

жны быть трансакционные издержки на единицу трансакции.

Чем более развит как в целом финансовый, так и фондовый рынки, тем больше возможностей диверсификации портфеля активов и снижения трансакционных издержек.

В наибольшей степени на иностранные портфельные инвестиции влияют такие виды трансакционных издержек, как:

- издержки, связанные с поиском достоверной информации;
- издержки спецификации и защиты прав собственности;
- издержки оппортунистического поведения и мониторинга за поведением агента;
- издержки коллективного принятия решений.

Ранжир издержек по степени их важности будет зависеть от самой трансакции, а также от того, на каком рынке – первичном или вторичном – осуществляется данная трансакция.

Первый вид рассматриваемых издержек связан с существованием феномена неопределенности, которая выявляется через фрагментарность располагаемой индивидами информации и ограниченные возможности ее переработки, которыми обладают агенты трансакции. Вместе с издержками спецификации и защиты прав собственности они составляют внешние трансакционные издержки.

Отсутствие развитого рынка ценных бумаг делает внешние трансакционные издержки иностранных портфельных инвестиций весьма высокими, усиливая инвестиционные риски и делая непривлекательной экономику для иностранных инвесторов. При этом общемировые тенденции таковы, что доля вложений в ценные бумаги в общем объеме финансовых активов постоянно растет.

В процессе снижения трансакционных издержек портфельных инвестиций, в том числе и для иностранных субъектов хозяйствования, большую роль играет создание развитой институциональной среды фондового рынка, включающего как институты рынка, так и институты регулирования, включающие формальные правила и неформальные ограничения, в рамках которых действуют институты рынка. Значимость институтов регулирования определяется их функциями – координационной и распределительной. В ходе реализации этих функций обеспечивается согласованность и взаимовыгодность действий различных участков фондового рынка с противоположными интересами, а также организация эффективного размещения финансовых ресурсов и на первичном, и на вторичном сегментах рынка. В итоге создаются условия для снижения внешних трансакционных издержек.

Для активизации процесса привлечения иностранных портфельных инвестиций необходимо стимулировать развитие институциональной среды фондового рынка, что обеспечит снижение внешних трансакционных издержек.

*Кузнецова Т.В., БГЭУ (Минск)*

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КАНАЛОВ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ НА РЫНКЕ ТЕКСТИЛЬНЫХ ТОВАРОВ**

Важность установления отношений сотрудничества между звеньями производства и торговли для успешной работы всего канала товародвижения становится все более очевидной, если сконцентрировать внимание на том, что многие проблемы разработки товарно-ценовой политики могли быть своевременно ликвидированы при наличии должного уровня отношений взаимодействия предприятия-производителя и торгового посредника.

Осуществлять реализацию своей продукции самостоятельно или использовать услуги торгового посредника – проблема, решение которой зависит от целого ряда факторов, относящихся как к самому товару и его потенциальным потребителям, так и к возможностям самого производителя, а также контингенту и потенциалу уже действующих торговых посредников.

Несмотря на многофакторную зависимость окончательного решения об использовании прямого (косвенного) канала распределения, можно отметить наиболее распространенные критерии данного выбора. Построение прямого канала распределения считается выгодным при наличии следующих показателей:

- количество продаваемого товара достигает достаточных показателей для оправдания расходов на прямой сбыт;
- прямой канал распределения обеспечивает возможность контроля цены, а также возможность ее формирования на более низком уровне по сравнению с ценой аналогичного товара, реализуемого с помощью торгового посредника;
- обеспечивает для продукции предприятия-производителя большую лояльность со стороны потребителей, сконцентрированных на относительно небольшой территории, нежели построение в аналогичной ситуации косвенного канала распределения;
- помогает обеспечивать контроль за условиями хранения и реализации продукции с небольшим жизненным циклом;
- наличие прямого канала распределения позволяет предприятию-производителю поддерживать «лицо фирмы», поскольку именно его корпоративные представительства и торговые филиалы помогают не просто поддерживать насыщенный ассортимент всего спектра производимой продукции по приемлемой цене, но и проводить эксперименты с мерчендайзингом, наилучшие результаты которого могут впоследствии использоваться на других объектах системы распределения;
- использование прямого канала распределения позволяет получать оперативную информацию об изменении потребительских предпочтений, что особенно важно в условиях высококонкурентного рынка, а также все более сокращающейся продолжительности жизненного цикла товара.

