последовательность их реализации, а также методы, содействующие достижению выбранной цели. Финансовое прогнозирование – это предвидение возможного финансового положения организации, обоснование показателей финансовых планов. Прогнозы могут быть текущие, среднесрочные (5-10 лет) и долгосрочные (более 10 лет).

Финансовое прогнозирование предшествует стадии составления финансовых планов, вырабатывает концепцию финансовой политики на определенный период развития организации. Целенаправленность прогнозирования финансовых ресурсов в определении реально возможного объема финансовых ресурсов, источников формирования и их использования в прогнозируемом периоде.

Прогнозы позволяют организации наметить разные варианты развития и совершенствования системы финансов, формы и методы реализации финансовой политики. Так, например, если брать денежные средства, как финансовый ресурс, то при прогнозировании потоков этих средств необходимо учитывать все возможные источники поступления средств, а также направления оттока денежных средств. Отсюда следует, что прогноз формируется по периодам в следующей последовательности:

- прогноз денежных поступлений;
- прогноз оттока денежных средств;
- расчет чистого денежного потока;
- определение совокупной потребности в краткосрочном финансировании.

Таким образом, соблюдение и тщательная подготовка этапов управления позволяют эффективно формировать финансовое планирование финансовых ресурсов и разработать план различных показателей. Процессы анализа, прогнозирования и планирования способствуют тому, что управление организации становится целенаправленным, а своевременность устранения имеющихся недостатков в формировании и использовании финансовых ресурсов предприятия, является одной из важных составляющих успешного развития экономического субъекта.

1. Абдукаримов И.Т., Абдукаримова Л.Г. Статья «Анализ образования и использования финансовых ресурсов предприятия и методика составления шахматного баланса покрытия средств» / рубрика Социально-экономические явления и процессы // журнал Актуальные вопросы экономики и управления. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/analiz-obrazovaniya-i-ispolzovaniya-finansovyh-resursov-predpriyatiya-i-metodika-sostavleniya-shahmatnogo-balansa-pokrytiya-sredstv>
2. Бланк И.Л. Управление финансовыми ресурсами / И.Л. Бланк. М.: Издательства «Омега-Л»: ООО «Ольга» 2017. – 78 с. – (Библиотека финансового менеджмента; вып. 10).
3. Шеремет А.Д., Сайфуллин Р.С. Финансы предприятий. / Учебник для вузов // А. Д. Шеремет, Р.С. Сайфуллин. - М., 2015 г., 571 с.

Николашин А.С.

Специфика территориального развития производственно-сбытовой деятельности предприятия (на примере ФПП «Тамбов» холдинга «Объединенные кондитеры»)

*Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина
(Россия, Тамбов)*

doi:10.18411/spc-8-12-2017-10

idsp: 000001:spc-8-12-2017-10

Аннотация

В статье рассмотрена территориальная характеристика развития производственно-сбытовой деятельности предприятия, относящегося к рынку кондитерских изделий. Проведен авторский мониторинг деятельности предприятий по сбыту кондитерской продукции. Проанализирована конкурентная специфика покрытия

территории по каналам и типам торговых точек, реализующих кондитерские изделия. Представлены результаты мониторинга и исследований каналов продаж и тренды ключевых показателей ПРТ по территории филиала прямых продаж «Тамбов».

Ключевые слова: рынок кондитерских изделий, сбытовая деятельность предприятия, территория развития предприятия, покрытие территории по каналам сбыта, канал продаж, торговые сети, торговые точки.

Abstract

In article the territorial characteristic of development of production and sales activities of the entity relating to the market of confectionery is considered. The competitive specifics of a covering of the territory on channels and types of the outlets realizing confectionery are analysed. Results of monitoring and researches of sales channels and trends of key indicators of PRT on the territory of branch of direct sales Tambov are provided.

Keywords: the market of confectionery, sales activities of the entity, the territory of development of the entity, a territory covering on sales channels, the sales channel, retail chain stores, outlets.

Современная социально-экономическая политика любого предприятия (организации) основана на постоянном исследовании своего целевого динамично изменяющегося рынка по производственно-сбытовому характеру своей продукции (услуги).

Динамика современного общества трансформирует психо-экономические привычки и поведение покупателей (потребителей) так быстро, что позитивную динамику своего бизнеса постоянно поддерживают только те предприниматели, которые дисциплинированно на организационно-методическом уровне следят за положением дел на рынках и при необходимости оперативно корректируют сбытовую и обслуживающую деятельность.

Современные реалии российского национального рынка (в условиях санкций и политики импортзамещения) на первый план выводят задачу не приспособления к изменяющимся условиям, а опережающего воздействия на эти изменения. Как бы это не звучало «футуристично» по отношению к экономическим явлениям и процессам, но стоит задача формировать эти «будущие рыночные условия» для своей «сегодняшней социально-экономической реальности».[2, с.395]

В классическом экономическом понимании урегулированию будущих социально-экономических противоречий между производителями, поставщиками и потребителями товаров и услуг служат маркетинговая и прогностическая деятельность как планирование или предвидение возможных изменений социально-экономической действительности на том или ином рынке.[1, с. 27; 3, с.12]

В рамках нашего исследования регионального рынка кондитерских изделий и производственно-сбытовой деятельности соответствующих предприятий, будем базироваться на опыте работы холдинга «Объединенные кондитеры» и его филиал прямых продаж (ФПП). В таблице 1 представлена общая характеристика территорий экономического района ЦЧР.

