

6. Третьяк, О. Сетевые формы межфирменной кооперации: подходы к объяснению феномена / О. Третьяк, М. Румянцева [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/151811.html>. — Дата доступа: 16.08.2008.
7. Ваш, М. Маркетинг отношений и сетевая экономика / М. Ваш // Проблемы теории и практики управления. — 2000. — № 2.
8. Третьяк, О. Сетевые формы межфирменной кооперации: подходы к объяснению феномена: комментарий к докладу / О. Третьяк, М. Румянцева [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/151811.html>. — Дата доступа: 16.08.2008.
9. Aoki, M. Communities and Markets in Economic Development / A. Masahiko, Y. Hayami [Electronic resource]. — Mode of access: <http://www.oxfordscholarship.com/oso/public/content/economicsfinance/9780199241019/toc.html>. — Data of access: 24.12.2008.
10. Netcraft Ltd. (ed) (2006) Web Server Survey 2006 [Electronic resource]. — Mode of access: [http://news.netcraft.com/archives/web\\_server\\_survey.html](http://news.netcraft.com/archives/web_server_survey.html). — Data of access: 14.09.2008.
11. Dahan, E. The virtual customer / E. Dahan, J.R. Hauser // J. of Product Innovation Management. — 2002. — № 19(5). — P. 323—353.
12. Hippel, E. Perspective: User toolkits for innovation / E. Hippel // J. of Product Innovation Management. — 2001. — № 18(4). — P. 247.
13. Hippel, E. Shifting innovation to users via toolkits / E. Hippel, R. Katz // Management Science. — 2002. — P. 1—13.
14. A.G. Lafley Co-author Book on Innovation: «The Game-Changer» Shows How Innovation Drives Sustainable Growth // Procter & Gamble [Electronic resource]. — Mode of access: [http://www.pg.com/news/lafley\\_innovation.shtml](http://www.pg.com/news/lafley_innovation.shtml). — Data of access: 17.10.2008.
15. Fisher-Buttinger, C. New media branding with online communities: Ph.D. Dissertation / C. Fisher-Buttinger. — University of Innsbruck, 2002.

**Н.В. Шутилина,**

кандидат экономических наук

## МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКЕ ПОТЕНЦИАЛА РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ

*Предложена методика оценки потенциала развития оптовой организации, в основе которой лежит комплексный анализ факторов развития организации, сочетающий в себе динамическую и структурную оценку показателей финансово-экономической, хозяйственной деятельности и экспертную оценку ее потенциала. Особенностью указанной методики является дополнительное включение в набор критериев обобщающих показателей: торгово-производственного, маркетингового, финансового, социально-экономического, инвестиционного потенциалов, что повышает качество оценки каждого из параметров и обоснованность принимаемых решений о направлениях развития оптовой организации.*

*Приведены результаты апробации указанной методики в оптовой организации ОАО «Белхозторг» (г. Минск).*

### Основная часть

Трансформационные процессы, происходящие в экономике Республики Беларусь, затрагивают все стадии воспроизводства, включая сферу товарного обращения, в том числе и более узкую его область — оптовое распределение. Структурные сдвиги, наблюдаемые в данном секторе национальной экономики, свидетельствуют о существенных

изменениях традиционной роли и классических функций отдельных оптовых организаций и всей оптовой торговли в целом.

Признавая несомненную важность проведенных в данной области исследований [1—3], необходимо отметить, что вопросы комплексной оценки состояния и перспектив развития оптовых организаций, а также оценки выполняемых ими функций, спроса на предоставляемые услуги остаются недостаточно изученными. В свою очередь недостаточная проработка методического инструментария не позволяет менеджменту оптовых организаций и специалистам отраслевых органов управления формировать обоснованную стратегию развития оптовой торговли в условиях возрастающей конкуренции со стороны распределительных сетей производителей и зарубежного торгового капитала.

Таким образом, возникает необходимость разработки методических подходов к оценке степени использования потенциальных возможностей оптовых организаций, выявлению предпочтений потребителей услуг оптовых фирм относительно ключевых факторов обслуживания.

В рамках настоящей статьи предлагается к рассмотрению *методика оценки потенциала развития оптовой организации*, в основе которой лежит комплексный анализ факторов развития организации, сочетающий в себе динамическую и структурную оценку показателей финансово-экономической, хозяйственной деятельности и экспертную оценку ее потенциала. Особенностью указанной методики является дополнительное включение в набор критериев обобщающих показателей — торгово-производственного, маркетингового, финансового, социально-экономического, инвестиционного потенциалов, что повышает качество оценки каждого из параметров и обоснованность принимаемых решений о направлениях развития оптовой организации.

