В. Н.Курочкин

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Монография

Ростов-на-Дону
2014

УДК 336.61 (075.32)
ББК 65.053я723

Печатается по решению кафедры учетно-статистических Ростовского института (филиала) ФГБОУ ВПО «Российский торгово-экономический университет» (протокол № 1 от 30.08.2013 г.)

Рецензенты:
доктор экономических наук, профессор В.Ф. Бирман
доктор экономических наук, профессор Б.Ю. Сербиновский

Курочкин В.Н.

Экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций: монография. – Ростов-на-Дону: Дониздат, 2014.. – 184 с.:илл.

В монографии рассмотрены анализ и оценка хозяйственной деятельности коммерческих организаций в условиях транзитивной экономики Российской Федерации. Использование комплексного анализа хозяйственной деятельности коммерческой организации создает реальные предпосылки для управления отдельными показателями.

С целью исследования и уточнения существующих теоретических методик по анализу и оценки хозяйственной деятельности организации, разработки мероприятий и практических рекомендаций по оптимизации финансовых результатов, , при выполнении монографического исследования были использованы методы сравнения, группировки информации, табличного представления аналитических данных, систематизации и классификации, графического отображения информации.

Научная новизна монографического исследования состоит в уточнении концептуальных основ оценки и анализа деятельности коммерческих организации, создающих условия повышения результативности.

Материалы монографического исследования могут быть использованы в качестве теоретической и методической базы принятия рациональных управленческих решений. Результаты, полученные в результате данного монографического исследования, могут быть использованы для анализа и оценки деятельности коммерческой организации и обучении руководителей, студентов, бакалавров, магистров.

Монография рассчитана на специалистов коммерческих организаций, аспирантов НИИ и ВУЗов, бакалавров и магистров.

ISBN

© Курочкин В.Н., 2014.
© ФГОУ ВПО АЧГАА, 2014.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 4
1 Научные школы России и зарубежья 8
1.1 Российская школа экономического анализа 8
1.2 Зарубежная научная школа «бизнес-анализа» 25
2 Предпосылки анализа деятельности 41
коммерческих организаций 41
2.1 Торговые фирмы и анализ их хозяйственной деятельности 41
2.2 Теория анализа товародвижения 68
2.3 Анализ функций торговой деятельности 89
3 Результаты исследований теоретических и методических 99
аспектов экономического анализа хозяйственной 99
деятельности коммерческих организаций 99
3.1 Проблемы системного подхода и системного анализа 99
3.2 Анализ экономического механизма функционирования 116
3.3 Анализ результативности хозяйственной деятельности фирмы 132
3.4 Совершенствование методики анализа и оценки 145
финансового положения коммерческой организации 145
3.5 Анализ и оценка ликвидности бухгалтерского баланса 157
коммерческой организации 157

ВВЕДЕНИЕ

Необходимое условие успешного управления коммерческой организацией - оценка и анализ его хозяйственной деятельности, которая характеризуется совокупностью показателей, отражающих процесс формирования и использования финансовых средств. Финансово-хозяйственную эффективность работы коммерческой организации отражают:

- обеспеченность собственными оборотными средствами и их сохранность;
- состояние нормируемых запасов товарно-материальных ценностей;
- состояние и динамика дебиторской и кредиторской задолженности;
- оборачиваемость оборотных средств;
- материальное обеспечение банковских кредитов;
- платежеспособность.

Основная цель анализа – выявление и оценка тенденций развития финансовых процессов коммерческой организации. Менеджеру эта информация необходима для разработки адекватных управленческих решений по снижению риска и повышению доходности финансово-экономической деятельности коммерческой организации инвестору – для решения вопроса целесообразности инвестирования, банкам – для определения условий кредитования фирмы.

В процессе управления хозяйственной деятельностью коммерческой организации возрастает значение оценки и анализа финансовой деятельности, точной и полной оценки экономического положения и целесообразности осуществления капиталовложений. Решение проблемы оценки и анализа деятельности коммерческой организации в условиях транзитивной экономики заключается в том, что анализ и оценка финансово-хозяйственной деятельности организации состоит не только в том, чтобы дать оценку выполнения планов и установить достигнутые при этом результаты, но и в том, чтобы выявить внутренние резервы и отыскать пути их реализации.

В рыночной экономике финансово-хозяйственное состояние коммерче-

ской организации отражает конечные результаты деятельности, которые интересуют собственников (акционеров) фирмы, её деловых партнеров, налоговые органы. Поэтому оценка финансово-хозяйственного состояния – непременный элемент как финансового менеджмента на предприятии, так и его экономических взаимоотношений с партнерами, финансово-кредитной системой. Это предопределяет важность проведения анализа хозяйственного состояния коммерческой организации и повышает роль анализа в экономическом процессе.

Устойчивое финансово-хозяйственное положение коммерческой организации зависит, прежде всего, от улучшения таких качественных показателей, как – производительность труда, рентабельность производства, фондоотдача, а также выполнение плана по прибыли. Рациональному размещению средств коммерческой организации способствует правильная организация материально-технического обеспечения производства, оперативная деятельность по ускорению денежного оборота.

Управление организацией на основе анализа финансовой деятельности возможно, если её руководство реально знает свои возможности, что реально лишь после анализа и оценки производственно-хозяйственной деятельности, поскольку с его помощью обосновываются планы и управленческие решения, выявляются резервы повышения эффективности производства и, как следствие, вырабатывается стратегия и тактика развития организации.

Эффективный комплексный анализ и оценка финансово-хозяйственной деятельности лежит в основе принятия рациональных финансовых решений, поэтому исследуемая тематика является чрезвычайно актуальной и имеет большую практическую значимость. Такое положение формирует широкое поле деятельности для специалистов в области анализа, планирования, прогнозирования любых, в том числе и финансовых, управленческих решений.

Проблема управления хозяйственной, в т.ч. финансовой, деятельностью коммерческой организации проявилась в конце 90-х годов, когда предприятия стали осуществлять свою деятельность на принципах рыночной экономики. Значимость данной проблемы обусловлена тем, что финансовая деятельность

является основой всей хозяйственной деятельности предприятия. Деятельность каждого хозяйствующего субъекта является предметом внимания широкого круга участников рыночных отношений, которые заинтересованы в результатах его работы. Основным инструментом для этого служит финансовый анализ, при помощи которого можно объективно оценить финансовое положение анализируемого предприятия и по его результатам принять обоснованное решение.

Для выявления глубинных причин изменения финансового положения необходимо изучить многочисленные показатели, характеризующие все стороны деятельности предприятия: организацию, реализацию, финансовые операции, движение денежных потоков и т.п. Применение многостороннего комплексного анализа финансового состояния коммерческой организации создает реальные предпосылки для управления отдельными показателями, и соответственно, для усиления их воздействия на улучшение финансового климата.

Финансовую деятельность коммерческой организации рассматривают с позиций краткосрочной долгосрочной перспектив, поэтому критерии ее оценки могут быть различны. Состояние финансов предприятия характеризуется размещением его средств и источников их формирования. Финансовую эффективность работы предприятия отражают: обеспеченность собственными оборотными средствами и их сохранность, состояние и динамика дебиторской и кредиторской задолженности, оборачиваемость оборотных средств, материальное обеспечение банковских кредитов, платежеспособность.

Проблема анализа финансово-экономического состояния предприятия рассмотрена многими современными учеными и экономистами, на эту тему написан ряд книг и учебных пособий. Например, в учебном пособии «Торговое дело: экономика и организация» под редакцией авторского коллектива кафедры торгового дела и логистики Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова [17, с.37] рассматриваются вопросы, связанные с экономикой и организацией хозяйственной деятельности торговых предприятий в условиях формирования рыночных отношений, уделено внимание изучению экономического содержания, методов анализа и оценки состояния основных показателей работы

предприятий розничной торговли: товарооборота, товарных запасов, издержек обращения, валового дохода и др.

Предмет монографического исследования – хозяйственная деятельность коммерческой организации.

При выполнении монографического исследования были использованы методы сравнения, группировки информации, табличного представления аналитических данных, систематизации и классификации, графического отображения информации.

Источниками информации послужили нормативно правовые документы по исследуемой проблеме, финансовая и бухгалтерская отчетность.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в уточнении концептуальных основ оценки и анализа финансовой деятельности коммерческой организации на основе управленческого учета, ориентированного на повышение эффективности финансовой стратегии коммерческого предприятия.

Результаты, полученные в результате данного монографического исследования, могут быть использованы для анализа и оценки деятельности коммерческой организации и обучении руководителей, студентов, бакалавров, магистров.

1 НАУЧНЫЕ ШКОЛЫ РОССИИ И ЗАРУБЕЖЬЯ

1.1 Российская школа экономического анализа

Появление науки об экономическом анализе хозяйственной деятельности было обусловлено внешними экономическими и социальными обстоятельствами, которые были факторами, определившими её возникновение и развитие, ее структуру и особенности, направленность развития.

Первые публикации по экономическому анализу хозяйственной деятельности появились в царской России, на рубеже девятнадцатого и двадцатого веков. Это был период развития балансоведения, опубликованные работы были посвящены анализу баланса и имели соответствующую методологическую направленность, что позволяет принять их и за начало развития дисциплины «Анализ хозяйственной деятельности».

Возникла практическая необходимость выделения анализа хозяйственной деятельности самостоятельную отрасль науки, и в 30-е годы дисциплина «Анализ хозяйственной деятельности» была введена в программы вузов СССР, тогда же были изданы учебники и пособия, авторами которых были Н.Р. Вейцман, С.К. Татур, М.И. Баканов и др.

Следовательно, в 30-е годы произошло становление дисциплины «Анализ хозяйственной деятельности» как науки, и он стал широко применяться на практике для комплексного и системного изучения экономики предприятий и поиска резервов увеличения производства продукции.

Автор популярного учебника по анализу хозяйственной деятельности Г.В. Савицкая отмечает, что экономический анализ хозяйственной деятельности сформировался в результате дифференциации общественных наук, и если в начале двадцатого века функции экономического анализа рассматривались в рамках существовавших в то время научных дисциплин (балансоведение, бухгалтерский учет, финансы, статистика), в рамках которых наук появились первые способы аналитического исследования. С развитием соци-

алистической системы хозяйствования он не только получил распространение при обосновании текущих и пятилетних планов экономического и социального развития и удовлетворял потребность в комплексном исследовании деятельности предприятий и отраслей, но и стал «важным средством планового управления экономикой предприятия, выявления резервов повышения эффективности производства».

В научно-исследовательских институтах и ВУЗах СССР стали развиваться методы экономического анализа, параллельно решались практические задачи комплексного аналитического исследования закономерностей производства продукции, разработки и обоснования планов, управленческих решений по стратегическим вопросам развития отраслей. Таким образом, теория и практика экономического анализа взаимно дополняли друг друга и развивались во взаимосвязи: разработка теоретических вопросов науки сопровождалась практическим использованием разработанных теорий.

За предвоенные годы по вопросам экономического анализа было издано около трехсот книг и примерно шестьсот научных статей. [1]

Во время второй мировой войны вопросы перестройки бухгалтерского учета, контроля и анализа хозяйственной деятельности применительно к запросам военного времени нашли отражение в трудах Н.Р. Вейцмана, С.К. Татура, М.И. Баканова и других авторов.

Послевоенное время – это период разработки теоретических вопросов экономического анализа, который в это время внедряется в практику управления хозяйством на уровне как предприятия, так и на уровне отраслей. Последовательно развиваются такие направления методологии экономического анализа, как : сравнительный, технико-экономический, оперативный, экономико-математический, функционально-стоимостный и т.д. Большой вклад в развитие методологии комплексного анализа хозяйственной деятельности внесли такие ученые-экономисты, как М.И. Баканов, А.Д. Шеремет, С.Б. Барнгольц, В.Ф. Палий, И.И. Поклад, П.И. Савичев, И.И. Каракоз, Е.В.

[1] Савицкая Г.В. АХД.

Долгополов, М.Ф. Дьячков, А.Ш. Маргулис, А.И. Муравьев, В.И. Самборский, Н.В. Дембинский, Г.М.Таций, Н.Г.Чумаченко, В.И. Стражев, С.Г. Овсянников, Н.А. Русак, Л.И. Кравченко, Б.И. Майданчик, Р.С. Сайфулин, А.Ф. Аксененко и другие. [2] В итоге экономический анализ превратился в теоретическую науку, имеющую прикладное значение. Это был период (1935 - 1964) формирования фундаментальных оснований экономического анализа. Ряд методик, созданных научными работниками, в последующее время используются в управлении производством на разных уровнях. Вместе с тем наука продолжает находиться в состоянии развития. Велись исследования в области более широкого применения математических методов, ЭВМ, позволяющих оптимизировать управленческие решения. Главная специфика экономического анализа того времени, - писал академик АН СССР Л.И. Абалкин, - заключается в том, что, исследуя производство, он был направлен на изучение не материальных средств производства и процесса труда как таковых, а на исследование выражаемых ими социально-экономических отношений.

Происходил процесс внедрения теоретических достижений отечественной и зарубежной науки в практику (1964 - 1990), в результате которого в 1990 г. завершился процесс становления теории и практики анализа хозяйственной деятельности применительно к плановой (командно-административной) системе хозяйствования.

