

Третий блок – становление организационных структур, поддерживающих рыночные институты. Здесь, прежде всего, необходимо оценить роль государства в системе рынка. Все формальные решения, касающиеся рыночных институтов – законодательные акты, нормативные акты – формируются государством. Государство призвано следить за их соблюдением, добиваться равных условий ведения бизнеса всеми предпринимательскими структурами, выступающими на рынке. Но и само государство участвует в рыночных отношениях и как весьма важный потребитель (до 40% ВВП в некоторых странах), и как инвестор, предприниматель, который вкладывает деньги в экономику.

Государство призвано корректировать то, что называется «провалами рынка». В нынешней ситуации в Республике Беларусь, очевидно, что рынок не справляется с развитием научно-технического прогресса. Дело не только в недостаточном выделении средств, необходимых для финансирования научно-технических нововведений. Но нет и необходимых условий, стимулирующих научно-технический прогресс.

Место страны в мировой экономике, ее международная конкурентоспособность во многом зависит от состояния национальной науки. Во всех странах возросло государственное финансирование науки, особенно фундаментальных исследований, без развития которых невозможно и развитие прикладных исследований, и опытно-конструкторских разработок. Для результативности НИОКР имеет значение не только доля ВВП, выделяемая на их финансирование, но и их абсолютные величины. Более крупные государства, прежде всего США, имеют преимущества перед другими странами, они могут специализировать и концентрировать научные исследования на наиболее важных направлениях. Финансирование дорогостоящих исследований, которые не могут быть осуществлены частными компаниями, – новая функция государства в рыночной экономике.

Новые тенденции в развитии рыночных институтов в мировом масштабе вызывает и процесс глобализации. Рост зависимости национальных экономик от процессов, происходящих в мире, требует институционального закрепления условий, на основе которых осуществляются международные экономические отношения. Глубокое взаимопереплетение национальных экономик, происходящее в условиях глобализации, ведет к взаимному влиянию на развитие в странах институциональных институтов, «экспорта» некоторых их форм из одних стран в другие. Идет развитие мировых рыночных институтов, деятельность которых направлена на выравнивание условий развития рыночных отношений во всем мире.

<http://edoc.bseu.by>

*Пратасеня В. С.
УО БГЭУ (Минск)*

ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ СБЫТОВЫХ КАНАЛОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Изменяющаяся ценовая ситуация на рынке энергоресурсов вынуждает промышленные предприятия снижать издержки по всей цепочке создания конечной продукции. В этой связи, наряду с минимизацией материало- и энергоемкости производства в промышленности остро стоит проблема снижения затратоемкости процесса сбыта произведенной продукции. Формируя каналы сбыта, промышленные предприятия в качестве первоочередного шага должны провести оценку их экономической эффективности.

Среди существующих методов такой оценки можно выделить неформализованные методы, а также методы на основе бюджетирования капитала, инвестируемого в сбыт, и анализа сбытовых и транзакционных издержек. Наиболее целесообразно использовать метаболический подход, основанный на выявлении эффекта от сбытовой деятельности при ее оптимизации. Одним из подходов к оптимизации сбытовой сети является подход, в основе которого находится оценка скорости сбытового (торгового) оборота и рентабельности формируемой сети.

Торговый оборот (выручка – ТО) формируемого канала складывается за счет продаж продукции, приобретенной по закупочной цене (ЦЗ): оптовым покупателем.

Вся поставляемая посредникам продукция не может быть реализована, ввиду необходимости поддерживать требуемый уровень запасов. Остатки продукции на складах (Q_1) посредников уменьшают общий оборот. Если поставка осуществляется непрерывно, то наличие таких остатков является обязательным условием работы сбытовой сети.

Величину реального оборота значительно сокращают перепродажи товаров. Это происходит за счет мультипликации налога на добавленную стоимость (НДС). Следовательно, если количество посредников в сбытовой сети – n , то коэффициент понижающей сбытовой оборот, будет равен: $(1 - \text{НДС})^n$.

Полный оборот сети составит:

$$\text{ТО} = \text{ЦП} - \text{Ц}_3 \cdot (1 - \text{НДС})^n + (Q - Q_1) \cdot \text{Ц}_n$$

Затраты сети сбыта складываются из затрат всех оптовых посредников.

$$\text{Зсб} = \text{Зсб}_1 + \text{Зсб}_2 + \dots + \text{Зсб}_n,$$

где $\text{Зсб}_{1,2,\dots,n}$ – сбытовые затраты привлекаемых посредников по уровням;

n – число привлекаемых посредников.