Последовательность (алгоритм) выполнения процедур проведения комплексной оценки для принятия решения о направлениях развития организации оптовой торговли представлена на рис. 1.

Для экспертной оценки торгово-производственного, маркетингового, финансового, инвестиционного и социально-экономического потенциалов предварительно была осуществлена группировка факторов, их определяющих, и составлен опросный лист. Перечень факторов, подлежащих оценке, включает в себя группы показателей, представленные в табл. 1.

Экспертиза проводится в несколько этапов. На первом этапе экспертам предлагается дать оценку текущего состояния фактора внутри группы, а также интегральную оценку данной группы факторов по критериальным параметрам на основе использования 10-балльной шкалы (1 — наименее благоприятные, 10 — максимально благоприятные условия для организации по данному фактору развития).

На втором этапе после статистической оценки согласованности мнений экспертов (на основе коэффициента конкордации) определяется значимость групп факторов в обеспечении развития данного объекта.

На третьем этапе устанавливается степень реализации потенциала оптовой организации путем вычисления среднего ( $I$ ) и средневзвешенного ( $I'$ ) результирующих индексов по формулам:

$$I = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{\bar{O}_i}{O_{\max}}, \quad (1)$$

где  $\bar{O}_i$  — фактическая средняя оценка каждой группы факторов;  $O_{\max}$  — максимальная оценка по данной группе факторов;  $n$  — число групп факторов, подлежащих оценке.

$$I' = \sum_{i=1}^n K_i \frac{\bar{O}_i}{O_{\max}}, \quad (2)$$

где  $K_i$  — вес группы факторов,  $\sum K_i = 1$ .



Рис. 1. Алгоритм комплексной оценки состояния и перспектив развития организации оптовой торговли

Таблица 1. Группировка показателей, используемых для оценки потенциала организации

| Оцениваемый потенциал    | Фактор (показатель) оценки  |
|--------------------------|---|
| 1                        | 2   |
| Торгово-производственный | Широта предоставляемых услуг поставщикам  |
|                          | Широта предоставляемых услуг потребителям   |
|                          | Динамика валовых доходов за последние 5 лет   |
|                          | Использование площадей и оборудования под основную деятельность                           |
|                          | Уровень используемых технологий обработки товарных и информационных потоков в организации |
|                          | Качество (уровень) обслуживания покупателей   |
| Маркетинговый            | Емкость рынка   |
|                          | Географический охват рынка  |
|                          | Товарный (ассортиментный) охват рынка   |
|                          | Конкурентные позиции организации  |
|                          | Уровень информационного обеспечения деятельности организации                              |
|                          | Спрос на реализуемые товарные группы  |
|                          | Спрос на оказываемые услуги   |

| 1                       | 2   |
|-------------------------|---|
| Финансовый              | Рентабельность капитала   |
|                         | Рентабельность продаж   |
|                         | Доля заемного капитала  |
|                         | Платежеспособность  |
|                         | Финансовая устойчивость организации                                     |
| Социально-экономический | Уровень оплаты труда  |
|                         | Степень заинтересованности менеджмента в результатах работы организации |
|                         | Квалификация высшего и среднего руководящего звена                      |
| Инвестиционный          | Наличие и возможности концентрации собственных источников инвестиций    |
|                         | Доступ к кредитным ресурсам   |
|                         | Возможность привлечения централизованных инвестиций                     |

Далее проводится качественный анализ показателей финансово-экономической и хозяйственной деятельности организации с учетом полученных в ходе экспертного исследования оценок. Такой подход дает возможность повысить обоснованность принимаемых решений о направлениях ее развития.

Предложенная методика апробирована в оптовой организации ОАО «Белхозторг» (г. Минск). В качестве экспертов были опрошены руководители высшего и среднего звена управления данной организации. Количество экспертов составило 15 человек.

На первом этапе им было предложено оценить потенциал организации по заранее сформулированным критериям. При статистической оценке наблюдалась достаточно высокая степень согласованности мнений экспертов по предложенной совокупности вопросов — коэффициент конкордации (Кенделла) составил 0,59 при 5 % уровне значимости. В то же время степень несогласованности мнений при оценке отдельных параметров позволила сделать вывод о различном понимании ситуации руководителями разного уровня.

Наибольший разброс оценок наблюдается при оценке инвестиционного потенциала организации (разброс оценок от 4 до 7 при средней оценке 5,47 и стандартном отклонении 0,99, а для внутригрупповых факторов стандартное отклонение достигает 1,30), а также финансового потенциала (разброс оценок от 4 до 6 при средней оценке 5,47 и отклонении 0,64). При этом обобщенные оценки торгового и маркетингового потенциалов более стабильны и одновременно более высоки — средние 5,87 и 5,67 балла соответственно при отклонениях 0,35 и 0,49.