В условиях командно-административной системы управления экономический анализ не находил достаточно широкого практического применения для управления предприятиями, так как задания и решения в виде планов исходили сверху, причем планы имели силу закона. В период с 1991 года в России по причине конкурентной борьбы предприятия все чаще обращаются к экономическому анализу для обоснования управленческих решений, совершенствования экономического механизма. Поэтому перспективы разви-

[2] Там же.

тия анализа хозяйственной деятельности во взаимосвязи как с развитием смежных наук, так и с запросами практики.

В экономическими реформами потребовались новые знания, которые развивались в рамках научного направления 08.00.12 по специальности - бухгалтерский учет, контроль и анализ хозяйственной деятельности.

В числе новых работ того времени можно отметить диссертацию Шакер Сами на тему; «Анализ хозяйственной деятельности подрядных организаций в условиях строительства объектов "под ключ", защищенную в г. Москва в 1993 г. Соискателем рассмотрены следующие вопросы технико-экономического анализа: повышение эффективности строительства за счет улучшения его организации; мировой опыт особенностей строительства "под ключ"; пути улучшения информационной базы анализа при сооружении объектов "под ключ"; экономическая система показателей сооружений» осуществляемых "под ключ"; аналитическая работа в ходе проектирования; анализ себестоимости строительства "под ключ" и анализ финансовых результатов. Автор пользовался еще советскими терминами: «процесс освоения капиталовложений», «личные средства граждан, а также иностранных юридических и физических лиц» и др., но исследование по сути – рыночное, и характеризует в определенной мере экономическое развитие страны. Соискатель отмечал: «Переход экономики к рыночным отношениям в России (как и в других странах СНГ) в то время сопровождался приватизацией, преобразованием государственных строительных и других организаций в акционерные и прочие негосударственные фирмы и корпорации. Шел процесс формирования бирж, банков и других элементов рыночной инфраструктуры, то есть происходила перестройка инвестиционной сферы в следующих направлениях: превращение капитальных вложений из централизованно распределяемого в платный и дефицитный воспроизводственный ресурс, появление, наряду с государством, других крупных инвесторов, широко использующих привлеченные кредитные ресурсы и экономически заинтересованных в быстрейшем осуществлении капитальных вложений на новой организационной и

технической основе, изменение ситуации, когда неоправданно большая часть национального дохода отвлекалась на объекты с низкой эффективностью, а также на дорогостоящие административные цели» сокращение размеров и доли средств» направляемых в военно-промышленный комплекс, приоритетное вложение средств в производство потребительских товаров, резкое расширение объектов социального назначения (коттеджей, индивидуальных жилых домов, гаражей, обустройства садовых участков) и формирование принципиально новых строительных программ». [3]

Время показало справедливость заключения Шакер Сами: «После того, как России удастся добиться уменьшения инфляции, повышения производительности труда в строительстве, ликвидации или существенного сокращения дефицита строительных материалов, некоторого роста объемов строительно-монтажных работ, можно ожидать прилива инвестиций от владельцев всех форм собственности, модификацию производственных мощностей фирм-контракторов и фирм-суб-контракторов, увеличения их прибыли. Это в конечном итоге снизит цены, расширит рынок строительных материалов и постепенно увеличит инвестиции, вызовет к жизни конкуренцию, включая такие формы как конкурсы и торги на право получения заказов от инвесторов».

В диссертационном исследовании на базе трудов по экономическому анализу М.И.Баканова, С.Б.Барнгольц, Л.А.Бобровой, Б.И.Майданчика, А.З.Тэйфа, А.Д.Шеремета, А.А.Френкеля, а также по проблемам строительства "под ключ" Л.И.Мазурина, В.Б.Остапенко, В.Н.Матюшина, Р.М.Меркина, Ю.Морандо, Я.А.Рекитара и Г.М.Соколова, путем применения методов сравнения, группировок, индексного, элиминирования и графический,

раскрыты взаимосвязи между повышением эффективности строительного производства и формами его организации;

[3] Шакер Сами. Анализ хозяйственной деятельности подрядных организаций в условиях строительства объектов "под ключ". Дисс…кандидат экономических наук. – Москва. – 200 с. (Код специальности ВАК: 08.00.12. Специальность: Бухгалтерский учет, контроль и анализ хозяйственной деятельности).

выявлены преимущества метода строительства "под ключ" по сравнению с другими формами организации строительства и обоснованы основы механизма функционирования "службы единого заказчика";

определены основы направления аналитических исследований деятельности предприятий» строящих "под ключ" в условиях перехода к рыночной экономике и сформулированы рекомендации, по выбору наиболее предпочтительных вариантов приватизации строительных организаций;

уточнена роль заказчика и подрядчика в процессе строительства в условиях рынка и разработан более глубокий анализ роли проектирования в определении затрат строительного комплекса» анализ расходов на проектно-изыскательские работы и их воздействие на себестоимость конечной строительной продукции;

определены особенности формирования производственных затрат на создание объектов "под ключ" и уточнена система показателей себестоимости продукции и предложена методика изучения их взаимосвязи;

охарактеризованы место и роль экономического анализа в системе управления себестоимостью конечной продукции в строительных организациях» строящих "под ключ";

разработана методика взаимосвязи между постоянными и переменными затратами» прибылью и объемом производства.

Методика» предложенная в работе» позволила дать объективную оценку факторов» оказывающих влияние на финансово-экономические показатели деятельности подрядных организаций.

Установлено, что методика анализа экономической деятельности подрядных строительных организаций и их структурных подразделений, строящих объекты "под ключ" касается проблем: во-первых, проектирования, которое независимо от способа строительства всегда является связующим звеном в инвестиционном цикле между наукой и производством. В проектных решениях закладываются основы будущей конкурентоспособности строительной продукции. В строительстве "под ключ" экономический анализ про-

ектирования должен обеспечить как точность стоимости строительства различных его этапов, так и уровень его качества и общей конкурентоспособности.

За рубежом в качестве основы принимается постулат, что степень точности смет на соответствующем этапе не должна превышать необходимую степень достоверности расчетов. Однако до сих пор в России и в Сирии процесс становления смет являлся излишне усложненным и далеко не точным. Мало используется метод аналогов» банки данных по уже выстроенным объектам» различные методы укрупненных оценок.

Традиционный анализ предполагает исследование фактической себестоимости выполненного собственными силами объема проектно-изыскательных работ в сопоставлении с их сметной себестоимостью (в целом и по отдельным статьям затрат). Характеристика динамики себестоимости проектной продукции дается при этом на основе сопоставления уровней затрат на I руб. сметной стоимости выполняемых работ.

Таким образом» продолжающая действовать ныне методика анализа ориентирована на изучение себестоимости не законченной и принятой заказчиком проектной продукции» а валового объема выполненных за период работ. Не выявляется при этом и взаимосвязь затрат проектирования с показателями себестоимости конечной строительной продукции. По мнению соискателя [4] указанные выше направления анализа целесообразно дополнить следующими:

анализ затрат на законченную и принятую заказчиками проектную продукцию в целом и по составляющим ее частям (по законченным и принятым заказчиками проектам и другим проектным работам* частям проектов» выполненных по договорам субподряда* по работам» выполненным по ав-

[4] Шакер Сами. Анализ хозяйственной деятельности подрядных организаций в условиях строительства объектов "под ключ". Дисс…кандидат экономических наук. – Москва. – 200 с. (Код специальности ВАК: 08.00.12. Специальность: Бухгалтерский учет, контроль и анализ хозяйственной деятельности).

торскому надзору* по заключенным контрактам с ' зарубежными странами для строительства в России» другим работам по отдельным договорам);

анализ затрат на незавершенное производство проектно-изыскательских работ;

анализ затрат на проектирование конкретных предприятий» очередей» пусковых комплексов и объектов;

анализ затрат проектирования в расчете на единицу производственной мощности проектируемых объектов;

анализ изменений себестоимости проектно-изыскательных работ за счет основных технико-экономических факторов;

аналитическое сопоставление затрат на проектирование и осуществление строительства по альтернативным вариантам проектов;

определение вклада проектных подразделений в снижение себестоимости строительной продукции;

аналитическое сопоставление динамики абсолютных и удельных показателей затрат на проектирование и экспертизу с показателями динамики себестоимости конечной строительной продукции.

В диссертации на основе принципов системного подхода разработана методика анализа зависимости обобщающих и частных показателей себестоимости в строительных организациях. При этом использована группировка затрат по экономическим элементам, позволяющая разграничивать издержки объединения по сферам деятельности входящих в его состав подразделений. Предложены способы анализа внутрисистемных факторов, связанных с изменениями в отраслевой структуре затрат и с динамикой их уровня в отдельных подразделениях, на обобщающие показатели себестоимости и финансовых результатов объединений.

Вопросы факторного анализа себестоимости на предприятиях строительного комплекса приобретают особое значение в связи с необходимостью сознательного управления снижением затрат. Факторами снижения себестоимости можно считать явления и процессы в экономической деятельности

подрядных организаций строительства, служащие причинами уменьшения их издержек производства.

Кроме технико-экономических факторов» учитываемых при планировании себестоимости» углубление экономического анализа требует исследования воздействия на уровень затрат и других факторов» производных от организационно-технических мероприятий по совершенствованию строительного производства. Важнейшим из таких факторов следует признать продолжительность строительства объектов. В соответствии с традиционной точкой зрения сокращение строительного цикла ведет лишь к снижению себестоимости за счет экономии на условно-постоянных расходах. Однако проведенное исследование показывает» что сокращение сроков строительства оказывает влияние и на размер переменных затрат, в диссертации предлагается методика анализа» позволяющая выявлять влияние фактора времени на всю совокупность затрат» включаемых в себестоимость конечной продукции объединений строительного комплекса.

При анализе экономических результатов деятельности предприятий» строящих "под ключ"» необходимо выявить два вида экономии -получаемой за счет рационализации проектных решений и обеспечиваемой в результате более экономного использования ресурсов отдельными подразделениями» участвующими в процессе строительства за счет внедрения соответствующих организационно-технических мероприятий. При этом оценка достигнутой экономии и связанных с этим финансовых результатов должна выявляться по каждому объекту в отдельности.[5]

В ГОУ ВПО «Академия народного хозяйства при Правительстве РФ» при научном консультировании д.э.н. профессора Волкова А.М. в 2007 г. соискателем С.В. Калединым была защищена докторская диссертация «Мето-

[5] Шакер Сами. Анализ хозяйственной деятельности подрядных организаций в условиях строительства объектов "под ключ". Дисс…кандидат экономических наук. – Москва. – 200 с. (Код специальности ВАК: 08.00.12. Специальность: Бухгалтерский учет, контроль и анализ хозяйственной деятельности).

дология и методы комплексной оценки финансово-экономической деятельности хозяйствующих субъектов», в которой исследованы проблемы:

Оценка и методы анализа финансовой состоятельности хозяйствующих субъектов в условиях рыночной экономики (научные подходы к оценке деятельности хозяйствующих субъектов, значение, задачи и информационное обеспечение классического подхода к оценке финансово-хозяйственной деятельности предприятия, проблемы использования бухгалтерского баланса как универсального инструмента для анализа деятельности хозяйствующих субъектов, методы оценки вероятности банкротства предприятий отечественными специалистами. Зарубежные методики определения состоятельности предприятий и анализ их адаптированности к российской экономике, методика определения вероятности банкротства хозяйствующих субъектов).

Оценка финансовых показателей деятельности предприятий (платежеспособность и финансовая устойчивость предприятий, анализ существующих показателей оценки финансового состояния предприятия и сравнительный анализ финансовых показателей предприятий с различной организационно-правовой структурой, отличительные особенности между оценкой финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующих субъектов и оценкой бизнеса, использование зарубежных аналогов к оценке бизнеса хозяйствующих субъектов в современной России).

Индексная и комплексная оценка инвестиционной привлекательности предприятия (интересы и приоритеты потенциальных инвесторов, комплексная оценка инвестиционной привлекательности компаний, индексные оценки отечественного фондового рынка).

Организация и финансирование инвестиций в Российской Федерации (сущность и содержание инвестиционной политики в Российской Федерации, методика расчета эффективности инвестиционных проектов, используемая коммерческими банками в Российской Федерации, инвестиционный климат в России и проблемы в осуществлении инвестиционных проектов).

Зарубежные финансовые организации на инвестиционном рынке современной России и условия реализации инвестиционных проектов проводимых Европейским Банком Реконструкции и Развития (принципы и правила предоставления кредитов и займов ЕБРР для частных инвесторов и рекомендации по ведению переговоров с западными кредитными учреждениями, проблемы привлечения иностранного капитала для инвестиционных проектов в РФ).

Актуальность исследования [6] определяется: *во-первых*, тем, что несмотря на беспрецедентный рост золото-валютных запасов государства, достигших объемов свыше 120,0 млрд.долл. США, резервного фонда Министерства финансов РФ, достигшего уровня более 70,0 млрд. долл. США, связанного, прежде всего с благоприятной конъюнктурой цен на нефть на мировых рынках, росте ВВП по итогам 2005 на уровне 6,7-6,8%, сложилась ситуация при которой отечественные предприятия по-прежнему остро нуждаются в инвестициях в свою экономику со стороны отечественных и западных инвесторов.