Таблица 1

Характеристика территории ЦЧР

Белгородская область			Воронежская область			Курская область			Липецкая область			Тамбовская область		
Население, тыс. человек														
2010 год	2017 год	% +/-	2010 год	2017 год	% +/-	2010 год	2017 год	% +/-	2010 год	2017 год	% +/-	2010 год	2017 год	% +/-
1 532	1 552	+ 1, 3	2 335	2 335	-	1 127	1 122	0, 5	1 173	1 156	- 1, 5	1 091	1 040	- 5

Среднедушевые денежные доходы(в месяц), руб.															
1699 3	2837 1	+	1388 3	3010 9	+	1468 5	2681 4	+	1593 5	2765 7	+	1363 0	22 400	+	64
Объем реализации КИ, кг./чел.															
23,5	16,5	-	17,9	13,6	-	17,5	19,4	+	18,9	19,7	+	13,8	17	+	23

Как видно из таблицы, наиболее «пессимистичными» показателями по динамике реализации кондитерских изделий обладает территория Тамбовской области. В таблице 2 приведем социально-экономическую характеристику развития территории развития рынка кондитерских изделий, с учетом показателей филиала прямых продаж (ФПП) «Тамбов».

Таблица 2

Характеристика территории (Тамбовская область)	
Характеристика территории	
Площадь, тыс.км2	34,5
Численность населения, тыс.чел.	1080
Плотность, чел/км2	31,3
Численность населения в крупных городах (тыс. чел.)	
Тамбов	282
Мичуринск	93,69
Моршанск	39,362
Рассказово	36,1
Жердевка	16,662
Кирсанов	24,162
Уварово	282
Среднедушевые доходы населения в месяц, тыс.руб.	22,4
Среднедушевые расходы населения в месяц, тыс.руб.	17
Доля расходов на продукты питания в структуре расходов населения, %	72
Среднедушевое потребление КИ, кг/чел	
2015 год	14,5
2016 год	15,8
2017 год	17
Емкость рынка территории, тыс.тн	
2015 год	15,3
2016 год	16,6
2017 год	17,8
Доля рынка холдинга «Объединенные Кондитеры», %	
2015 год	21,5
2016 год	19,3
2017 год	20,7

В таблице 3 приведем результаты анализа мониторинга деятельности торговых сетей на территории Тамбовской области, реализующих кондитерские изделия. Как видно из таблицы ФПП «Тамбов» имеет устойчивую положительную динамику развития продаж в регионе. Запланированный объем реализации продукции на 2017 год составляет 1162,7тн, что выше факта 2016 г на 26%.

Таблица 3

Объем продаж OUT в Тамбовской области						
Территория (субъект РФ)	Объем продаж OUT, тн					
	2015 (факт), тн	Доля канала 2015 (факт), %	2016 (факт), тн	Доля канала 2016 (факт), %	2017 (план), тн	Доля канала 2017 (план), %
Тамбовская область	3380,6	100	3235,4	100	3717	100

в т.ч.						
РДЦ (дистрибьютор)	0	0	0	0	0	0
ФПП	852	25,2	923,4	28,5	1162,7	31,3
РКП	1718	50,8	1523	47,1	1574	42,3
ФС	810,6	24	789	24,4	980,3	26,4

В таблице 4 представлены результаты мониторинга покрытия территории по каналам и типам торговых точек. Существенное снижение ОРКБ связано с экспансией федеральных сетей (ФС). Рост торговых точек сети Х5 в 2015-2016 гг. составил 79 торговых точек, на текущий момент количество торговых точек сети составляет 91. ЗАО «Тандер» увеличил количество торговых точек на 26, до 114. 11 торговых точек торговой сети «Любимые продукты» была куплена ЗАО ТАНДЕР в сентябре 2017 г.

Таблица 4

Покрывтие территории по каналам продаж

Канал продаж	ОРКБ (реестр 2015), ТТ	АРКБ (факт 2015), ТТ	% покрытия территории 2015 год	ОРКБ (сенсус 2016), ТТ	АРКБ (факт 2016), ТТ	% покрытия территории 2016 год	ОРКБ (сенсус 2017), ТТ	АРКБ (план 2017), ТТ	% покрытия территории 2017 год
Сети 2-ого уровня	72	72	100	74	74	100	75	78	104
Розница	2340	1564	67	2190	1357	62	1994	1480	74
Опт	40	18	45	25	20	80	20	17	85
Прочие	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ИТОГО	2452	1654	67	2289	1451	63	2089	1575	75

В целом анализируя деятельность ФПП «Тамбов», можно отметить, что наблюдается положительная динамика покрытия территории в 2017 г. План отгрузки 1575 торговых точек данной сети планируется сделать при подключении АЗС «Роснефть»-38 торговых точек и сети киосков быстрого питания «Робин Сдобин»-20 торговых точек, а также подключения потенциальных торговых точек, выявленных по результату сенсуса., приведенного в таблице 5.