Наиболее высоко эксперты оценили состояние социально-экономического потенциала — 6,27 балла, наименее низко — инвестиционный и финансовый потенциал — 5,47 балла. Среди отдельных факторов, обеспечивающих текущий потенциал развития организации, наиболее высокая оценка у такого фактора, как «Квалификация высшего и среднего руководящего звена» — 6,73; наименее низкая — у факторов «Спрос на реализуемые товарные группы» — 3,33 и «Конкурентные позиции организации» — 3,80. При этом никакой другой фактор, кроме указанных, не получил оценки ниже 4,0.

Существует определенная рассогласованность внутригрупповых усредненных оценок и средних оценок по группе в целом (табл. 2). Это свидетельствует о том, что значимость каждого из факторов, вошедших в группу, разными экспертами оценивается по-разному.

Таблица 2. Средние по группе и усредненные внутригрупповые оценки факторов

| Фактор                             | Средние экспертные оценки по группе | Усредненные внутригрупповые оценки |
|------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|
| Торгово-производственный потенциал | 5,87                                | 5,33                               |
| Маркетинговый потенциал            | 5,67                                | 5,06                               |
| Финансовый потенциал               | 5,47                                | 5,49                               |
| Социально-экономический потенциал  | 6,27                                | 6,47                               |
| Инвестиционный потенциал           | 5,47                                | 5,40                               |

На втором этапе необходимо выявить вес каждой группы факторов (потенциалов) в общей оценке. Вес группы факторов предлагается определять с использованием метода расстановки приоритетов на основе принципа парных сравнений. Для предварительного согласования мнений экспертов относительно приоритетов (весов) факторов использована процедура «метода «Дельфи», в результате чего была получена матрица парных сравнений оцениваемых групп факторов, а затем рассчитаны весовые коэффициенты и ранги (табл. 3).

Таблица 3. Матрица парных сравнений факторов развития ОАО «Белхозторг»

| Фактор                             | Торгово-производственный потенциал | Маркетинговый потенциал | Финансовый потенциал | Социально-экономический потенциал | Инвестиционный потенциал | Сумма | Вес и ранг |
|------------------------------------|------------------------------------|-------------------------|----------------------|-----------------------------------|--------------------------|-------|------------|
| Торгово-производственный потенциал | ***                                | 1,5                     | 1,5                  | 1,5                               | 1                        | 6,50  | 0,268 (1)  |
| Маркетинговый потенциал            |                                    | ***                     | 1,5                  | 1,5                               | 1                        | 5,50  | 0,216 (3)  |
| Финансовый потенциал               |                                    |                         | ***                  | 1,5                               | 0,5                      | 4,00  | 0,150 (4)  |
| Социально-экономический потенциал  |                                    |                         |                      | ***                               | 0,5                      | 3,00  | 0,121 (5)  |
| Инвестиционный потенциал           |                                    |                         |                      |                                   | ***                      | 6,00  | 0,245 (2)  |

Результирующий индекс для ОАО «Белхозторг», рассчитанный по формуле (1), составил 0,575. Индекс, скорректированный на вес групп факторов по формуле (2), составил 0,571.

Таким образом, для данной организации средний и средневзвешенный индексы практически совпадают, а степень реализации потенциала развития указанной организации составляет, по мнению экспертов, 57,1 %.

На следующем этапе полученные в ходе экспертного исследования оценки необходимо сопоставить с фактическими данными, характеризующими потенциал организации. В частности, целесообразно оценить динамику валовых доходов организации за ряд последних лет. В 2002—2007 гг. ее доходность стабилизировалась на уровне 25—30 % к товарообороту, увеличившись по сравнению с 1992 г. более чем в 5 раз. Идентичная ситуация и с уровнем издержек. Рост указанных показателей может быть объяснен, во-первых, изменением структуры реализации и источников доходов организации, а также возрастанием удельного веса доходов от аренды и розничной реализации, имеющих бо-

лее высокую доходную ставку, чем оптовая реализация; во-вторых, несовершенством методики расчета валовых доходов и издержек обращения в большинстве организаций сферы обращения, когда в расчет принимаются доходы и издержки, не имеющие прямого отношения к процессу товарооборота (аренда, услуги и т.п.). Тем не менее тенденция изменения уровня валовых доходов имеет положительную динамику, что согласуется с экспертной оценкой — 6,27 балла.