Такое положение связано, в том числе, и с тем, что отечественная экономическая наука отстает от хозяйственной практики в вопросах анализа и оценки финансово-хозяйственной деятельности отечественных компаний, особенно это касается вопросов прогнозирования вероятности банкротства наших предприятий. Используя устаревшие методики российских и зарубежных ученых-экономистов, эксперты и аналитики оценивают состояние большинства отечественных компаний как кризисное или, в лучшем случае, предкризисное, выставляя при этом рейтинговые оценки, ставящие под сомнение платежеспособность российских предприятий.

Во-вторых, несовершенство действующих методик анализа и оценки деятельности хозяйствующих субъектов проявляется и в том, что не менее

[6] Каледин С.В. Методология и методы комплексной оценки финансово-экономической деятельности хозяйствующих субъектов. Дисс… д.э.н. Научный консультант д.э.н., профессор ВОЛКОВ А.М. – Москва, 2007. – (08.00.10 «ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ»)

трех четвертей из них, по данным Союза промышленников и предпринимателей, попадают в категорию неустойчивых, неплатежеспособных. Это приводит к тому, что российские компании «отрезаются» от потенциальных инвестиционных потоков, попадают в ситуацию хронического недоинвестирования, тем самым российской экономике наносится значительный материальный ущерб. Дважды за последнее время проводились экономические форумы в г. Москве, посвящённые вопросам инвестирования отечественных компаний, что говорит о наболевшей и весьма актуальной проблеме.

В-третьих, современное представление о состоянии экономики в нашей стране в постприватизационный период на различных этапах её развития ставит перед учеными - экономистами ряд существенных вопросов относительно теоретических аспектов оценки деятельности хозяйствующих субъектов в российской экономике. Общеизвестно, что в настоящее время как в России, так и за рубежом при оценке финансово-экономического положения той или иной российской компании, не зависимо от того, кто проводит эту оценку - «внешний» или «внутренний» аналитик, используются теория и методики известных отечественных и зарубежных ученых А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин, Г.Г. Кадыков, Л.В. Донцова, Н.А. Никифорова, О.В. Ефимова, Э. Альтман, Р.Лис, Таффлер и др., основанные исключительно на строго ограниченном наборе коэффициентов, рассчитанных только на балансовых (отчетных) данных хозяйствующих субъектов и не до конца объективно учитывают реалии современной экономики. Поэтому, *в-четвертых*, для адекватной оценки деятельности и вероятности банкротства предприятий требуется новые, дополнительные источники информации для формирования новых, в дополнение к старым, исходных данных при разработке в последующем современных методик.

Удачное функционирование хозяйствующего субъекта, бесспорно, зависит от правильной начальной ориентации и благоприятных исходных условий его деятельности - обеспеченности материальными, финансовыми и трудовыми ресурсами. Однако значительную роль играет и то, как управля-

ется предприятие в условиях хозяйственных неожиданностей, инфляционных сюрпризов, жесткой конкуренции какие методы анализа используются. Управление осуществляется на основе различных форм и методов воздействия на объект управления, среди них приоритет имеют методы комплексного анализа хозяйственной деятельности. .

Исходя из этого, *в-пятых*, в настоящее время потребовалось критическое переосмысление существующих методик и разработка принципиально новой идеологии, которая заключается во включении в результирующие оценки деятельности и вероятности банкротства хозяйствующих субъектов политическую (внешнюю для оцениваемого субъекта) и социальную составляющие.

В работе «Развитие методов анализа и контроля хозяйственной деятельности автотранспортных предприятий» [7] отмечается, что в связи с проводимыми реформами в экономической, управленческой и организационно-правовых сферах изменились условия работы автотранспорта, поэтому ведомственным автотранспортным предприятиям (АТП) все сложнее выполнять свои функции. Управление АТП представляет собой систему, которая включает в себя прогнозирование, учет, контроль, анализ производственно-хозяйственной деятельности и принятие управленческих решений. В данной работе рассматривается [8] часть функций управляющей системы: контроль и анализ хозяйственной деятельности АТП.

Контроль и анализ взаимосвязаны между собой. Анализ является одним из методов документального контроля, который помогает составить план контрольных проверок, но в то же время, контрольными действиями определяется достоверность данных, используемых при анализе. Данные функции очень важны для управления, поскольку они обеспечивают сбор, систематизацию, осмысление и понимание информации.

[7] Развитие методов анализа и контроля хозяйственной деятельности автотранспортных предприятий
[8] Там же

Особенно важен контроль за движением материальных потоков, поскольку от их организации зависит результат деятельности автотранспортного предприятия. Управление материальным потоком требует сбора, обработки и передачи информации, что обеспечивают функции контроля и анализа.

В связи с новой Программой реформирования бухгалтерского учета, ориентированной на международные стандарты финансовой отчетности, пересматриваются формы первичных документов, ведомственные организации самостоятельно разрабатывают документы по организации контроля материально-производственных запасов, вводятся новые правила управления материальными ресурсами. При организации внутреннего контроля специалисты постоянно сталкиваются с тем, что методические разработки, созданные в 70-80-е годы, не полностью соответствуют современному состоянию экономики и нуждаются в обновлении, что не позволяет экспертам давать полную оценку использования материальных ресурсов.

Как правило, АТП оценку своей деятельности производят через систему экономических и технико-эксплуатационных показателей. Так, экономические показатели в денежном выражении измеряют затраты на производство, себестоимость продукции, расчеты за оказываемые транспортные услуги, а технические оценивают степень использования подвижного состава. Процесс познания требует всестороннего рассмотрения явлений в их изменении, с тем, чтобы в ходе исследования выявить основные причины, повлиявшие на результат показателей. Исследование причин изменения факторов как зависящих, так и независящих от производственно-хозяйственной деятельности, влияющих на результативные показатели, технико-экономический анализ не проводит, что не позволяет достичь получения полной и достоверной информации о работе предприятия. В работах отечественных авторов отмечается, что в современных условиях является очевидным необходимость исследования деятельности АТП с помощью комплекса усовершенствованных адаптивных методов и приемов экономического анализа, которые рассматривают предприятие как сложную систему, состоящую из множества подразделений, функций, работ, услуг.

усовершенствована методика контроля поступления, сохранности и использования материальных ценностей на автотранспортных предприятиях;

разработана методика анализа хозяйственной деятельности АТП на основе технических и экономических показателей с применением системного анализа логистических процессов;

разработан алгоритм управления материальными потоками по снабжению АТП и выполнению транспортных услуг, учитывающий особенности его функционирования;

предложена схема причинно-следственного комплекса проблемных ситуаций, возникающих при взаимодействии снабженческих, производственных (технических служб) звеньев, влияющих на выполнение транспортного процесса;

систематизированы факторы, влияющие на технические и экономические показатели по их возникновению на определенном этапе функционирования предприятия: снабжения, производства и сбыта.

Практическая значимость диссертационного исследования заключается в реальной возможности применения предлагаемых методов анализа и контроля внутренними контрольными службами и аудиторскими фирмами не только в автотранспортной, но и в других отраслях народного хозяйства. Использование разработанного алгоритма управления материальным потоком с результатами исследования причинно-следственного комплекса проблемных ситуаций, позволяют выявить негативные моменты в настоящее время и для прогноза их возникновения в будущем, что помогает предприятию наиболее эффективно воспользоваться своим потенциалом.

Методической и теоретической основой диссертационного исследования послужили работы по системному анализу, анализу производственно-хозяйственной деятельности, теории принятия решений, теории логистики, экономики и управлению транспортными предприятиями. Для целей анализа использовались инструкции, методические и справочные материалы, данные государственной статистики, а также данные производственно-хозяйственной

деятельности ведомственной организации «Управления механизацией и автомобильным транспортом» г. Саров.

В первой главе - «Исследование методов анализа и контроля производственно-хозяйственной деятельности автотранспортных предприятий» - приведены результаты анализа состояния автомобильного транспорта Российской Федерации и зарубежных стран, рассмотрены проблемы использования автотранспорта в России, исследованы основные методы анализа и контроля производственно-хозяйственной деятельности, применяемые на автотранспортных предприятиях, выявлены недостатки и обоснована необходимость их совершенствования.

Во второй главе — «Разработка и совершенствование методик анализа и контроля, необходимых для управления производственными процессами на автотранспортных предприятиях» - разработана методика анализа хозяйственной деятельности автотранспортных предприятий на основе технических и экономических показателей с применением системного анализа логистических процессов, усовершенствована методика контроля поступления, сохранности и использования материальных ценностей на автотранспортных предприятиях, разработан алгоритм управления материальным потоком, проведено исследование причинно-следственного комплекса проблемных ситуаций, возникающих на автотранспортных предприятиях.

В третьей главе - «Апробация разработанной методики анализа хозяйственной деятельности автотранспортного предприятия» - представлено применение разработанной методики анализа хозяйственной деятельности автотранспортного предприятия в ведомственной организации (Управление Механизации и Автомобильного Транспорта) г. Саров, выявлены проблемы, возникающие в работе данной организации, определены и систематизированы факторы, влияющие на технические и экономические показатели работы автотранспорта. На основании проведенного анализа предложены пути для повышения эффективности транспортного процесса на предприятии и дана предварительная оценка изменений в его работе.

В заключении подводятся итоги и делаются общие выводы по результатам проведенного исследования.

Важный этап развития науки «экономический анализ» - появление исследований на темы: «Финансовый анализ деятельности предприятия в условиях экономической нестабильности», «Анализ денежных потоков нефинансовый предприятий», «Анализ влияния инвестиций и инноваций на эффективность хозяйственной деятельности организаций», «Анализ влияния структуры оборотный активов на финансовый результат предприятий пищевой промышленности», «Анализ движения денежных средств и платежеспособности в сельскохозяйственных организациях», «Анализ движения капитала», «Анализ доходности деятельности открытых акционерных обществ», «Анализ затрат и контроль качества услуг аудиторской организации», «Анализ и контроль экономической эффективности инноваций в коммерческий организациях», «Анализ и оценка влияния государственной поддержки на финансовое состояние предприятий АПК», «Анализ и оценка дебиторской задолженности в условиях антикризисного управления», «Анализ и оценка платежеспособности организаций в процедуре банкротства», «Анализ и оценка рисков для принятия инвестиционных решений в сельском хозяйстве», «Анализ и оценка влияния государственной поддержки на финансовое состояние предприятий АПК», «Анализ и оценка платежеспособности организаций в процедуре банкротства», «Анализ и оценка факторов стоимости капитала коммерческий нефинансовый организаций», «Анализ и оценка эффективности использования собственного и заемного капитала», «Анализ кредитоспособности коммерческий организаций при краткосрочном кредитовании», «Анализ методологии Бухгалтерского Баланса», «Анализ оборотного капитала в организациях потребительской кооперации», «Анализ платежеспособности предприятия», «Анализ результативности функционирования хозяйственных систем на основе данных бухгалтерского учета», «Анализ рисков в сделках слияний и поглощений», «Анализ себестоимости и рентабельности продукции с учетом факторов конкурентоспособности и клиентоориентированности», «Анализ состояния и движения финансовых ресурсов в

организациях потребительской кооперации», «Анализ финансового положения предприятия (отечественный и зарубежный опыт)», «Анализ финансового состояния предприятия применительно к требованиям внешний и внутренних пользователей», «Анализ финансового состояния хозяйствующий субъектов», «Анализ финансового состояния хозяйствующий субъектов топливно-энергетического комплекса» и «Анализ финансовой устойчивости предприятий для прогнозирования кризисных ситуаций» и др.

Наибольшую группу составляют исследования финансовых сторон деятельности предприятий, в частности, финансового состояния и финансовой устойчивости.

1.2 Зарубежная научная школа «бизнес-анализа»

Как отмечалось выше, первая научная школа экономического анализа основана на балансоведении. В книге известного немецкого экономиста-бухгалтера, директора Института аудиторов Мюнстерского университета, профессора кафедры экономики, почетного профессора Венского университета Йорга Бетге, систематически изложено балансоведению – по словам указанного автора "вечно юная тема, волнующая людей на протяжении вот уже более 500 лет".[9]

В этом фундаментальном труде изложены все основные вопросы балансоведения, начиная с основ годовой финансовой отчетности.

Современное балансоведение включает такие разделы, как: финансовая отчетность и цели деятельности организации, теории отчетности, обзор правовых основ составления отчетности, цели учета и отчетности организации в соответствии с Торговым кодексом, принципы надлежащего бухгалтерского учета, основы инвентаризации, ведения документации и электронной обработки данных, инвентарная опись, организация бухгалтерского уче-

[9] Бетге Йорг. Балансоведение: Пер. с нем./Научный редактор В. Д. Новодворский; вступление А. С. Бакаева; прим. В. А. Верхова. – М.: Изд-во "Бухгалтерский учет", 2000. – 454 с. – Пер. изд.: Jrg Baetge. Bilanzen. – 4., berarbeitete Auflage. – Dsseldorf: IDW-Verlag GMBH, 1996.

