

Таблица 3 – Рост объёма продаж

День	Кол-во продаж пары, пар	Цена, руб.	Объём продаж пары	Дополнительные. Издержки	Постоянные. Издержки, рубль	Переменные. Издержки, рубль	Итого издержки	Прибыль рубль
1	20	395	7820	80	5598,13	6059	11657,13	-3837,13
2	25	395	9775	100	5598,13	7573,75	13171,88	-3396,88
3	30	395	11730	20	5598,13	9088,5	14686,63	-2956,63
4	5	395	13685	140	5598,13	10603,25	16201,38	-2516,38
5	40	95	15640	160	5598,13	12118	17716,13	-2076,13
6	46	95	17986	184	5598,13	13935,7	19533,83	1547,83
7	53	395	20723	212	5598,13	16056,35	21654,48	-931,48
8	61	395	23851	244	5598,13	18479,95	24078,08	-227,08
9	71	395	27761	284	5598,13	21509,45	27107,58	653,42

Поэтому руководству предприятия необходимо рассмотреть возможность повышения цены на 10 % вместо наращивания масштабов выпуска, чтобы сократить величину спроса до уровня, обеспечиваемого нынешними мощностями предприятия. Естественно, что при этом руководство предприятия надеется получить прирост прибыли за счет продаж по ценам с более высокой величиной удельного выигрыша (продажная цена минус переменные издержки). Как нетрудно посчитать, она возрастет соответственно на 39,5 руб., то есть достигает величины 131,55 руб. или 30,28 % от новой цены. Требуется лишь проверить условия успешной реализации такой политики.

УДК 685.34:351.12

**О ЗНАЧЕНИИ МАТРИЧНОГО МЕТОДА КАК КОМПРОМИСНОГО
ВАРИАНТА ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОБУВНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНОВ ЮФО
И СКФО**

**Горбатков И.Ф., студ., Рева Д.В., маг., Мелешко Е.Н., к.э.н., доц.,
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ, г. Шахты,
Постников П.М., к.т.н., доц., Ковшова А.А., студ.,
ФГБОУ ВПО «Сибирский государственный университет путей сообщения»,
г. Новосибирск, Российская Федерация**

Движение денежной наличности по данному направлению связано с оптимизацией его расчетов с покупателями.

В современной коммерческой практике для этого используются следующие виды финансовых инструментов: товарное (коммерческое) кредитование; вексельные взаиморасчеты; факторинговые операции. Для малого обувного предприятия наиболее эффективным является товарное (коммерческое) кредитование. Оно применяется ограниченный временной период, предоставляет возможность выбора условий кредитования, стимулирует долгосрочные партнерские отношения в бизнесе. Однако из-за отсутствия необходимости специального обеспечения оно связано с повышенным кредитным риском, особенно при ухудшении конъюнктуры рынка.

Использование матричного метода (табл.1) позволяет рассмотреть различные финансовые предложения партнеров по бизнесу и выбрать компромиссный вариант для обеих сторон коммерческой сделки. Так, предоставление 3 %-ной скидки к цене реализации возможно практически при любом периоде отсрочки платежа; 5 %-ной скидки — при отсрочке платежа на 30 дней и более; 7 %-ной скидки — при отсрочке на 40 дней и более; 8 %-ной скидки — при отсрочке оплаты на 50 дней и более.

Следует заметить, что расширение практики применения товарного (коммерческого) кредитования приводит к необходимости решения проблемы эффективного управления дебиторской задолженностью хозяйствующего субъекта как динамичного элемента оборотных средств. Она может быть допустимой, обусловленной действующей формой расчетов, и недопустимой, свидетельствующей о недостатках в управлении финансово-хозяйственной деятельностью и нарушении платежной дисциплины.

Для малого торгового предприятия, занимающегося розничными продажами, проблема управления дебиторской задолженностью, как правило, не возникает.

Таблица 1 – Минимизация стоимости товарного кредита для предприятия – покупателя

Ценовая скидка, %	Срок предоставления отсрочки платежа, дней				
	20	30	40	50	60
1	2	3	4	5	6
3	0,56	0,36	0,27	0,22	0,18
5	0,95	0,60	0,45	0,36	0,30
7	1,35	0,90	0,67	0,54	0,45
8	1,47	0,96	0,72	0,58	0,48
9	1,78	1,19	0,89	0,71	0,59
10	2,00	1,33	1,00	0,80	0,67

Синхронизация денежных потоков малого торгового предприятия зависит также от условий его сбытовой политики; размера оптовых скидок к ценам реализации и удельного веса оптовых продаж (табл.2).