Только прямого канала распределения текстильной продукции для предприятий-производителей, особенно крупных, недостаточно, поскольку реализация больших объемов товара собственными силами сопряжена с соответствующими крупными финансовыми затратами. Поэтому большинство текстильных предприятий пользуются услугами торговых посредников.

Использование косвенного канала распределения носит крайне целесообразный характер для большинства предприятий-производителей в силу следующих типичных обстоятельств, обусловленных спецификой рассматриваемого текстильного рынка:

- рынок текстильных товаров разрознен географически, поэтому использование только прямого канала не может обеспечить ни достаточного охвата рынка, ни привлекательного уровня рентабельности;
- в силу специфики потребления может возникнуть проблема необходимости достаточно срочной поставки небольшого объема товара, с которой лучше справится мелкий оптовик;
- снижение показателя рентабельности на текстильные ткани привело к сокращению маржи по реализации, что негативно отразилось на выгоды содержания собственной сбытовой сети производителя;
- содержание корпоративной сбытовой сети увеличивает транспортные и накладные расходы, в случае же использования посредника имеется реальная возможность снижения этих статей издержек;

– содержание собственного торгово-выставочного комплекса осложняется проблемой наличия насыщенности ассортимента, поскольку потребитель хочет увидеть ткани различных производителей, которые практически всегда имеются в продаже у независимого торгового посредника;

– торговый посредник, являясь специалистом в области продаж, скорее всего лучше справится с доведением продукции до конечного потребителя, нежели это сможет сделать предприятие-производитель.

Проанализировав преимущества прямого и косвенного каналов распределения можно сказать, что наличие собственной сбытовой сети не выполняет никаких уникальных функций, и вместе с тем прямой канал распределения товаров переносит выполнение типичных функций торговли на качественно новый уровень. Усилия со стороны предприятия-производителя, направленные на интеграцию с торговым посредником с целью создания согласованного канала товародвижения, теоретически представляют собой решение проблемы сбыта текстильной продукции.

*Кузьмич А.П., БГСХА (Горки)*

## **ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ**

Эффективная работа предполагает не только наличие у предпринимателя капитала, но и прежде всего рациональное распоряжение деньгами, материальными и трудовыми ресурсами для достижения главной цели предпринимателя – систематического извлечения прибыли. Предприниматель должен быстро и четко ориентироваться в складывающихся на рынке товаров условиях и принимать обоснованные решения.

Принятие верного управленческого решения, как правило, состоит из нескольких этапов.

Первый этап – зарождение идеи. Данный процесс является одним из самых сложных. Хотя на данном этапе определяются лишь общие условия инвестирования денежных средств, предприниматель, исходя из анализа складывающихся на рынке отношений, должен четко определить основные направления своей деятельности. Прежде всего важен анализ соотношения спроса и предложения товара, производством которых занят предприниматель. Причем предпринимателя должны интересовать в первую очередь способность и возможность покупателя приобрести тот или иной товар.

Реальный спрос зависит от реальной покупательской способности и цены на товар. Предприниматель должен оценить спрос на предлагаемый им товар не только на текущий момент, но и на перспективу.

Характерное для предпринимательства новаторство не всегда способствует реальной оценке спроса. Так, очень сложно определить реальный спрос на товар, который еще не поставляется на рынок. Спрос в данном случае может как опережать предложение, так и быть совсем незначительным или вовсе отсутствовать. В этой ситуации необходимо не только четко спрогнозировать объем насыщения рынка товарами и период такого насыщения, но и предусмотреть возможность перестройки производства, усовершенствования технологии, перехода на выпуск нового товара.

Спрос можно прогнозировать различными методами. В любом случае нужно исходить из того, что тенденция спроса может как сохраниться, так и будет подвержена влиянию отдельных факторов, например, изменению покупательской способности населения. Лучше всего составлять несколько вариантов прогноза и разрабатывать несколько программ практических действий.

Второй этап – оценка реальности идеи. Только выяснив перспективность и при-