та; финансовый учет с использованием ЭВМ; общие правила отражения и оценки статей в балансе; принципы и правила отражения хозяйственных операций в соответствии с Торговым кодексом (Германии); общие принципы и правила оценки, закрепленные в Торговом кодексе; отражение имущества в балансе; разграничение имущества и имущественных объектов; отражение имущественных объектов в балансе; оценка имущественных объектов; отражение имущества; отражение капитала в балансе; отражение обязательств, резервов и собственного капитала в балансе; особые статьи баланса и отношения ответственности; отражение в балансе особых статей; отражение отношений ответственности; отчет о прибылях и убытках; экономические основы исчисления финансового результата и их отражение в Торговом кодексе (Германии); формальная структура отчета о прибылях и убытках; содержательная структура отчета о прибылях и убытках; отчетность в пояснительной записке, её цель, содержание и структура; отчет исполнительного органа; цель и содержание отчета исполнительного органа.

Исходя из изложенного, можно сделать вывод о том, что балансоведение представляет собой синтез дисциплин «бухгалтерский учет», « управленческий учет», «финансовый и налоговый учет» и экономического анализа. Современный анализ хозяйственной деятельности в понимании западных исследователей – это анализ бизнес-процессов, или «бизнес-анализ».

Бизнес анализ – это наука [10] определения потребностей бизнеса и определения решения бизнес-проблем. Решения часто включают в себя компоненты системы развития, но может также состоять из совершенствования процессов, организационных изменений и стратегического планирования и разработки политики. Человека, который выполняет эту задачу, называют бизнес-аналитик (БА). [11] Тех БП, которые работают исключительно на разработке программных систем, можно назвать IT-бизнес-аналитиками, техническими аналитиками

[10] Кэтлин В Хасс, Ричард Вандер Хорст, Кими Ziemski. От аналитика до руководителя. Роль бизнес-аналитика. Принципы управления. - 2008. ISBN 1567262139 . p. 94.
[11] Бизнес-анализ . Свод знаний. MBA. - 2008. V. 1, 6.
http://www.theiiba.org/Content/NavigationMenu/Learning/BodyofKnowledge/Version16/BOKV1_6.pdf.

бизнеса, также есть интернет бизнес-аналитики и системные аналитики. Их сфера деятельности: методы бизнес-анализа , роль бизнес-анализа, бизнес-процесс улучшения , выявление потребностей бизнеса , цель бизнес-анализа , анализ сокращения отходов и завершать проекты в срок (анализ резервов в Российской интерпретации – прим. авт.), документ права требования , улучшение эффективности проекта.

Требования бизнес анализа как дисциплины совпадают с требованиями к хозяйственной деятельности, но иногда называются технические требования к процессам функционирования, причем анализ фокусируется на выявлении изменений в организации, которые необходимы для того, чтобы достичь стратегических целей. Эти изменения включают в себя изменения в стратегии, структуре, политике организации, построении технологических и управленческих процессов и информационных систем. Например, анализ предприятия или компании основное внимание уделяет пониманию потребностей бизнеса в целом, ее стратегическое направление, а также выявлению инициатив, которые позволят бизнесу для удовлетворять стратегические цели.

Он также включает в себя: создание и поддержка бизнес-архитектуры; проведение технико-экономических обоснований; выявление новых возможностей для бизнеса; предварительное определение новых возможностей для бизнеса; подготовка бизнес-процессов; проведение первоначальной оценки риска. «Требование планирования и управления» включает в себя планирование процесса разработки требований, определяющее, какие требования являются наивысшим приоритетом для реализации и управления изменениями. «Требования выявление» содержит описание методов сбора требований от заинтересованных сторон в проекте. [12]

Вот некоторые методы для выявления требований: «мозговая атака», «фокус-группа», «интерфейс-анализ», интервью, семинары, « Reverse

[12] Htt:// trarslate. Googleusercontent.com.

Engineering», обследования и анализ задачи пользователя (результатами анализа – прим. авт.).

Этап «Анализ требований и документации»: описывается, как разрабатывать и устанавливать требования в достаточной степени, чтобы они могли быть успешно реализованы командой проекта. Три основные формы представления результатов анализа: анализ бизнес-процессов, объектно-ориентированный анализ и структурный анализ . Однако требования к документации таковы, что он может быть в любой форме: текстовой, в виде матрицы или диаграммы, в виде модели.

Этап «Требования связи» содержит описание методов для обеспечения того, чтобы заинтересованные стороны имеют общее понимание требований и как они будут реализованы.

Этап «Решение оценки и проверки» - здесь описывается, как бизнес-аналитик может проверить правильность предлагаемого решения, как поддержка реализации решения, и как оценить возможные недостатки в реализации.

Есть целый ряд общих методов бизнеса, которые бизнес-аналитик будет использовать для содействия бизнес-изменениям. Некоторые из этих методов включают в себя: «пестик» [13]- это понятие используется для выполнения внешнего анализа окружающей среды, исследуя различные внешние факторы, влияющие на организацию. Имеет шесть атрибутов.

Политические (существующие и потенциальные влияния от политического давления).

Экономические (воздействия местных, национальных и мировой экономик).

Социологические (каким образом общество может влиять на организацию).

Технологические (действие новых и новейших технологий).

Юридический (эффект национального законодательства и мирового.)

Окружающей среды (местные, национальные и мировые экологические проблемы).

[13] Там же.

Понятие и метод «HEPTALYSIS» используется для выполнения углубленного анализа ранней стадии бизнеса предприятия, разделяется на семь основных категорий: [14] возможности рынка; продукт / решение; план реализации; система финансового устройства; человеческий капитал; потенциальные возможности (потенциал: ресурсный, инвестиционный, инновационный, производственный – прим. авт); запас прочности (устойчивости).

Наиболее часто используется для выполнения внутреннего экологического анализа. Определяют атрибуты, чтобы гарантировать, что проект, над который вы работаете, «выравнивался» по каждому из четырех признаков - четырех атрибутов «МОСТ» [15], а именно: миссия (место, где бизнес намерен идти); цели (основные цели, которые помогут достичь миссии); стратегии (опции для движения вперед); тактика (как стратегии ввести в действие); SWOT – анализ (он используется, чтобы помочь сфокусировать деятельность в области прочности и где есть наибольшие возможности ошибки). SWOT – анализ используется для идентификации опасностей, которые принимают форму слабостей и внутренних и внешних угроз. Четыре признака SWOT-анализа:

Сильные стороны. Каковы преимущества? Что делается в настоящее время хорошо? (Например, ключевые области наиболее эффективных деятельности вашей компании).

Слабые стороны. Что можно улучшить? Что сделано плохо? (Например, ключевые области, где вы работаете плохо)

Возможности. Какие хорошие возможности лицу организации? (Например, ключевые области, где ваши конкуренты работает плохо)

Угрозы. Какие препятствия ли организация лицо? (Например, ключевые области, где ваш конкурент будет хорошо)

Этап и метод «CATWOE» используется, чтобы быстро думать о том, бизнес пытается достичь. Выявление бизнес перспективы, помочь бизнес-

[14] Heptalysis - Рамочная система Венчурный оценки. Pejman Makhfi, VentureChoice, Inc. http://www.heptalysis.com/whitepaper.htm . 2005-10-22.

[15] Исследование корпоративной стратегии с использованием SWOT анализ. Стратегия Consulting Ltd. http://www.strategyconsultinglimited.co.uk/most.html . 2009-04-09.

аналитика - в рассмотрении воздействия любых предложенных решений на вовлеченных людей. Есть шесть элементов CATWOE. [16]

Клиенты. Кто бенефициары, каков уровень бизнес-процессов и как проблема влияет на них?

Актеры. Кто участвует в ситуации, которые будут участвовать в реализации решений и то, что повлияет на их успеха?

Процесс трансформации. Какие процессы или системы страдают от проблемы?

Мировоззрение. Какова общая картина и какие более широкие последствия проблемы?

Владелец. Кто является владельцем процесса или ситуации, расследуется и какую роль они будут играть в решение?

Экологические ограничения. Какие трудности и ограничения, которые повлияют на решения и его успех?

Де Боно предложен метод «шести шляп мышления», это часто используется при мозговом штурме, чтобы генерировать и анализировать идеи и варианты. Это полезно для поощрения определенных типов мышления (и может быть удобно), и символический способ просить кого-то "переключиться". Метод включает в себя ограничение: группа думает только определенными способами, давая идеи и анализ в "настроение" времени . Также известный как шести шляп мышления. Белая: Чистый фактов, логично. Зеленая: Creative, эмоциональная. Желтая: Яркий, оптимистичный, положительный. Черная: Негатив, адвоката дьявола. Красная: Эмоциональные. Синяя: Холодная, контроль. Не все цвета / настроения должны быть использованы.

Метод «Пять «Почему это?». «Пять почему» используется: чтобы добраться до сути того, что в действительности происходит в одном экземпляре. За каждый ответ, данный еще "почему" просят ответ.

[16] Бизнес открытого архива обучения». Крис Джарвис для проекта BOLA. http://www.bola.biz/research/ssm.html . 2009-04-09.

Метод «МОСКВА» используется, чтобы выявить требования путем выделения соответствующих приоритетов, оценивая процесс от действия требований до приоритета по отношению к другим требованиям. Метод включает в себя: «Должно быть», - или же доставка, или будет провал; «Должен был» - в противном случае придется принять временное решение: «Мог» - повышение удовлетворенности доставки; «Хотели бы иметь в будущем, - но не сейчас».

Метод VPEC-T. [17] VPEC-T – это анализ «мышления в рамках, включающих коллекцию психических фильтров или гидов». [18] Метод обеспечивает "упрощенный" язык "для предотвращения потери при переводе от «потребностями бизнеса» к ИТ-решениям" [19] и используется при анализе ожиданий несколькими сторонами, имеющими разные взгляды на систему, в которой все они имеют общий интерес, но имеют разные приоритеты и разные обязанности. Системы здесь используется в широком смысле как совокупность взаимодействующих или взаимозависимых лиц, реальным или абстрактным, образуя единое целое. Применяется метод для «систем», которые варьируются от задач аттестации, [20] до систем такого размера, как системы уголовного правосудия.

VPEC-T ("Ви-Пек-ти") используется там, где взаимодействие между агентами и связи между сторонами, могут легко привести к двусмысленности. Этот вид анализа особенно применимо, где вполне вероятно, что взаимодействия и общения контекст неупорядоченные, сложные или хаотичным, и могла привести к недоразумению. Она определяется как новый способ проведе-

[17] http://en.wikipedia.org/wiki/VPEC-T

[18] Исходный текст (английский): It provides a "simplified 'language' for preventing loss in translation from business needs to IT solutions" and is used when analyzing the expectations of multiple parties having different views of a system in which they all have an interest in common, but have different priorities and different responsibilities. System , here is used in the broad sense of a set of interacting or interdependent entities, real or abstract, forming an integrated whole.

[19] Gøtze, John. "Review of Lost in Translation" . http://gotze.eu/2009/04/03/more-ea-books/

[20] Jangbrand, Anders (23 April 2009). "VPEC-T when preparing Feedback" .http://jangandabla.blogspot.com/2009/04/vpec-t-when-preparing-feedback.html .

ния архитектуры предприятия, [21] а также может быть определен как способ проектирования услуги. [22]

VPEC-T был задуман как основа для помощи изучающим информационные системы, где конфликтующие точки зрения заинтересованных сторон может быть препятствием для правильного понимания. Примерами таких ситуациях часто встречаются в бизнес / информационных технологий (ИТ), их разделяют. [23] С 1990-х он «похитил» не только место информационных систем, но и технологии, что не то же самое. Речь идет о компьютерах и программах. IS включает в себя все, что будет окружать ИТ для задач, которые будут соответствующим образом заполненную людьми, процессами и информацией. [24]

Этот метод используется при анализе ожиданий несколькими сторонами, имеющими разные взгляды на систему, в которой все они имеют общий интерес, но имеют разные приоритеты и разные обязанности. Понятия:

ценности - являются целями, убеждениями и озабоченности всех сторон, участвующих. Они могут быть финансовые, социальные, материальные и нематериальные;

– политика - ограничения, которые определяют, что может быть сделано и каким образом это можно сделать;

– события - реальные разбирательства, которые стимулируют деятельность;

– контент - значимые части документов, беседы, сообщения и т.д., которые производятся и используются всеми аспектами предпринимательской деятельности.

Рассмотрели роль бизнес-аналитики в западной науке. Поскольку сфера применения бизнес-анализа, очень широк, бизнес-аналитиками наблюдается тенденция к возможности специализироваться в одной из трех групп видов деятельности, которые составляют сферу бизнес-анализа, главная цель для бизнес-

[21] Green, Nigel. "Two Phrases You Wouldn't Expect to See Together: Reduced Complexity & Enterprise 2.0" .http://www.capgemini.com/ctoblog/2008/09/two_phrases_you_wouldnt_expect.php .
[22] Mulholland, Andy. "Building 'Services' etc to Enterprise Quality" .http://www.capgemini.com/ctoblog/2008/06/building_services_etc_to_enter.php .
[23] Nigel Green, Carl Bate, (2007) Lost in Translation: A handbook for information systems in the 21st century.
[24] Hidas, Peter (2009-04-14). "Review of Lost in Translation" (English translation).http://www.idg.no/computerworld/article128652.ece .

аналитиков: выявлять потребности бизнеса и предлагать решения для бизнес-задач, они могут быть сделаны как часть следующего набора мероприятий.

«Стратег». Организациям необходимо сосредоточиться на стратегических вопросах, на более или менее постоянной основе в современном деловом мире. Бизнес-аналитики, обслуживающих эту потребность, хорошо разбираются в проведении анализа стратегического профиля организации и ее среды, консультирование высшего руководства на соответствующих политики и последствия политических решений.