Удельный вес доходов ОАО «Белхозторг» от оказания услуг за последние 10 лет не претерпел существенных изменений (рис. 2). Некоторую тенденцию к увеличению он имел в течение 1995—2002 гг., однако в последующие 3 года наблюдается уменьшение в пользу доходов от аренды. В силу этого экспертные оценки возможностей организации по оказанию услуг имеют разброс — 4,47 балла (для поставщиков) и 6,27 балла (для покупателей). Достаточно высокая экспертная оценка последнего показателя обусловлена тем, что большинство организаций, которым оказываются услуги по хранению и погрузке-разгрузке, одновременно являются арендаторами складских площадей и подъемно-транспортного оборудования, что затрудняет экспертизу.

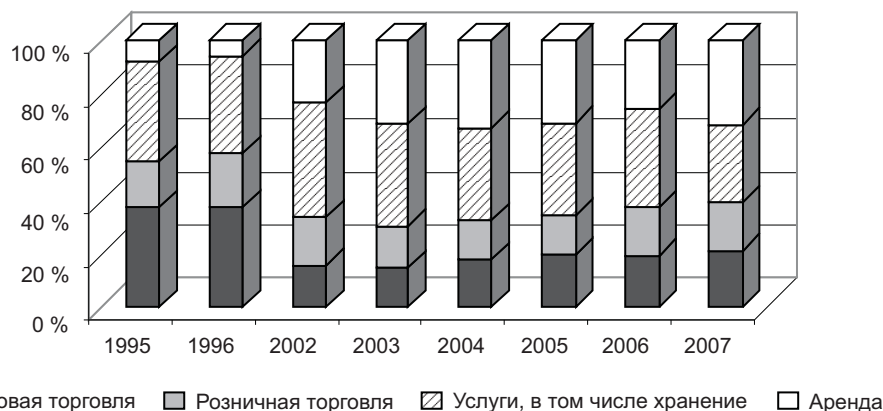


Рис. 2. Структура доходов ОАО «Белхозторг»

Что касается элементов маркетингового потенциала организации, то для его оценки целесообразно использовать следующие показатели. Изменение структуры отгрузки товаров по регионам за последние 13 лет свидетельствует о расширении географического охвата рынка, в первую очередь за счет перераспределения продаж между Минской областью и другими областями Республики Беларусь. Изменилась также и структура заключенных договоров с покупателями. Помимо увеличения их количества (в 3 раза: с 253 — в 1994 г. до 771 — в 2007 г.) сравнение со структурой отгрузки и динамикой товарооборота в сопоставимых ценах показывает, что освоение новых региональных рынков происходит при относительном уменьшении «нагрузки» на один договор, фактически означающем увеличение транзакционных издержек. Последнее особенно характерно для договоров с потребителями из других областей.

Общая оценка маркетингового потенциала — 5,67 балла, в том числе показателей «Географический охват рынка» — 4,47, «Товарный охват рынка» — 5,33 (реальная глубина ассортимента составляет около 1,5 тыс. позиций). На наш взгляд, экспертные оценки в данном случае являются заниженными, и позиции организации выглядят более предпочтительно, чем у основных конкурентов.

Финансовый потенциал ОАО «Белхозторг» характеризуется следующими показателями. Рентабельность продаж в долгосрочной ретроспективе не имеет ярко выраженной

тенденции. Период с 1992 по 1999 г. характеризуется неустойчивыми макроэкономическими параметрами развития национальной экономики, в первую очередь высоким уровнем инфляции, колебаниями валютных курсов. Поэтому показатели рентабельности в среднегодовом исчислении достоверно не отражают финансовое состояние организации в указанный период. В 2000—2003 гг. наблюдался достаточно устойчивый рост рентабельности — до 6 %, который способствовал укреплению финансового потенциала организации. Последние 5 лет характеризуются снижением и дальнейшей стабилизацией показателя на уровне 4 %.

Финансовая устойчивость торговой организации и ее способность функционировать в режиме полного цикла обслуживания в первую очередь определяются показателем обеспеченности собственными оборотными средствами, динамика которого свидетельствует о некотором росте финансовых возможностей ОАО «Белхозторг». Кроме того, соотношение дебиторской и кредиторской задолженности в последние годы составляет примерно 1 : 3, а доля выплаченных процентов по банковским кредитам в издержках уменьшилась с 53 % — в 1995 г. до 2,9 % — в 2007 г., что указывает на достаточно эффективное управление задолженностью организации.

В то же время экспертная оценка финансового потенциала составляет 5,47 балла (одна из самых низких наряду с оценкой инвестиционного потенциала), что свидетельствует о неуверенности менеджмента организации в сохранении положительной динамики финансовых показателей.

