

Построение и оценка эффективности системы доставки продукции РУП «ПО «Беларуськалий», базирующейся на принципах логистики, обозначает ориентацию на оценку суммарного эффекта от системного подхода к объединению отдельных элементов в логистическую систему. Такой логистической системой является система доставки калийных удобрений в несколько портов перевалки, расположенных в различных морских бассейнах и государствах. Поддержание высокой конкуренции между портами (каналами логистической системы) позволяет обеспечить снижение затрат за счет благоприятной конъюнктурной ситуации. Выбор оптимального количества портов перевалки непосредственным образом влияет на устойчивость логистической системы к воздействию негативных факторов техногенного, природного или социального характера.

Логистический эффект в данном случае – это эффект синергии, наблюдаемый при построении системы из различных элементов, достаточно разных и функционально автономных. При этом осуществляется переход всей системы доставки на качественно новый уровень за счет появления у всей системы качеств, не свойственных отдельным ее элементам. В отличие от традиционного подхода к разработке алгоритмов и методов, позволяющих управлять системой так, чтобы та функционировала заданным образом, синергетический подход обеспечивает самоорганизацию системы при изменении управляющих параметров.

Наиболее важным управляющим параметром при рассмотрении системы доставки продукции РУП «ПО «Беларуськалий» является размер грузопотока, пропускаемый по каждому из каналов логистической системы доставки и влияющий на ее самоорганизацию. Объемы грузопотоков, пропускаемые по каналам логистической системы, представляют собой не только результат решения задачи по распределению выпускаемой продукции между портами перевалки, но и фактором, формирующим параметры логистической системы.

Исследования показали, что после образования в канале логистической системы «критической массы» грузопотока, грузовладелец может добиваться скидок с тарифов за счет дальнейшего повышения объемов перевозимых грузов. При этом, чем выше объемы перевозимой продукции, тем большая скидка может быть предоставлена.

Под логистической системой доставки продукции РУП «ПО «Беларуськалий» следует понимать систему, состоящую из n -товаропроводящих каналов. В свою очередь, каждый из товаропроводящих каналов состоит из звеньев (элементов), обеспечивающих прохождение материального, информационного, финансового потоков. Такими звеньями являются железнодорожные технические и пограничные передаточные станции, железнодорожные перегоны, порты перевалки, стивидорные терминалы, транспортно-экспедиционные компании, органы таможенного и государственного контроля, банки и др. Логистический эффект достигается за счет рационального распределения грузопотока между портами перевалки (каналами системы). При этом наблюдается переход всей системы на новый конкурентоспособный уровень, не свойственный отдельным каналам, что отражается критерием эффективности логистической системы.

<http://edoc.bseu.by>

Ерчак А.И.
УО БГЭУ (Минск)

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВЛЕ С УЧЕТОМ РИСКОВ

Выделим три вида рисков, связанных с осуществлением активного ценообразования в торговле:

• риски, связанные с отсутствием интереса к снижению цен со стороны покупателей, что может вызвать тяжелые финансовые потери;

• риски, связанные с отказом от услуг организации в связи с неверной интерпретацией причины скидки и формированием представления покупателей о низком качестве товара;

• риски, связанные с ответными действиями конкурентов, что может не только привести к отсутствию серьезного роста товарооборота, но и существенному снижению доходности продаж организации.

Соответственно, можно выделить три группы ценовых приемов, для которых соответствующие виды рисков являются наиболее существенными.

Ценовые конкурентные преимущества не являются устойчивыми за исключением случая, когда они вызваны большим эффектом масштаба. Имея информацию о специфике реализуемой ценовой стратегии или тактики, конкуренты могут в короткие сроки адаптировать свои цены и предложить иные условия скидок. Соответственно, можно указать группы ценовых приемов в торговле по сложности их воспроизведения конкурентами:

• легкокопируемые приемы;

• ценовые приемы, копирование которых возможно при определенных условиях;

• ценовые приемы, копирование которых связано с существенными трудностями.

Часть ценовых приемов может принести значительный эффект только после вложения существенных финансовых ресурсов в определенную область деятельности. Соответственно, можно выделить ценовые приемы, для реализации которых нет необходимости в привлечении значительных финансовых ресурсов; ценовые приемы, для реализации которых необходимо наличие определенных финансовых возможностей; ценовые приемы, для реализации которых необходимо наличие существенных финансовых возможностей.

Таким образом, можно проранжировать ценовые приемы в торговле с точки зрения их рискованности для осуществления и выделить ценовые приемы с низкой степенью риска – ценовые линии; стратегии высоких/низких цен; тактика сезонной скидки; скидки на товары с заканчивающимся сроком годности; а также ценовые приемы с высокой степенью риска – стратегия сезонной скидки; стратегия «убийцы категории»; стратегия «убыточного лидера»; некумулятивные скидки за объем покупки; стратегия «ежедневно низких цен».

*Ефимова Н.А.
УО БГЭУ (Минск)*

АНАЛИЗ ВЫРУЧКИ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА

Выручка гостиничного комплекса состоит из выручки от эксплуатации номерного фонда (реализации место-суток), выручки от оказания внеэксплуатационных услуг, товарооборота организаций общественного питания, входящих в состав гостиничного комплекса. Поэтому первым этапом анализа выручки является анализ структуры выручки и динамики структуры по сравнению с прошлым периодом.

Выручка от эксплуатации номерного фонда складывается из выручки от предоставления гостиничных мест на определенное время в соответствии с гостиничными тарифами. В Республике Беларусь законодательно закреплена ценовая дифференциация в зависимости от гражданства проживающего: формируются специальные тарифы