«Архитектор». Организации, возможно, необходимо ввести изменения для решения бизнес-проблем, которые могут быть выявлены путем стратегического анализа, упомянутых выше. Бизнес-аналитики вклад, анализируя цели, процессы и ресурсы, и предложить пути, по которым ре-дизайн (БНР), либо улучшений (BPI), могут быть сделаны. Особое навыками этого вида аналитик "мягкие навыки", таких как знание бизнеса, разработка требований , анализ заинтересованных сторон , а некоторые "жесткие навыки», например, моделирование бизнес-процессов . Хотя роль требует осведомленности о технологии и ее использования, это не ИТ- ориентированных роль. Три элемента являются существенными для данного аспекта усилий бизнес-анализа: редизайн (вариант – ребрендинг, прим. авт.) - основных бизнес-процессов; применения перспективных технологий для поддержки новых процессов основного и управления организационными изменениями. Этот аспект бизнес-анализ также называют "бизнес-процесс совершенствования" (BPI), или « реинжиниринг».

«Специалист по системному анализу». Существует необходимость сообразования ИТ-развития с сиситемным подходом и развитием системам, что на самом работает в практике бизнеса. Давней проблемы в бизнесе, как получить лучшее возвращение (отдачу) от ИТ- инвестиций, которые, как правило, очень дорогие и критические для финансов компании, часто стратегического, значения. ИТ-подразделения, осознавая проблему, часто создают должность бизнес-аналитика, чтобы лучше понять и определить требования к их ИТ-системам. Хотя могут быть и некоторые совпадения с разработчиком и тестирования ро-

лей, в центре внимания всегда находится на ИТ частью процесса изменений , и, как правило, такого рода бизнес-аналитик вмешивается, только когда случай для изменения уже были сделаны и решения по ним. В любом случае, термин "аналитика" в последнее время рассматривается и несколько вводит в заблуждение, поскольку аналитики (например, исследователи проблемы) также могут сделать проектные работы (решение definers).

Бизнес-процесс улучшения. Совершенствование бизнес-процессов (BPI) обычно включает в себя шесть этапов:

Выбор процесса команды и лидера. Процесс команды, включающий 2-4 работников из различных ведомств, которые участвуют в конкретном процессе, устанавливаются. Каждая команда выбирает лидера процесс команды, как правило, человек, который отвечает за функционирование соответствующего процесса.

Тренировочный процесс анализа. Отдельные члены процесс команды обучаются в процессе анализа и документации техники.

Интервью. Анализ процессов. Члены процесс команды проведут ряд интервью с людьми, работающими вместе процессов. Во время интервью, они собирают информацию о процессе структуры, а также данные характеристики процессов.

Процесс документации. Результатам собеседования используется для рисования первой карты процесса. Ранее существующие описания процесса рассматриваются и интегрированным, где это возможно. Возможные пути улучшения процесса, обсуждались в ходе интервью, интегрированы в процесс карт.

Обзор цикла. Проект документации затем рассмотрены сотрудников, работающих в этом процессе. Дополнительные циклы обзора может быть необходимым для достижения общего мнения (мысленный образ) процесса со всеми заинтересованными сотрудниками. Этот этап итерационного процесса.

Анализ проблемы. Тщательный анализ процесса проблемы могут быть проведены на основе карты процесса, и сведения, собранные о процессе. В это

время проект, цель процесса информацию от стратегии аудита также доступен и используется для получения мер по улучшению процессов.

Определение потребностей бизнеса. Включает в себя следующие этапы: «бизнес определение», «**п**оймите области бизнеса», организация целей, ключевая компетенция, конкурентные позиции.

Цель бизнес-анализа. В конечном счете, бизнес-анализ хотите достичь следующих результатов: сокращение отходов (реализация резервов), создание решений, полное исполнение проектов в срок, повышение эффективности, «документ права требования».

Один из способов оценки этих целей состоит в измерении возврата инвестиций (ROI) для всех проектов. По данным Forrester Research , более чем 100 миллиардов долларов тратится ежегодно в США по обычаю для собственной разработки программных проектов. Для всех этих проектов разработки программного обеспечения, сохранение точных данных важно, и бизнес-лидеры постоянно спрашивают о возвращении или окупаемость предлагаемого проекта или при заключении активного проекта. Тем не менее, иногда просят *ROI* без достаточных данных о том, где создается стоимость или что потрачено, это может привести с неточными прогнозами.

Необходимо сократить отходы и завершать проекты в срок.

Проект отмены. Проект отмены (задержки) являются дорогостоящими в двух разных измерениях:

Стоимость проекта. За каждый месяц просрочки, проектная команда продолжает наращивать расходы и издержки. Когда большая часть команды разработчиков будет в аутсорсинге, затраты начнут складывать быстро и очень заметны, если контракт по времени и материалов основы (T & M). Фиксированная цена контрактов с внешними сторонами ограничения этого риска. Для внутренних ресурсов, различного рода задержки не столь очевидна, если время, проведенное за счет средств, который отслеживается против проекта, а затраты на рабочую силу в основном "фиксированных" затрат.

Возможность затраты - альтернативные издержки бывают двух видов - потерянный доход и нереализованные сокращения расходов. Некоторые проекты, которые специально предприняты с целью вождения новых или дополнительных поступлений в нижней строке. За каждый месяц просрочки, компания отказывается месяц этого новый источник дохода. Целью других проектов является повышение эффективности и сокращения затрат. Опять же, каждый месяц откладывает провал реализации этих расходов ввиду сокращения проекта еще на месяц. В подавляющем большинстве случаев эти возможности никогда не захватили и не анализируются, в результате чего заблуждение расчета рентабельности инвестиций. Из двух альтернативных издержек, потери доходов является наиболее вопиющих - и воздействие большей и более прочного.

NB. На многих проектах (особенно крупные) руководитель проекта один поручено обеспечить, что проект будет завершен в срок. Работу БП, это еще не гарантирует, что если проект не будет завершен вовремя, то хотя бы самым высоким требованиям приоритет будут выполнены.

Документ права требования. Бизнес-аналитики желают убедиться, что они определяют приложение таким образом, что удовлетворяется потребность конечных пользователей. По сути, они хотят определить правильное применение. Это означает, что они должны документально подтвердить право требования через внимательное прислушивание к клиентам, через обратную связь, и за счет предоставления полного комплекса четких требований к техническим архитекторам и программистам, которые напишут программу. Если бизнес-аналитик имеет ограниченную систему инструментов или навыков, чтобы помочь ему выявить право требования, то шансы довольно высоки, что он будет в конечном итоге выполнять документирование требований, которые не будут использоваться или которые должны быть переписана - в результате доработки, как описано ниже. Затраты времени на ненужные документе и требования не только влияют на бизнес-аналитик, они также влияют на остальных этапах цикла разработки. Программисты должны генерировать код приложений для выполнения этих излишних требований и тестеров. Необходимо убедиться, что

хотел программист, и какие функции действительно работают, как описано и закодированы. По оценкам экспертов, 10% до 40% возможностей в новых программных приложений являются ненужными или будут неиспользованными. Будучи в состоянии уменьшить количество этих дополнительных функций хотя бы одной трети может привести к значительной экономии средств.

Улучшение эффективности проекта. Эффективность может быть достигнуто двумя путями: за счет сокращения переделок и за счет сокращения длины проекта. Переделка является общей «головной болью» промышленности, и это стало настолько часто, и во многих организациях, что зачастую они «встроены» в проект бюджета и сроков. Это в основном относится к дополнительной работе, необходимой в проекте, чтобы исправить ошибки из-за неполного или из-за «пропавших без вести» требованиях, и может повлиять на весь процесс разработки программного обеспечения с соответствующим определением к кодированию и тестированию. Необходимость доработки может быть уменьшена путем обеспечения сбора требований и определение процессов тщательного и путем обеспечения того, технические и бизнес-членами проекта принимают участие в этих процессах с самого раннего этапа. Сокращение длины (продолжительности) проекта имеет две потенциальные выгоды. За каждый месяц, на которые проект может быть сокращен, затраты ресурсов проекта могут быть направлены на другие проекты. Это может привести к экономии на текущий проект и привести к более раннему времени начала будущих проектов (тем самым увеличивая потенциальный доход). [25] [26]

Приведём типичный курс обучения бизнес-аналитика на Западе: «Бизнес-аналитик Обучение - Целевая аудитория».

Основы бизнеса, анализ и программа обучения подходит для бизнес-аналитиков, в последнее время используется для обучения бизнес-аналитиков, которые выполняли свои должностные обязанности некоторое время, но никогда не получали какого-либо формального обучения.

---

[25] "Бизнес открытого архива обучения» . Крис Джарвис для проекта BOLA. http://www.bola.biz/research/ssm.html . 2009-04-09.
[26] http://en.wikipedia.org/wiki/Business_analysis

Курс подходит как для введения для тех, кто задумывается о ходе в должность бизнес-аналитика или для других специалистов по управлению изменениями, которые желают получить более глубокое понимание роли и ответственности бизнес-аналитика. Курс «Основы» направлен на изучение реальных бизнес-анализа и на получение навыков, которые могут быть использованы в производстве. Обучаемые должны иметь возможность вернуться в свою рабочую среду и работать, как эффективный BA член команды сразу, без дополнительных затрат и без построения эффективных отношений с бизнесом, ИТ заинтересованных сторон.

Материал курса охватывает один из бизнес ISEB: модули анализа, выдача диплома, обучаемые имеют возможность сидеть экзамен «Требования инженерии» в конце курса. В противном случае они могут выбрать сдачу экзамена в более позднюю дату, наиболее удобную. Цена экзамена включена в стоимость курса независимо от времени сдачи экзамена.

Курс также подходит для опытных бизнес-аналитики, так как:

Обеспечивает усиление сессии для тех бизнес Aanalysts, которые делали работу в течение многих лет, но никогда не получали формального обучения.

Обеспечивает "стандартный" подход должен быть принят команды, которые могут в настоящее время используют сочетание различных методов и результатов.

Может использоваться в качестве инструмента для выявления и решения вопросов, с которыми сталкиваются существующие бизнес-аналитиков или команды Бизнес-аналитик.

Обложки инженерно ISEB Требования программу в полном объеме так отправной точкой для диплома ISEB в бизнес-анализа.

Обложки других частях оставшиеся 3 модуля ISEB дает широкое внедрение в квалификации, но сохранении акцента на реальной практике.

Курс также подходит для лиц приступать к карьере в управлении изменениями, IT или управление проектом, поскольку он обеспечивает полезное понимание жизненного цикла проекта и потребность в надежных и требования

строгие и методического подхода. Бизнес: цели курса анализа. По окончании курса бизнес-аналитик сможет:

- интегрироваться в среду команда проекта с пониманием их роли, основные обязанности и отношения с другими членами проекта;
- работать с бизнес-пользователям возможность собирать и документировать различных типов и уровней требований;
- в работе с бизнес-пользователям определять масштабы и инициировать проект.

Break-вниз - сложные бизнес-сценарии или проблемы в процесс и модели данных. Проверка требований по производству вариантов использования и оценки потребностей в отношении определенных критериев качества;

- применить полностью мышление для сложных бизнес-задач и системы для обеспечения "с первого раза" документации и решения;
- работать с бизнес-пользователями и доставки группы для разработки оптимальных решений установленным требованиям;
- уверенно представить результаты для бизнес-пользователей и их команды проекта;
- понять влияние различных подходов проекта, такие как водопад и Agile.

Слушатели этого курса может пойти дальше присутствовать на нашем расширенном (интенсивном) учебном курсе бизнес-анализа для достижения других необходимых модулей для диплома ISEB в бизнес-анализа.

Наши Основы курс также аккредитована MBA и считается как 37 единиц к квалификации CBAP. [27] Структура курса.

Модуль 1 - Введение в роли бизнес-аналитик.

Модуль 2 - Определение проекта и балльной оценки.

Модуль 3 - Интервьюирование и фактов.

Модуль 4 - Определение требований.

Модуль 5 - процесс моделирования.

[27] www.IIBA.com

Модуль 6 - Моделирование данных.

Модуль 7 - Обеспечение требования к качеству.

Модуль 8 - Управление доставки.

Для делегатов заинтересованы в достижении своих бизнес-анализа ISEB квалификацию, они могут сидеть инженерно ISEB Требования экзамен в конце последнего дня. Это открытая книга экзамен и является одним из четырех модулей, необходимых для диплома. Кроме того, экзамен может быть сидели за более позднее время. Это входит в стоимость курса.

Case Study. Команда основана исследовании случае используется по всему, охватывающих все модули курса, а также касающиеся:

Пользователь Конфликты.

Вопросы системной интеграции.

Изменения требований / рамки.

Изменения бизнес-процессов.

Организационные изменения.

Обучающимся рекомендуется сделать короткий неформальный презентаций в конце каждого упражнения на примере построить их доверие. Для работников ВУЗов, организаторов подобных курсов, интересна организация. Например, продолжительность этого курса составляет пять дней. Курсы, примерно от 9,30 - 5,30, в первый день и 9,00 до 5,15 в последующие дни.

В течение последних 1 час 15 минут курса кандидаты имеют возможность сидеть их ISEB экзамена в технические требования, плата за экзамен включена в расходы показано выше.