Товародвижение в сети сбыта часто занимает достаточно продолжительное время, поэтому необходимо учитывать инфляционное воздействие каналов сбыта при оценке прибыльности канала сбыта. Оборот и затраты на осуществление торговых операций подвержены разным темпам инфляции. Это связано с неравномерностью роста цен, с одной стороны, на потребляемые сырье, топливо, энергию, услуги, а с другой стороны – на реализуемую готовую продукцию. Следовательно, при определении реальной прибыли, получаемой в каналах сбыта, необходимо провести дифференцированную корректировку денежных потоков на средний темп инфляции оборота (a) и издержек (b).

Необходимо также учитывать налог на прибыль (H_p), проценты, выплачиваемые по товарам и другим видам кредитов (КР), и дебиторскую задолженность (D). Если предположить, что товар будет находиться в сбытовых каналах в течение времени до полного завершения оптовых (t') операций, то чистая прибыль (ЧПСб) сети реализации составит:

$$\text{ЧПСб} = \{[Q_1 \cdot (\text{Ц}_n - \text{Ц}_3) \cdot (1 - \sqrt{\text{НДС}})^n + (Q - Q_1)] (1 + a) - (1 + b)\} (1 - H_p) - \text{КР} + D,$$

Представленные соотношения позволяют рассчитать два основных показателя формируемой сбытовой сети – скорость (СО) и рентабельность сбыта $R_{\text{сб}}$:

$$\text{СО} = \text{ТО} / \text{Зсб}$$

$$R_{\text{сб}} = \text{ЧП} \cdot 100\% / \text{ТО}$$

Показатели рентабельности и скорости оборота связаны обратной зависимостью.

При увеличении скорости оборота уменьшается его рентабельность, и наоборот.

Оптовые продажи значительно снижают рентабельность, но увеличивают скорость оборота. Для того, чтобы оптимизировать отдачу торгового капитала, необходимо максимизировать величину, равную произведению скорости и рентабельности сбыта

$$C_{\text{сб}} \cdot R_{\text{сб}} = \text{ТО}/Z_{\text{сб}} \quad (\text{ЧП} \cdot 100\% / (\text{ТО})) = \text{ЧП} \cdot 100\% / (Z_{\text{сб}}) \rightarrow \Delta \text{TK max}$$

Одновременно повышение скорости сбыта и рентабельности оборота возможно только в редких случаях, в обычных условиях задача оптимизации каналов сбыта сводится к поиску такого сочетания $R_{\text{сб}}$ и $C_{\text{сб}}$, которое обеспечивает реализацию основных целей сбыта при максимально возможном значении отдачи капитала ТК.

Прилуцкий И.В.
НИАП «Стройэкономика» (Минск)

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСОМ

Одними из наиболее известных инструментов стратегического управления бизнесом является Balance ScoreCard (BSC) или Система Сбалансированных Показателей.

В основу BSC положено представление о том, что менеджеру для принятия эффективных решений требуется совокупность индикаторов, характеризующих работы основных ее частей. Основные вопросы, которые возникают на данном этапе обусловлены выбором показателей для отслеживания и установления их отбора.

Основной целью, на которую должны быть направлены усилия организации, является достижение желаемого будущего состояния организации через реализацию стратегии ее развития. Поэтому критерием отбора показателей является их взаимосвязь с процессом реализации стратегии развития организации.

Р. Каплан и Д. Нортон предложили рассматривать стратегическое развитие организации, как совокупность четырех основных направлений, по которым и определяются основные цели:

- финансы;
- взаимоотношения с клиентами;
- внутренние бизнес-процессы;
- обучение и карьерный рост.

Опираясь на предложенную классификацию показателей, Р. Каплан и Д. Нортон предлагают считать оптимальным общее количество в 20-25 показателей, распределенных по четырем направлениям BSC следующим образом:

- финансы – 5 показателей (22%)
- клиенты – 5 показателей (22%)
- внутренние процессы – от 8 до 10 показателей (34 %);
- обучение и развитие – 5 показателей (22%)

Первым этапом создания BSC в организации является декомпозиция ее целей, в результате чего получается дерево целей организации. При этом цели организации формируются сверху вниз, ниспадают каскадом: с уровня организации до уровня ее хозяйственного подразделения, со стратегического уровня на тактический. При этом для каждой цели определяется показатель, характеризующий степень ее достижения.

Указанная совокупность показателей еще не является Системой Сбалансированных Показателей. Чтобы получить Систему следует исключить противоречивость показателей и учесть их взаимосвязь, то есть произвести балансировку показателей. Причинно-следственные связи между показателями определяются для каждой организации индивидуально. Для оценки связи некоторых из них требуются дополнительные исследова-