Инвестиционный потенциал ОАО «Белхозторг» косвенно характеризуют следующие показатели. Согласно учредительным документам общества, удельный вес отчислений из чистой прибыли в фонд накопления составляет 40 %, из них 30 % — на пополнение оборотных средств и лишь 10 % формируют инвестиционный ресурс организации. В частности, чистая прибыль по итогам 2007 г. составила 495 млн р., таким образом, собственный источник инвестиций — около 50 млн р. в год, включая накопленную амортизацию. К инвестиционным кредитам банков организация практически не прибегает. Располагаемый объем инвестиционных ресурсов нельзя признать достаточным, поскольку он не позволяет поддерживать расширенное воспроизводство, обновление технологий и основных фондов. На наш взгляд, невысокие инвестиционные возможности являются одной из причин, по которым организация не развивает полный комплекс обслуживания, а сосредоточивает усилия на поддержании в рабочем состоянии складских зданий и сооружений, а также средств коммуникаций и обработки данных.

### Заключение

Таким образом, предлагаемая методика оценки потенциала развития оптовой организации с использованием многокритериальных оценок позволяет оценить степень реализации ее возможностей в функциональных областях деятельности и обосновать направления трансформации ее функций.

Использование разработанной методики для оценки потенциала и формирования приоритетов развития ОАО «Белхозторг» позволило установить следующее:

- средний и средневзвешенный результирующие индексы практически совпадают (0,575 и 0,571 соответственно); степень реализации потенциала развития указанной организации составляет, по мнению экспертов, 57,1 %;
- экспертные оценки текущего состояния ОАО «Белхозторг», данные высшим и средним руководящим звеном организации, в целом подтверждаются основными показателями финансово-хозяйственной деятельности. Некоторое исключение из общего ряда составляет оценка маркетингового потенциала, которая, на наш взгляд, несколько занижена экспертами;

- наиболее развитыми являются социально-экономический и торгово-производственный потенциалы организации, где она обладает наибольшими конкурентными преимуществами. Наименее конкурентоспособна организация в финансовой и инвестиционной сферах деятельности. При этом располагаемый инвестиционный потенциал не позволяет развивать полный цикл обслуживания, вынуждая организацию сосредоточиться на выполнении отдельных функций и предоставлении ограниченного перечня услуг;

- дальнейшая функциональная трансформация может происходить в следующих направлениях: расширение сервисных, информационно-маркетинговых, управленческо-консультативных функций, функций поддержки продаж и формирование на этой основе востребованного региональным потребителем комплекса торговых услуг; сужение функций до обслуживания материальных и информационных потоков, развитие логистического сервиса, что требует наличия значительных инвестиционных ресурсов.

### Л и т е р а т у р а

1. Программа развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2006—2010 годы: утв. постановлением Совета Министров Респ. Беларусь, 27 июля 2006 г., № 941. — Минск: М-во торговли Респ. Беларусь, 2006.

2. *Леонова, Ю.Г.* Оценка экономической эффективности оптового торгового предприятия на основе удовлетворенности потребителей / Ю.Г. Леонова // Экон. анализ: теория и практика. — 2004. — № 1. — С. 69—76.

3. *Матанцев, А.Н.* Способы определения эффективности сервиса для оптовых и розничных продаж / А.Н. Матанцев // Управление продажами. — 2002. — № 4. — С. 30—37.

**Я.С. Яскевич,**

доктор философских наук, профессор

## ИННОВАЦИОННЫЕ ПОВОРОТЫ ОБЩЕСТВЕННОЙ МОРАЛИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ<sup>1</sup>

*В статье выявляются специфика и динамика общественной морали. Показывается, что в классическую эпоху мораль носила неинституциональный характер регуляции поведения индивидов. В современном же обществе формируется своего рода социальный заказ на разработку регулятивов общественной морали и нравственных норм в самых различных областях: политике, экономике, культуре, науке. Появляются новые институты морали — этические комитеты по этике и биоэтике, комиссии по экологии, этической оценке научных проектов и т.д., задающие нравственные нормы поведения и принятия решений в обществе.*

### Предисловие

В контексте постмодерна и современных глобальных процессов в экономике, политике, науке, культуре актуализируется проблема общественной морали, сопровождающаяся кризисом нравственных стереотипов и стандартов классической эпохи, переосмыслением ее оснований, моральных установок отдельных индивидов и феноменов культуры, механизмов национальной самоидентификации. Возникает потребность в институционализации общественной морали, появляются новые институты морали — эти-

<sup>1</sup> Работа выполнена при поддержке БРФФИ. Проект № Г06Р-001.