Формат для экспертизы: один час написания (открытая книга), изучение на основе бизнес-сценарий, с временем чтения 15 мин.

2 ПРЕДПОСЫЛКИ АНАЛИЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

2.1 Торговые фирмы и анализ их хозяйственной деятельности

Теоретические и методологические аспекты торговой деятельности исследовались многими зарубежными и отечественными специалистами на протяжении XX и в начале текущего веков.

Результаты таких исследований отражены в работах Л. Якокка, А. Казанцева, К. Киллена, Ф. Котлера, Г. Дж. Болта, Л.Е. Басовского, В.В. Бурцева, Е.П. Голубкова, М.И. Круглова, О.С. Виханского, Н.К. Моисеевой, Р.Б. Ноздревой, П.Г. Перервы, В.Д. Шкардуна, А.М. Яновского и др.

Современным проблемам управления сбытовой деятельностью фирм посвящены работы таких российских и зарубежных ученых как Перламутрова В.Л., Бунича П.Г., Линденбаума В.А., Лычагина М.В., Яковлева А., Аукуционека С., Карпова П., Mehta D., Stanford R. , Atkins J. и других. Исследованием данной проблемы применительно к промышленной отрасли занимались Ф.Ф. Бездудный и В.В. Симонов. Куликов М. В., Маштаков С. В. и др. Обратимся к нормативной базе торговли и сбыта.

Федеральная налоговая служба Российской Федерации использует следующие основные понятия организации торговой деятельности. [28]

Розничная торговля - предпринимательская деятельность, связанная с торговлей товарами (в том числе за наличный расчет, а также с использованием платежных карт) на основе договоров розничной купли-продажи. К данному виду предпринимательской деятельности не относится реализация подакцизных товаров, указанных в подпунктах 6 - 10 пункта 1 статьи 181 НК РФ, продуктов питания и напитков, в том числе алкогольных, как в упаковке и расфасовке изготовителя, так и без такой упаковки и расфасовки, в барах, ресторанах,

[28] Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 19.07.2000 г. № 117-ФЗ (с последними изм. от 06.12.2007) //Собрание законодательства РФ. 2000, №32, ст. 3340.

кафе и других объектах организации общественного питания, газа в баллонах, грузовых и специальных автомобилей, прицепов, полуприцепов, прицепов-роспусков, автобусов любых типов, товаров по образцам и каталогам вне стационарной торговой сети (в том числе в виде почтовых отправлений (посылочная торговля), а также через телемагазины и компьютерные сети), передача лекарственных препаратов по льготным (бесплатным) рецептам, а также продукции собственного производства (изготовления).

Бытовые услуги - платные услуги, оказываемые физическим лицам (за исключением услуг ломбардов и услуг по ремонту, техническому обслуживанию и мойке автотранспортных средств), предусмотренные Общероссийским классификатором услуг населению.

Ветеринарные услуги - услуги, оплачиваемые физическими лицами и организациями по перечню услуг, предусмотренному нормативными правовыми актами Российской Федерации, а также Общероссийским классификатором услуг населению.

Услуги по ремонту, техническому обслуживанию и мойке автотранспортных средств - платные услуги, оказываемые физическим лицам и организациям по перечню услуг, предусмотренному Общероссийским классификатором услуг населению (к данным услугам не относятся услуги по заправке автотранспортных средств, услуги по гарантийному ремонту и обслуживанию, а также услуги по хранению автотранспортных средств на платных автостоянках).[29]

Транспортные средства (ТС) - автотранспортные средства, предназначенные для перевозки по дорогам пассажиров и грузов (автобусы любых типов, легковые и грузовые автомобили; к ним не относятся прицепы, полуприцепы и прицепы-роспуски.

Платные стоянки - площади (в т. ч. открытые и крытые), используемые в качестве мест для оказания платных услуг по хранению ТС.

---

[29] Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 19.07.2000 г. № 117-ФЗ (с последними изм. от 06.12.2007) //Собрание законодательства РФ. 2000, №32, ст. 3340.

Стационарная торговая сеть - торговая сеть, расположенная в предназначенных для ведения торговли зданиях, строениях, сооружениях, подсоединенных к инженерным коммуникациям.

Стационарная торговая сеть, имеющая торговые залы, - торговая сеть, расположенная в предназначенных для ведения торговли зданиях и строениях (их частях), имеющих оснащенные специальным оборудованием обособленные помещения, предназначенные для ведения розничной торговли и обслуживания покупателей; магазины и павильоны относятся к указанным объектам.

Стационарная торговая сеть, не имеющая торговых залов - торговая сеть, расположенная в предназначенных для ведения торговли зданиях, строениях и сооружениях (их частях), не имеющих обособленных и специально оснащенных для этих целей помещений, а также в зданиях, строениях и сооружениях (их частях), используемых для заключения договоров розничной купли-продажи, а также для проведения торгов. К ним относятся крытые рынки (ярмарки), торговые комплексы, киоски, торговые автоматы и другие аналогичные объекты.

Нестационарная торговая сеть - торговая сеть, функционирующая на принципах развозной и разносной торговли, а также объекты организации торговли, не относимые к стационарной торговой сети.

Развозная торговля – торговля в розницу, осуществляемая вне стационарной розничной сети с использованием специализированных или специально оборудованных для торговли транспортных средств, а также мобильного оборудования, применяемого только с транспортным средством (к данному виду торговли относится торговля с использованием автомобиля, автолавки, автомагазина, тонара, автоприцепа, передвижного торгового автомата).

Разносная торговля - осуществляемая вне стационарной розничной сети путем непосредственного контакта продавца с покупателем в организациях, на транспорте, на дому или на улице. К данному виду торговли относится торговля с рук, лотка, из корзин и ручных тележек.

Услуги общественного питания - услуги по изготовлению кулинарной продукции и (или) кондитерских изделий, созданию условий для потребления и (или) реализации готовой кулинарной продукции, кондитерских изделий и (или) покупных товаров, а также по проведению досуга (к ним не относятся услуги по производству и реализации подакцизных товаров, указанных в подпунктах 3 и 4 пункта 1 ст. 181 НК РФ).[30]

Объект организации общественного питания, имеющий зал обслуживания посетителей, - здание (его часть) или строение, предназначенное для оказания услуг общественного питания, имеющее специально оборудованное помещение (открытую площадку) для потребления готовой кулинарной продукции, кондитерских изделий и (или) покупных товаров, а также для проведения досуга, также к ним относятся рестораны, бары, кафе, столовые, закусочные.

Объект организации общественного питания, не имеющий зала обслуживания посетителей, - объект организации общественного питания, не имеющий специально оборудованного помещения (открытой площадки) для потребления готовой кулинарной продукции, кондитерских изделий и (или) покупных товаров (к данной категории объектов организации общественного питания относятся киоски, палатки, магазины (секции, отделы) кулинарии и другие аналогичные точки общественного питания).

Площадь торгового зала - часть магазина, павильона (открытой площадки), занятая оборудованием, предназначенным для выкладки, демонстрации товаров, проведения денежных расчетов и обслуживания покупателей, площадь контрольно-кассовых узлов и кассовых кабин, площадь рабочих мест обслуживающего персонала, а также площадь проходов для покупателей (к ней относится также арендуемая часть площади торгового зала; и не относится к площади торгового зала площадь подсобных, административно-бытовых помещений, а также помещений для приема, хранения товаров и подготовки их к продаже, в которых не производится обслуживание покупателей); площадь торгового зала

[30] Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 19.07.2000 г. № 117-ФЗ (с последними изм. от 06.12.2007) //Собрание законодательства РФ. 2000, №32, ст. 3340.

определяется на основании инвентаризационных и правоустанавливающих документов.

Площадь зала обслуживания посетителей - площадь специально оборудованных помещений (открытых площадок) объекта организации общественного питания, предназначенных для потребления готовой кулинарной продукции, кондитерских изделий и (или) покупных товаров, а также для проведения досуга, определяемая на основании инвентаризационных и правоустанавливающих документов.

К инвентаризационным и правоустанавливающим документам относятся любые имеющиеся у организации или индивидуального предпринимателя документы на объект стационарной торговой сети (организации общественного питания), содержащие необходимую информацию о назначении, конструктивных особенностях и планировке помещений такого объекта, а также информацию, подтверждающую право пользования данным объектом (договор купли-продажи нежилого помещения, технический паспорт на нежилое помещение, планы, схемы, экспликации, договор аренды (субаренды) нежилого помещения или его части (частей), разрешение на право обслуживания посетителей на открытой площадке и другие документы).

Открытая площадка - специально оборудованное для торговли или общепита место, расположенное на земельном участке.

Магазин - специально оборудованное здание (его часть), предназначенное для продажи товаров и оказания услуг покупателям и обеспеченное торговыми, подсобными, административно-бытовыми помещениями, а также помещениями для приема, хранения товаров и подготовки их к продаже.

Павильон - строение, имеющее торговый зал и рассчитанное на одно или несколько рабочих мест.

Киоск - строение, которое не имеет торгового зала и рассчитано на одно рабочее место продавца.

Палатка - сборно-разборная конструкция, оснащенная прилавком, не имеющая торгового зала.

Торговое место - место, используемое для совершения сделок розничной купли-продажи. К торговым местам относятся здания, строения, сооружения (их часть) и (или) земельные участки, используемые для совершения сделок розничной купли-продажи, а также объекты организации розничной торговли и общественного питания, не имеющие торговых залов и залов обслуживания посетителей (палатки, ларьки, киоски, боксы, контейнеры и другие объекты, в том числе расположенные в зданиях, строениях и сооружениях), прилавки, столы, лотки (в том числе расположенные на земельных участках), земельные участки, используемые для размещения объектов организации розничной торговли (общественного питания), не имеющих торговых залов (залов обслуживания посетителей), прилавков, столов, лотков и других объектов.

Стационарное торговое место - место, используемое для совершения сделок купли-продажи в объектах стационарной торговой сети. К стационарным торговым местам относятся также земельные участки, передаваемые в аренду организациям и индивидуальным предпринимателям для организации стационарной торговой сети.

Площадь информационного поля наружной рекламы с любым способом нанесения изображения, за исключением наружной рекламы с автоматической сменой изображения, - площадь нанесенного изображения; площадь информационного поля наружной рекламы с автоматической сменой изображения - площадь экспонирующей поверхности; площадь информационного поля электронных табло наружной рекламы - площадь светоизлучающей поверхности.

Распространение и (или) размещение наружной рекламы - деятельность организаций или индивидуальных предпринимателей по доведению до потребителей рекламной информации путем предоставления и (или) использования средств наружной рекламы (щитов, стендов, плакатов, электронных (световых) табло и иных стационарных технических средств), предназначенной для неопределенного круга лиц и рассчитанной на визуальное восприятие. Распространение и (или) размещение рекламы на автобусах любых типов, трамваях, троллейбусах, легковых и грузовых автомобилях, прицепах, полуприцепах и

прицепах-роспусках, речных судах - деятельность организаций или индивидуальных предпринимателей по доведению до потребителей рекламной информации, предназначенной для неопределенного круга лиц и рассчитанной на визуальное восприятие, путем размещения рекламы на крышах, боковых поверхностях кузовов указанных объектов, а также установки на них рекламных щитов, табличек, электронных табло и иных средств рекламы.

Количество работников - среднесписочная (средняя) за каждый календарный месяц налогового периода численность работающих с учетом всех работников, в том числе работающих по совместительству, договорам подряда и другим договорам гражданско-правового характера.

Помещение для временного размещения и проживания - помещение, используемое для временного размещения и проживания физических лиц: квартира, комната в квартире, частный дом, коттедж (их части), гостиничный номер, комната в общежитии и др. Общая площадь помещений для временного размещения и проживания определяется на основании инвентаризационных и правоустанавливающих документов на объекты предоставления услуг по временному размещению и проживанию (договоров купли-продажи, аренды (субаренды), технических паспортов, планов, схем, экспликаций и других документов).

При определении общей площади помещений для временного размещения и проживания объектов гостиничного типа (гостиниц, кемпингов, общежитий и других объектов) не учитывается площадь помещений общего пользования проживающих (холлов, коридоров, вестибюлей на этажах, межэтажных лестниц, общих санузлов, саун и душевых комнат, помещений ресторанов, баров, столовых и других помещений), а также площадь административно-хозяйственных помещений.

Объекты предоставления услуг по временному размещению и проживанию - здания, строения, сооружения (их части), имеющие помещения для временного размещения и проживания (жилые дома, коттеджи, частные дома, постройки на приусадебных участках, здания и строения (комплексы конструк-

тивно обособленных (объединенных) зданий и строений, расположенных на одном земельном участке), используемые под гостиницы, кемпинги, общежития и другие объекты).

