

- новые разработки. Для поддержания постоянной конкурентоспособности предприятиями и организациями ФПГ приходится постоянно вести разработку новых товаров и услуг, искать новые рынки;
- предпродажное и послепродажное обслуживание, которое способствует наращиванию объема продаж, формирует и сохраняет лояльность покупателей ФПГ, позволяет устанавливать более высокие цены на продукцию;
- продвижение товара. Эта сфера занимает одно из центральных мест в анализе. Участники ФПГ могут рассчитывать на успех на рынке только в том случае, если они имеют активных и компетентных продавцов, агрессивную, творчески организованную рекламу, на должном уровне организованные общественные связи.

М.П. Адамчук, В.И. Брисевич

БГЭ (Минск)

УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНЫМИ КРЕДИТАМИ

Применение на практике систем товарного кредитования потребителей и дилеров требует четкой организации управления предоставлением кредита и погашением возникающей при этом дебиторской задолженности. Этим занимается отдел товарного кредита (на крупных предприятиях) или отдельное лицо (на мелких). Они решают главную задачу — получение платежей от дебиторов в полном объеме и в сроки, предусмотренные договором. Для этого прежде всего должен быть налажен учёт общего долга по каждому клиенту, а также своевременности выплаты платежей в соответствии с договорами. С этой целью создаётся компьютерная база данных, включающая данные по отпуску товаров различным потребителям и по получению от них оплаты за отпущенный товар с указанием дат. Информационная база данных является основой контроля и анализа процессов товарного кредитования.

Все потребители (дебиторы), пользующиеся товарным кредитом, могут быть разделены на три группы. К первой из них относятся дебиторы, работающие с предприятием длительное время и зарекомендовавшие себя с лучшей стороны, а также дебиторы, имеющие банковскую гарантию.

Третья группа формируется по результатам очередного анализа аккуратности выплат потребителями-дебиторами своих обязательств по договорам. Критериями отнесения их к третьей группе являются:

- систематическое превышение срока возврата кредита более чем на 30 дней;
- фактическое превышение срока более чем на 90 дней. Количество дней здесь может быть и другим, оно зависит от вида товара и характеристики производственного процесса на предприятиях-партнёрах.

Вторая группа является промежуточной между первой и второй. К ней отнесены все дебитора, не попавшие ни в первую, ни в третью группу.

Состав указанных групп пересматривается после очередного анализа взаимоотношений с ними. Такое разделение дебиторов на группы помогает выработать более гибкий подход к клиентам-потребителям. Для потребителей первой группы устанавливаются определённые льготы. В ряде случаев допускается небольшое превышение сумм и срока погашения товарного кредита. Это не является рискованным для предприятия-поставщика. При уменьшении общих объёмов товарного кредитования потребители этой группы лишаются своих кредитов в последнюю очередь. И наоборот, при расширении общих объёмов товарного кредитования суммы их товарных кредитов увеличиваются в первую очередь.

Дебиторы второй группы никаких льгот не получают и работают строго в рамках заключённых с ними договоров. По результатам очередного анализа они могут быть отнесены в первую, или в третью группу.

Все потребители, отнесённые к третьей группе, делятся на две подгруппы. Первая из них состоит из тех потребителей, у которых есть шанс вернуться во вторую группу. Это те, кто не отказывается от своих долгов и от выплаты штрафных санкций. Выдача товарных кредитов этим потребителям может быть приостановлена, а затем возобновлена. Вторая группа — это потребители, зарекомендовавшие себя самым худшим образом. Выдавать им далее товарный кредит нецелесообразно, а работа с ними должна быть направлена, прежде всего, на возврат долгов и штрафных санкций.

И.Л. Акулич, Е.В. Демченко
БГЭУ (Минск)

ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К ЦЕНАМ

В современных условиях развития рынка услуг широко проводятся исследования специфичности сферы услуг в целом и по отдельным направлениям маркетинговой