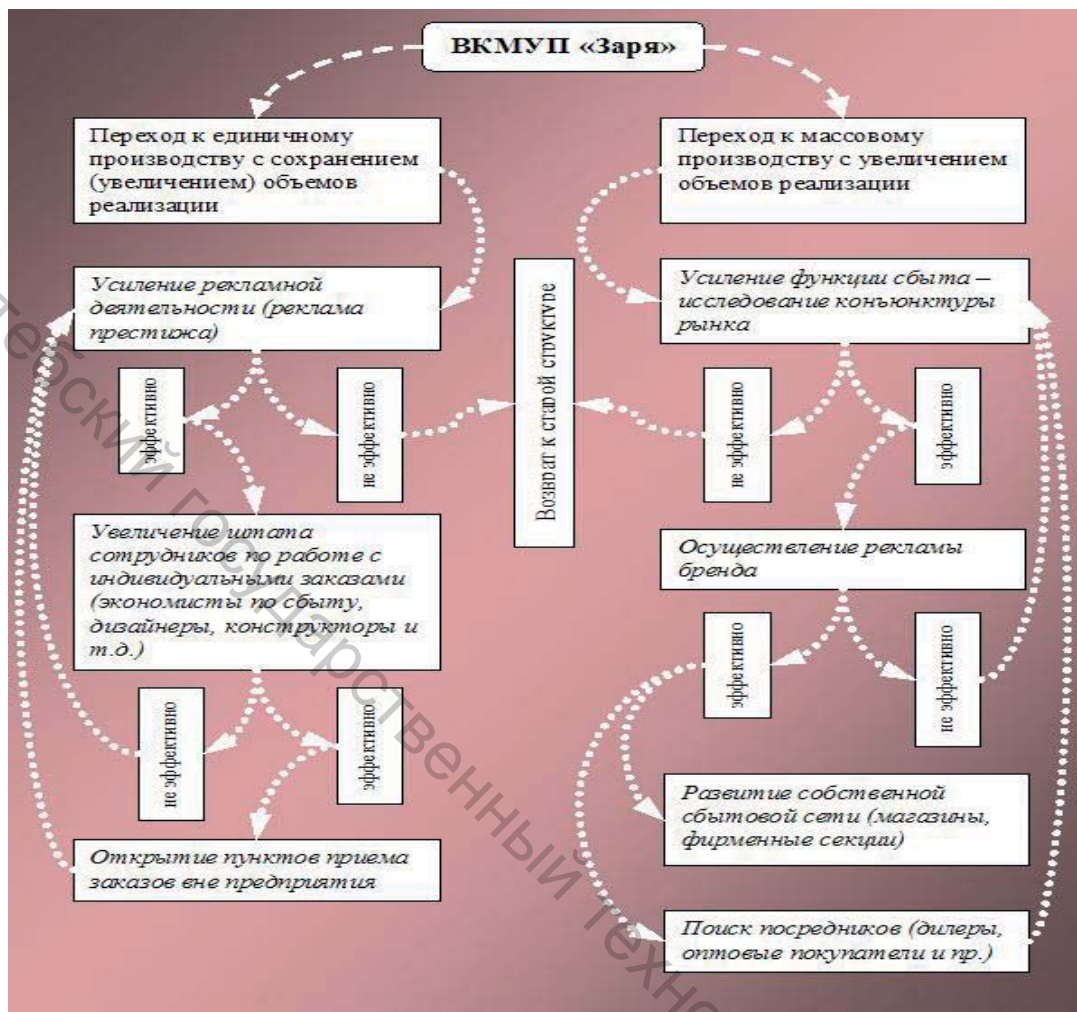


Рисунок 1 – Алгоритм принятия решений по изменению сбытовых функций ВКМУП «Заря»

Сумма коммерческих затрат предприятий, расходуемых на содержание службы сбыта, продвижение продукции и т.д., зачастую является неоправданной. Так, при доле сбытовых затрат в выручке 5,5% и занимаемой доле рынка 0,57% (по Республике Беларусь), основная часть продукции ОАО «Воропаевский ДОК» лежит на складе. Следовательно, данные затраты используются неэффективно. В исследовании предпринята попытка обосновать целесообразность коммерческих затрат в зависимости от занимаемой доли рынка. С этой целью предлагается использовать коэффициент, который отражает целесообразность коммерческих расходов.

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

Данный коэффициент позволяет сопоставить факторы внешней среды (доля рынка) с коммерческими затратами по сбыту конкретного предприятия. Чем ближе он 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. Так, для ОАО «Воропаевский ДОК»

расчетный ЦЗР составляет 0,132. Следовательно, сбытовые затраты ориентировочно должны находиться в пределах 4,33% к выручке от реализации. Соответственно 1,19-1,34% от суммы фактических затрат используются неэффективно. Таким образом, при расширении деятельности данного предприятия к производству, приближенному к массовому, целесообразно использовать нерационально расходующие средства, например, в виде дилерской скидки. 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 336.27

## **ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЗАЁМЩИКА В БАНКОВСКОЙ ПРАКТИКЕ**

***Е.Е. Витрук, О.Д. Дём***

Оценка кредитоспособности заёмщика является одним из важнейших направлений в деятельности коммерческих банков, поскольку при проведении активных кредитных операций банки сталкиваются с кредитным риском, т. е. риском неплаты заемщиком суммы основного долга и процентов, причитающихся кредитору. Это обуславливает актуальность данной темы на сегодняшний день. Целями работы является анализ мировых и отечественных тенденций в анализе кредитоспособности, а также определение мер по совершенствованию оценки кредитоспособности заёмщика.

В настоящее время существует множество определений понятия «кредитоспособность». Проанализировав различные из них, можно сказать, что кредитоспособность – это комплексная характеристика финансового состояния организации, позволяющая оценить её возможности полностью и в установленные сроки рассчитаться по своим долговым обязательствам (основному долгу и процентам) перед кредитором.

Анализ кредитоспособности заёмщика предполагает в первую очередь анализ его финансового положения. В теории и практике анализа финансового состояния различают три вида моделей: дескриптивные, предикативные и нормативные.

Оценка кредитоспособности включает в себя несколько блоков, среди которых стоит выделить характеристику бизнеса заемщика и его менеджмента, анализ источников финансирования хозяйственной деятельности, расчёт кредитоёмкости; анализ объема, качественного состава и движения задолженности и другие.

Банки разных стран используют различные системы анализа кредитоспособности клиента. Ключевыми этапами оценки кредитоспособности являются финансовый (количественный) анализ и нефинансовый (качественный) анализ. Широкое распространение получила их комбинация.

Согласно некоторым мнениям, основным показателем кредитоспособности клиента на современном этапе развития западного банковского дела выступает кредитный рейтинг. Рейтинг представляет собой некое буквенное выражение способности клиента к совершению кредитной сделки. Однако на практике конечным результатом оценки кредитоспособности клиента является не сам