Площадь стоянки - общая площадь земельного участка, на которой размещена платная стоянка, определяемая на основании правоустанавливающих и инвентаризационных документов. Указанные понятия введены в НК РФ Федеральным законом от 17.05.2007 №85-ФЗ "О внесении изменений в главы 21, 26.1, 26.2 и 26.3 части второй НК РФ".[31]

Далее рассмотрели понятие хозяйственной деятельности торговой организации. Под торговой деятельностью понимается система мероприятий по реализации товаров. Реализацию (продажу, сбыт) товаров фирмы осуществляются через собственную систему сбыта (дочерние фирмы и филиалы); представителей фирмы (дилеров за границей и в своей стране, постоянных и временных представителей); через бюро по сбыту и сбытовые конторы, торговые точки; совместные фирмы, ассоциации и т.д. Важнейшими каналами сбыта являются торговые фирмы: оптовые, розничные, импортные, экспортные, комиссионные, консигнационные, агентские, брокерские; биржи, аукционы, торги. [32]

Обращение товаров - движение товаров от производителей к потребителям через торговую сеть. Обращение охватывает все этапы процесса, который проходит товар после завершения его производства и вплоть до конечного потребления, включая послепродажное обслуживание.

Сбытовая деятельность имеет ряд необходимых понятий и атрибутов, таких как рынок сбыта, каналы распределения, маркетинговая сеть, стимулирование сбыта и продаж и т.п. Рассмотрели основные из них. [33]

---

[31] Федеральный закон «О внесении изменений в главы 21, 26.1, 26.2 и 26.3 части второй налогового кодекса РФ» от 17.05.2007 №85-ФЗ //Российская газета. 2007. №117, 02 июня.

[32] http://www.4p.ru/main/theory/

[33] Куликов М. В.. Повышение эффективности сбытовой деятельности текстильного предприятия на основе совершенствования планирования условий реализации текстильной продукции. Московский текстильный университет им. А.Н. Косыгина. - Москва – 2000 г.

Рынок сбыта (в широком смысле) - любое экономическое пространство для предложения товаров и услуг, являющееся конечной целью хозяйственной деятельности предприятия.

Канал распределения (канал дистрибъюции, канал товародвижения) - совокупность фирм или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передавать третьим лицам право собственности на конкретный товар или услугу при их движения от производителя к потребителю.

Уровень канала распределения - количество посредников в канале распределения, между производителем и конечным потребителем.

Канал нулевого уровня - канал распределения, состоящий из производителя и потребителя. Причем производитель продает товар непосредственно потребителям.

Одноуровневый канал - канал распределения, включающий одного посредника. На потребительских рынках таким посредником является розничный торговец.

Двухуровневый канал распределения - канал распределения, включающий двух посредников. На потребительских рынках такими посредниками являются оптовый и розничный торговцы. На рынках товаров промышленного назначения - промышленный дистрибьютор и дилер.

Трехуровневый канал - канал распределения, включающий трех посредников. Обычно такими посредниками являются: оптовики, мелкие оптовики и розничные торговцы. Традиционный канал маркетинга - сочетание независимого производителя, одного или нескольких оптовых торговцев и одного или нескольких розничных торговцев, каждый из которых представляет собой отдельное предприятие, стремящееся обеспечить себе максимально возможные прибыли.

Добытчик заказов - специалист по сбыту, который отвечает за продажу товаров фирмы новым клиентам и увеличение продаж старым клиентам.

Интенсивное распределение - передача или продажа товаров по возможности наибольшему числу потребителей.

Продвижение - специальная активность, рассчитанная на формирование и стимулирование интереса к товару, личности, организации или направлению деятельности. На рынках товаров промышленного назначения - агент по сбыту или брокер.

Структура продвижения товаров - общая и конкретная коммуникационная программа фирмы, состоящая из сочетания рекламы, паблисити, сбыта и мероприятий по стимулированию сбыта. [34]

В качестве такой структуры может выступать торгово-распределительная сеть (внутренний торговый аппарат и внешняя сеть торговых посредников предприятия, через которых осуществляется реализация продукции) и маркетинговая сеть.

Последняя может быть вертикальной, договорной корпоративной и др. Вертикальная маркетинговая система - совокупность производителя, одного или нескольких оптовых торговцев и одного или нескольких розничных торговцев, действующих как единая система, в которой один из членов канала: либо является владельцем остальных; либо предоставляет им торговые привилегии; либо обладает мощью, обеспечивающей их полное сотрудничество.

Договорная вертикальная маркетинговая система - совокупность независимых фирм, связанных договорными отношениями и координирующих программы своей деятельности для совместного достижения большей экономии и/или больших коммерческих результатов, чем это можно было бы сделать в одиночку.

Корпоративная вертикальная маркетинговая система - система, в которой последовательные этапы производства и распределения объединены в рамках единоличного владения.

Управляемая вертикальная маркетинговая система - вертикальная маркетинговая система, координирующая деятельность последовательных этапов

[34] Маштаков С. В. Стратегическое управление сбытовой деятельностью предприятия автомобилестроения : Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 : Саранск, 2005 173 с. РГБ ОД, 61:05-8/2710

производства и распределения благодаря размерам и мощи одного из ее участников.

Перед любой, даже самой благополучной фирмой, всегда стоит проблема сбыта, в том числе организация продажи товара, стимулирование спроса у потребителей, выбор способов продаж, определение состава службы сбыта. Задача предприятия — не просто удовлетворять запросы потребителей, продавая свои товары. Оно стремится делать это с максимально возможной прибылью.

Именно на это направлены все усилия по маркетингу, в котором естественной составляющей является сбыт. Коммерческая фирма никогда не должна останавливаться на достигнутом, так как рынок непрерывно развивается. Недостаточно один раз привлечь внимание потребителей: его нужно постоянно поддерживать, побуждать людей к возобновлению покупок, приучать их покупать у вас продукты постоянно.

В теории описаны методы побуждения, которые называются стимулированием продаж и сбыта. [35]

Стимулирование сбыта - система мер, направленных на стимулирование покупательского спроса, ускорение процесса товародвижения и реализации товара. Стимулирование сбыта может быть направлено по направлению к покупателю и по направлению к торговопроводящей сети.

Стимулирование торговопроводящей сети - средства воздействия, стимулирующие сбыт товара путем активизации работы товаропроводящей сети: конкурсы и премии для продавцов; работа по информированию оптовых и розничных продавцов о товаре; оформление мест продаж; мерчендайзинг. Методы стимулирования продаж - способы проведения маркетинговой деятельности, направленной на повышение заинтересованности потребителей в покупке товара.

Типы стимулирования продаж – это методы, стимулирующие продажи и ориентированные на потребителя или на продавца. Например, демонстрация

[35] Смоляков А.В. Служба сбыта в российских компаниях: организация работы, финансирования, планирование результатов. – М.: Вершина, 2007,- 264 с.

товара в магазине - метод стимулирования продаж, при котором свойства товара демонстрируются непосредственно в магазине. Обычно такие демонстрации проводятся в крупных магазинах с наплывом публики.

Стимулирование покупателей - средства воздействия, стимулирующие спрос и продвижение товаров и услуг (сэмплинг, дегустации, демонстрации; купоны, льготные покупки, скидки) премии; конкурсы, розыгрыши, игры, лотереи, викторины для потребителей. [36]

Дегустация - рекламное мероприятие; один из видов стимулирования покупателей, в ходе которого потенциальным клиентам предоставляется возможность (бесплатно) ознакомиться с вкусовыми и эстетическими свойствами товара. Различают: прямые дегустации, в ходе которых опробуется приготовленный продукт; и сухие дегустации без опробования продукта.

Конкурс для потребителей - вид стимулирования покупателей, позволяющий повысить их внимание к товару на время проведения конкурса.

Купон - в торговле - сертификат, дающий потребителю право на оговоренную экономию при покупке конкретного товара. Купоны рассылают по почте, прилагают к другим товарам, включают в рекламные объявления и т.п.

Премия покупателю - премия в форме дополнительного товара, скидки или сувенира, предлагаемая потенциальному покупателю некоторого с целью стимулирования покупки. Распространение образцов - предложение образцов товара потребителям бесплатно или на пробу. Образцы могут рассылаться по почте, разноситься "в каждую дверь", раздаваться в магазине и т.п. Распространение образцов считается самым эффективным и самым дорогим способом представления нового товара. Розыгрыш - вид стимулирования покупателей, при котором делается упор на развлекательность и возможность получения выигрыша. Различают: мгновенные розыгрыши в местах продаж; отложенные розыгрыши, ориентированные на формирование постоянного круга потребителей.

[36] Там же

Стратегия привлечения покупателей - маркетинговая стратегия, при которой создается покупательский спрос на определенный продукт или его определенную марку.

Любая оптовая фирма стремится к тому, чтобы каждый новый магазин стал ее постоянным клиентом, так как вода является незаменимым товаром, нужна каждому жителю и продается во всех местах реализации продовольственных и даже непродовольственных товаров (например, на АЗС). И это все входит в задачи сбыта. Задачи маркетинга и сбыта разделяются, так как стратегические задачи маркетинга состоят в следующем: выявление потребностей; создание потребностей; удовлетворение потребностей; возобновление потребностей. При удовлетворении и возобновлении потребностей потенциальных покупателей (клиентов) создается спрос потребность покупателя в решении какой-либо из проблем, с которыми он сталкивается.

То есть предприятие выходит на рынок и предлагает не товары и услуги (ибо товар и услуга — не более чем экономические категории), а средства решения проблем покупателей, удовлетворения их потребностей, и объектом продажи становится уже не товар, а системное решение, направленное на полное удовлетворение потребностей клиента, которое является целью сбыта. Задачи, которые необходимо решить при анализе деятельности торговой фирмы, представлена в таблице 2.1[37]

Какие же задачи необходимо решать, чтобы достичь этой цели? Последовательно поставленные задачи торговой деятельности — это путь к достижению цели; технология — свод порядка и правил в постановке задач и порядка и способов проведения действий на основе выработанных методик, с помощью которых будет решаться ряд последовательно поставленных задач, где в итоге ресурсы производства преобразуются в конечный результат.

Если представить внедрение технологии продаж в виде бизнес-процесса, то получится следующая схема.

[37] Смоляков А.В. Служба сбыта в российских компаниях: организация работы, финансирования, планирование результатов. – М.: Вершина, 2007,- 264 с. – С. 8-9.

Таблица 2.1- Задачи анализа деятельности торговой фирмы

Задача	Решение	Результат
Проектирование организационной структуры департамента продаж	Определение целей и задач департамента	Создание организационной структуры
	Проектирование структурных позиций в организации работы департамента под определенные цели	Определение штатного расписания
Составление распорядка (регламента) работы руководителя продаж	выявление ключевых моментов работы руководителя	Описание бизнес-процессов
	Составление детальной, последовательной схемы организации деятельности департамента продаж	Корректировка организационной структуры и штатного расписания
Определение особенностей кадрового состава департамента продаж	Определение особенностей продуктов или услуг, влияющих продавцов	Способы продаж
	Определение особенностей тактики сбыта, влияющих на выбор продавцов	Упорядочивание материала для будущей подготовки новых сотрудников
Определение критериев отбора торгового персонала под задачи предприятия	Определение личностных и профессиональных показателей для эффективного решения задач продаж	Описание требований к штатным сотрудникам
	Определение уровня готовности сотрудника для ведения продаж	Разработка основания для мотивации сотрудников
Определение способов оценки и отбора сотрудников под выбранные критерии	Составление и отработка правил и условий проведения отбора	Разработка регламента работы с персоналом
	Отработка методов и порядка проведения опенки сотрудников по выбранным критериям	Подготовка программы по набору новых сотрудников
		Определение уровня затрат
Определение основных этапов подготовки и обучения торгового персонала	Выбор основных направлений в подготовке и обучении персонала	Разработка программы подготовки службы продаж
	Определение средств и способов в подготовке и обучении персонала	Определение уровня затрат на подготовку сотрудников
Организация работы торгового департамента и его персонала	Выработка распорядка (регламента) работы персонала па основе регламента работы руководителя	Определение ответственности за проведение бизнес-процессов
	Распределение сотрудников по основным структурным позициям	Составление должностных инструкций
Постановка целей и задач сотрудникам департамента	Определение соответствия целей и задач сотрудников целям и задачам	Определение периодов отчетности
	Отработка способов постановки задач сотрудникам	Выявление успешных способов руководства
Определение ключевых моментов взаимодействия сотрудников	Определение успешных способов командообразования	Подготовка к созданию работоспособной команды
	Распределение ролей в команде и отработка способов взаимодействия	Выявление дополнительных рычагов управления командой

Анализ данной схемы и существующих теорий маркетинга показал, что

маркетинг рассматривает вопросы не только сбыта, но и закупок: зная четко задачи и процесс закупок, гораздо проще проводить процесс продаж, отмечает А.В. Смоликов. [38]

