

УЧЕТ ПРЕДПОЧТЕНИЙ КЛИЕНТУРЫ МАЛЫХ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Развитие малого лесного бизнеса предопределено низкой фондоемкостью продукции, доступностью лесных ресурсов (с позиции минимизации транспортных затрат) и местным спросом на древесину и изделия из неё.

Как показали результаты исследования малых лесных предприятий, предприниматели предпочитают доверять опыту, принимая управленческие решения без должных обоснований (по наитию, интуитивно). В то же время по мере вхождения в лесной бизнес они постепенно понимают необходимость привнесения плановых начал в свою деятельность.

В первую очередь эта необходимость связана у предпринимателей с производственной программой малого предприятия. Варьирование помесных объемов работ с целью усиления эффективности жизненно важно для лесного предпринимателя из-за сезонного характера лесозаготовительного процесса.

В то же время неравномерность поступления заготовленной древесины на промплощадку предприятия требует оптимизационных расчётов по управлению запасами пиловочного сырья и режимом работы лесопека.

На этот аспект проблемы эффективной работы малых предприятий указывают многие исследования, которые в специальной литературе уже предложили алгоритмы решения таких задач. При анализе материалов исследования найдены новые тенденции в действиях как изготовителей лесопродукции, так и их клиентуры.

Результаты обработки информации о реализации лесопродукции малыми предприятиями, находящимися в радиусе до 30 км от крупного города региона (численность населения – 400 тыс. жителей и более) приведены в таблице.

Наглядно видно, что в I квартале в значительных объемах происходит реализация круглых лесоматериалов. По мере приближения строительного сезона растет спрос на пиломатериалы, который в дальнейшем стабильно высок до сдачи объектов под «ключ» в конце года. Соответственно, ресурсы пиловочного сырья предприятие направляет в лесопек на переработку, снижая объемы продаж круглых лесоматериалов.

Но прослеживается тенденция – львиная доля реализуемых предприятием пиломатериалов и кругляка удовлетворяет запросы местного рынка.

Фактически 60–70 % от общего объема лесопродукции отгружают потребителям, удаленным от предприятия не более, чем на 30 км.

Структура поставок лесоматериалов

Расстояние до потребителя, км	Удельный вес поставок, поквартально				В год
	I	II	III	IV	
Круглые лесоматериалы					
До 15	24,1	57,2	43,3	64,2	43,5
16–30	26,9	23,8	50,0	18,3	27,5
31–50	25,2	19,0	3,1	10,0	16,3
Свыше 50	23,8	0	3,6	7,5	12,7
Итого, %	100	100	100	100	100
В натуральном выражении, м ³	983	415	549	598	2545
Пиломатериалы					
До 15	41,4	36,0	39,5	45,8	40,7
16–30	21,4	27,0	27,1	30,8	27,6
31–50	22,9	21,2	20,2	15,2	19,2
Свыше 50	14,3	15,8	13,2	8,2	12,5
Итого, %	100	100	100	100	100
В натуральном выражении, м ³	280	600	877	764	2521

Обращает на себя внимание также структура заказов на пиломатериалы. Необрезные доски предпочитает приобретать 56 % клиентов, так как, имея в своем хозяйстве набор деревообрабатывающих станков, сами доводят сырье до нужного профиля и качества изделий из древесины.

Зная в радиусе 50 км от предприятия всех потенциальных потребителей и их пристрастия, относительно просто при личном общении с их руководством составить портфель заказов, тем самым гарантируя планомерный характер работы малого предприятия.

УДК 630.64

Студ. Д.А. Колясникова
Рук. И.А. Иматова
УГЛТУ, Екатеринбург

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ЛЕСОПОЛЬЗОВАНИЯ В СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

В соответствии с 25 статьей Лесного кодекса РФ из 16 видов использования лесов [1], одним из экономически значимых считается заготовка древесины, а лесозаготовительная промышленность является основой функционирования всего лесного комплекса.