Таблица 5

Покрывтие территории по каналам продаж

Канал продаж	ГМ	БСМ	МСМ	Д	БМПТ	ПАВ	К	HoReCa	Опт	ИТОГО
Реестр ТТ (2015 год)	1	3	35	0	35	1200	1098	40	40	2452
Сенсус ТТ (2016 год)	1	3	30	0	30	1120	1050	30	25	2289
Сенсус ТТ (2017 год)	1	5	25	0	25	1126	856	31	20	2089
АРКБ 2015 год, ТТ	1	3	25	0	25	882	665	22	31	1654
АРКБ 2016 год, ТТ	1	6	19	0	33	741	601	30	20	1451
АРКБ 2017 год, ТТ	1	5	20	0	25	994	489	31	10	1575
%покрытия территории 2015	100	100	71	0	71	74	61	55	78	67
% покрытия территории 2016	100	200	63	0	110	66	57	100	80	63
%покрытия территории 2017	100	100	80	0	100	88	57	100	50	75

В таблице 6 приведены тренды ключевых показателей ПРТ по территории Тамбовской области в 2016-2017 годах.

Таблица 6

Тренды ключевых показателей ПРТ по территории

Ключевые показатели территории	2016 (факт)	2017 (план)	17 vs 16, %
OUT ОПТ в год, тн	11	13,2	120
Количество ОПТ, ТТ	110	120	104
Продажи на 1 ТТ ОПТ в год, кг	100	110	110
Кол-во ед ТО на 1 ОПТ, шт	0,2	0,3	150
OUT Сети 2 - ого уровня, тн	209,8	266,1	127
АРКБ Сети 2 - ого уровня, ТТ	74	78	105
OUT 1 ТТ сети 2-ого уровня в год, тн	2,52	3,09	123
Кол-во ЭТП, чел	18	17	94
Кол-во АРКБ на 1-го ЭТП, ТТ	72	87	121
OUT на 1-го ЭТП в мес/ тн	4,27	4,67	109
Ср.SKU на 1-го ЭТП	25	29	116
СДЗ	7	7	100
Количество мерчендайзеров, чел	10	10	100
Количество ТО на территории, шт	43	60	140
IN МКП, тн	923,4	1162,7	126
Остатки на складах дистрибуторов, тн	98,5	65	66

Таким образом, анализ сбыта продукции на рынке кондитерских изделий показал, что тренды ключевых показателей территории Тамбовской области имеют положительную динамику. В 2017 году прогнозируемый рост показателя OUT в объемообразующей розничной точке (ОПТ) составляет 20% за счет увеличения количества торговых точек ОПТ, переключенных с отгрузок от серых дилеров, увеличения показателя среднего SKU на 1 торговую точку (увеличение 1 %) и за счет увеличения количества торгового оборудования на 1 ОПТ. Рост показателя OUT в сетевом канале обусловлен открытием новых торговых точек торговой сети «Эконом» (2тт) и «Бегемот» (1тт), несмотря на планируемое закрытие 11 торговых точек торговой сети «Любимые продукты» (куплена ЗАО Танدر), а также за счет эффективного проведения торгово-маркетинговой активности - «акция желтый ценник» в торговых сетях 2-го уровня.

Касаемо развития ФПП «Тамбов» и ее активной клиентской базы до 1575 торговых точек за счет заключения договора с сетью АЗС «Роснефть» (38тт), подключением киосков быстрого питания «Робин Сдобин» (20тт), мотивации торговых представителей коллектива по расширению АКБ. Рост в ОПТ запланирован за счет участия в праздничных мероприятиях - программе и в ТМА «ЖЦ для ОПТ 20%. В оптовом канале, за счет предоставления гибкой ценовой модели (ЦМ), участия в праздничных программах, ярмарках, базарах. Развитие сетевого канала, за счет увеличения доли торгово-маркетинговой активности (ТМА) в торговых сетях 2-го уровня по незагруженным линиям и ввода новых товарных единиц категории «мучнистые и сахаристые» (МиС) и эконом сегмент (ЭС), установки дополнительных мест продаж в торговых точках в 2018 году.

1. Вахромов Е.Н. Региональная экономика в многоуровневой структуре рыночной экономики/Е.Н. Вахромов //Вестник Иркутского государственного университета. 2009. — № 2. — С. 26-30.
2. Kuznetsov I.A. Innovation activity of russian business entities and its determinants/Kuznetsov I.A., Malitskaya V.B., Sukhova V.E., Ivanova A.V., Proskurina I.Yu./European Research Studies Journal. 2017. Т. 20. № 3В. С. 395-402.
3. Фетисов Г.Г. Региональная экономика и управление: учебник/ Г.Г. Фетисов, В.П. Орешин. – М.: ИНФРА-М, 2012. — 416 с.