Таблица 2 – Зависимость рентабельности продаж от условий сытовой политики предприятия

Ценовая скидка, %	Удельный вес оптовых продаж, %				
	20	40	60	80	100
1	2	3	4	5	6
3	35,0	36,6	37,2	38,9	39,9
5	34,7	35,9	37,0	38,0	38,5
7	34,5	35,4	36,0	36,6	37,2
10	34,1	34,6	35,2	35,9	36,1
12	33,8	34,0	34,9	35,0	35,2

На первый взгляд, может показаться, что для обувных предприятий выгоднее перейти полностью на оптовую торговлю товарами легкой промышленности. Однако из-за высокого уровня конкуренции для привлечения оптовых покупателей предпринимателю придется пойти на увеличение ценовой скидки, что приведет к снижению рентабельности продаж. Не следует также забывать о вероятности роста величины дебиторской задолженности, в том числе и просроченной. В результате при ценовой скидке до 3 % целесообразно иметь удельный вес оптовых продаж до 40%; при диапазоне ценовой скидки от 3 до 5 % - 40 — 60 %. Дальнейшее повышение скидки к цене реализации, по нашим расчетам, является неэффективным.

Выбранный метод закупки товарно-материальных ценностей влияет на минимизацию транспортно-заготовительных расходов, систему торговых скидок, гарантированность поставки, расходы на хранение, степень риска потери запасов. Среди методов закупок у торговых предприятий наиболее востребованными являются оптовый и мелкооптовый.

Выбранная в договорах система расчетов с поставщиками позволяет замедлить оборачиваемость кредиторской задолженности. Применяемое при этом товарное (коммерческое) кредитование сталкивается с проблемой выбора величины минимально допустимого уровня ценовой скидки (табл.3).

Таблица 3 – Минимально допустимый уровень ценовой скидки для предприятия - покупателя, %

Срок отсрочки платежа, дней	Процентная ставка по краткосрочному банковскому кредиту, %				
	15	20	25	30	35
20	0,8	1,1	1,4	1,7	1,9
25	1,0	1,4	1,7	2,1	2,4
30	1,2	1,7	2,1	2,5	2,9
35	1,4	1,9	2,4	2,9	3,4
40	1,7	2,2	2,8	3,3	3,9

Таким образом, особенностями управления денежными потоками обувного предприятия являются:

- отсутствие ярко выраженной сезонности в движении денежных потоков, возможность корректировки их количественных и временных характеристик с помощью оптимизации ассортиментного набора товаров и его диверсификации;
- увеличение притока денежных средств в большей степени зависит от объективных (в частности, конкуренции на рынке) факторов, чем от факторов внутренней среды предприятия (в частности, эффективности использования ресурсного потенциала);
- ограниченное использование временно свободных денежных средств в инвестиционной и финансовой сферах бизнеса;
- зависимость уменьшения оттока денежных средств в основном от снабженческой политики предприятия. При этом он носит больше правовой, чем финансовый, характер;
- наличие постоянных по значениям величин, нерегулируемых статей оттока денежных средств (арендные платежи, единый налог на временный доход), что облегчает процесс финансового планирования на предприятии;
- ориентация в финансовой деятельности предприятия в основном на собственный капитал и товарное (коммерческое) кредитование;
- зависимость синхронизации денежных потоков от эффективности управления кредиторской задолженностью. При использовании розничной торговли происходит уменьшение роли дебиторской задолженности в динамике денежных средств.

Авторами разработан алгоритм расчета поступления денежных средств от операционной деятельности обувных предприятий. Расчеты проводились на основе оценки степени выполнения и динамики производства и реализации продукции, определении влияния факторов на изменение величины этих показателей, выявлении внутрихозяйственных резервов и разработке мероприятий по их освоению, которые должны быть направлены на ускорение оборачиваемости продукции и уменьшение потерь, что позволит достичь значительного экономического эффекта.