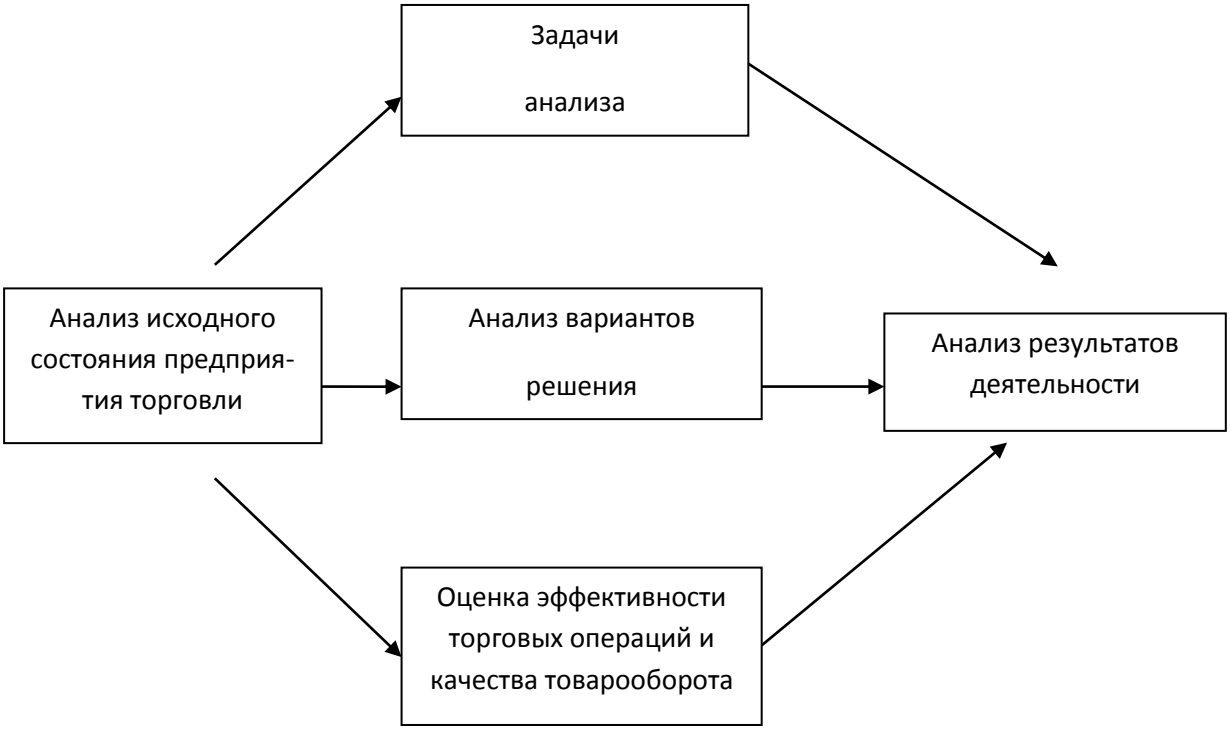


Рисунок 2.1 – Структура анализа деятельности торговой фирмы [39]

Поэтому в настоящее время для подготовки менеджеров по закупкам и сбыту используют следующие правила, аудит исполнения которых даёт оценку соответствующей деятельности:

Продавцы строят стратегию продаж — закупщики, соответственно, строят стратегию закупок.

У продавцов есть свои правила работы — у закупщиков тоже есть свои правила работы.

[38] Там же. с. 222-223.

[39] Смоляков А.В. Служба сбыта в российских компаниях: организация работы, финансирования, планирование результатов. – М.: Вершина, 2007,- 264 с. – С. 11.

У продавцов имеются успешные способы ведения переговоров по продажам — и у закупщиков существуют свои успешные способы ведения переговоров по закупкам.

Продавцы привыкли выяснять потребности клиентов — и закупщики выясняют потребности продавцов.

Продавцы проводят презентацию своей компании и продуктов — и закупщики делают то же самое.

Стратегия закупок включает следующее:

Получение от поставщика эксклюзивных условий.(эксклюзивные цены ниже оптового прайс-листа, кредит), что позволяют обеспечить высокий уровень рентабельности на рынке.

Знание о наличии в ассортиментной матрице своей компании товаров-аналогов с маржой, отвечающей целям закупки, в противовес товару с маленькой маржой, предлагаемой поставщиком позволяет получить инструмент (статистику продаж) для давления на поставщика с целью получения от него дополнительных скидок — увеличения маржи.

Фиксирование скидки с цены прайс-листа поставщика в процентах.

Получение от поставщика «точечных» скидок на товары или группы товаров. Предлагая для ввода в ассортимент новые позиции, поставщик преследует различные цели. Это позволяет при вводе в ассортимент одной новой позиции получить дополнительные скидки на остальной ассортимент этого поставщика и увеличить маржу.

Заключение долгосрочных контактов. Угроза прекращения закупок и поэтапное сокращение и прекращение закупок. Используется как крайняя мера. Следующим шагом может быть сокращение ассортимента «трудного» поставщика вплоть до полного прекращения сотрудничества. Позволяет добиться успеха на переговорах с «трудными» поставщиками.

Агрессивное поведение на рынке: получение от поставщика бонуса за возможность выхода на новые рынки сбыта, за вывод на рынок новой товарной позиции, за рекламу его продукции.

Уменьшение себестоимости достигается: переносом стоимости доставки на издержки поставщика; удешевлением упаковки у поставщика; фасовкой и маркировкой у поставщика.

Исследуются факторы привлечения покупателей. Ключевые факторы обретения лояльности клиентов при сбыте: положительный опыт взаимодействия(73 %); хорошие рекомендации близких и друзей (59 %); устойчивая репутация компании (55 %); положительный рейтинг у сторонних организаций (46 %); обеспечение политики конфиденциальности в отношении информации о потребителях (45 %); положительные отзывы клиентуры (39 %); реклама с участием знаменитостей (26%); благотворительная или общественная деятельность компании (21 %).[40]

Теория эффективности торговой деятельности.

Необходимыми условиями достижения рентабельности деятельности коммерческого предприятия в условиях рынка являются ориентация на потребителей и конкурентов, гибкое приспособление к изменяющейся рыночной конъюнктуре. Каждому предприятию перед тем, как планировать объем сбыта и формировать производственную мощность, необходимо знать, какую продукцию, в каком объеме, где, когда и по каким ценам продавать.

Сбыт, по мнению П. Г. Перервы, - это процесс реализации произведенной продукции с целью превращения товаров в деньги и удовлетворения потребностей и запросов потребителей. Исследовав понятие «сбытовая деятельность», установили, что в широком смысле под сбытом следует понимать комплекс процедур продвижения готовой продукции на рынок (формирование спроса, получение и обработка заказов, комплектация и подготовка продукции к отправке покупателям, отгрузка продукции на транспортное средство и транспортировка к месту продажи или назначения) и организацию расчетов за неё (установление условий и осуществление процедур расчетов с покупателями за отгруженную продукцию).

[40] Смоляков А.В. Служба сбыта в российских компаниях: организация работы, финансирования, планирование результатов. – М.: Вершина, 2007,- 264 с. – С. 234.

Главная цель сбыта – реализация экономического интереса производителя на основе удовлетворения платежеспособного спроса потребителей.

Хотя сбыт и является завершающей стадией хозяйственной деятельности товаропроизводителя, процедуры планирования сбыта в рыночных условиях предшествуют производственной – в данном случае закупочной - стадии. Они заключаются в изучении рыночной конъюнктуры и возможностей организации производить пользующуюся спросом (перспективную) продукцию и в составлении планов продаж, на основе которых должны формироваться планы закупок.[41] В коммерческих предприятиях основную массу закупленной (произведённой) продукции продают, и эта стадия является завершающей стадией кругооборота средств фирмы. В процессе её организации возмещаются в денежной форме средства, затраченные на производство продукции и её продажу, и тем самым завершается полный цикл кругооборота, полученная выручка при условии рентабельного ведения должна превышать сумму затрат на закупку товара (продукции), её продажу, то есть фирма должна получить прибыль.

Торгово-закупочные организации, кроме продажи продукции, имеют право выполнять (продать) работы и оказывать услуги другим организациям, сторонним лицам (гражданам) и своим работникам (перерабатывают давальческое сырье, оказывают услуги автотранспорта и др.).

От рынков сбыта зависят объем продаж, средний уровень цен, выручка от реализации продукции, сумма полученной прибыли и т.д. В первую очередь нужно изучить динамику о положении каждого вида продукции на рынках сбыта за последние 3-5 лет.

Для учета продукции, подлежащей сбыту, необходимо правильно организовать складское хозяйство, систему первичных и сводных документов, рационально вести аналитический и синтетический учет готовой продукции.

Для выявления показателей эффективности сбыта необходимо изучить спрос на продукцию, рынки ее продаж, их емкость, реальных и потенциальных

[41] Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие / Г.В. Савицкая.- 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 345 с. – С. 17.

конкурентов, потенциальных покупателей, возможность организовать производство по конкурентной цене, доступность необходимых материальных ресурсов, наличие кадров необходимой квалификации и т.д. От этого зависят конечные финансовые результаты, воспроизводство капитала, его структура и, как следствие, финансовая устойчивость предприятия. Другими словами, деятельность любого предприятия начинается с маркетингового анализа, основными задачами которого являются: изучение спроса на продукцию, ее сбыта и обоснование плана реализации продукции соответствующего объема; анализ факторов, формирующих эластичность спроса на продукцию, и оценка степени риска невостребованной продукции; оценка конкурентоспособности и изыскания резервов повышения ее уровня; разработка стратегии, тактики, методов и средств формирования спроса и стимулирования сбыта продукции; оценка эффективности производства и сбыта продукции.

С помощью маркетинга ведется постоянный поиск новых рынков, новых потребителей, новых видов продукции и областей применения традиционной продукции, способных обеспечить предприятию наибольший уровень прибыли. Маркетинг выступает в качестве инструмента регулирования производства и сбыта, ориентируя производственную деятельность предприятия, его структурную политику на рыночный спрос.[42] *Анализ спроса на продукцию и портфеля заказов*. Основная цель маркетингового анализа — изучение спроса на продукцию и формирование портфеля заказов. От заказов зависят производственная мощность и степень её использования в процессе дальнейшей деятельности. Если спрос на продукцию падает по каким-либо причинам, соответственно уменьшается портфель заказов, идет спад производства, растут себестоимость продукции, убытки и общество может стать банкротом. Поэтому анализ спроса профильную продукцию предприятия имеет большое значение. Это один из наиболее важных и ответственных этапов исследования рынка.

[42] Смоляков А.В. Служба сбыта в российских компаниях: организация работы, финансирования, планирование результатов. – М.: Вершина, 2007,- 264. с. – С.117.

Спрос как экономическая категория характеризуется объемом товаров, которые потребитель желает и в состоянии приобрести по определенной цене. На уровень спроса влияют многие факторы: цены на предлагаемый товар, его качество, доходы покупателей, потребительские предпочтения, цены на сопряженные (взаимозаменяемые) товары, ожидание потребителями изменения их доходов и цен па товары, насыщенность рынка, процентные ставки.

Анализируют внешние причины: неплатежеспособность покупателей; повышение процентных ставок по вкладам; демографические; социально-экономические, политические и др.

Риск невостребованной продукции можно подразделить на преодолимый и непреодолимый. Критерием отнесения его к одной из групп является экономическая целесообразность нововведений, направленных на продвижение товаров на рынок. Если дополнительные затраты на дизайн, конструктивные изменения, упаковку, рекламу, организационную перестройку производства и сбыта превышают сумму их покрытия выручкой, то экономически они нецелесообразны, и наоборот.

Риск невостребованной продукции может быть обнаружен на предпроизводственной, производственной и после- производственной стадиях. Больший эффект достигается, если риск будет обнаружен на предпроизводственной стадии. Тогда экономический ущерб будет включать в себя только расходы на исследование рынка, разработку изделия и др. Если же риск невостребованной продукции обнаружен на производственной или после- производственной стадии, то это может серьезно пошатнуть финансовое состояние предприятия. В сумму ущерба, кроме перечисленных выше издержек, войдут издержки на подготовку, освоение, производство и частично сбыт продукции.

От рынков сбыта зависят объем продаж, средний уровень цен, выручка от реализации продукции, сумма полученной прибыли и т.д. В первую очередь нужно изучить динамику о положении каждого вида продукции на рынках сбыта. По установленным данным делают анализ спроса на продукцию и изучают структуру рынков сбыта и уровень их доходности, результаты анализа поме-

щают в таблицу «Анализ структуры рынков сбыта и их доходности». По результатам анализа выделяют четыре категории товаров: приносящие основную прибыль предприятию и способствуют экономическому росту. Такая группировка продукции предприятия позволит выбирать правильную стратегию, направленную на финансирование важных направлений производства. Результаты анализа должны помочь руководству предприятия разработать ассортимент товаров в соответствии с его стратегией и требованиями рыночной конъюнктуры. На анализируемом предприятии можно сократить закупки и продажи низкорентабельных товаров и увеличить продажи рентабельных товаров. Кроме того, можно наметить новые перспективные секторы торгово-закупочной деятельности.

В процессе анализа необходимо также выявить реальных и потенциальных конкурентов, провести анализ показателей их деятельности, определить сильные и слабые стороны их бизнеса, финансовые возможности, цели и стратегию конкурентов в области экспансий на рынке, технологий производства. качества продукции и ценовой политики.

Одним из наиболее существенных направлений маркетингового анализа является ценовая политика предприятия на товарных рынках. Цены обеспечивают предприятию запланированную прибыль, конкурентоспособность продукции, спрос на нее. Через цены реализуются конечные коммерческие цели, определяется эффективность деятельности всех звеньев производственно-сбытовой структуры предприятия.

Ценовая политика состоит в том, что предприятие устанавливает цены на таком уровне и так изменяет их в зависимости от ситуации на рынке, чтобы обеспечить достижение краткосрочных и долгосрочных целей (овладение определенной долей рынка, завоевание лидерства на рынке, получение запланированной суммы прибыли, максимизация прибыли, выживание фирмы и т.д.).

В изучении ценовой политики и анализе обоснованности цен на продукцию предприятия важными вопросами являются следующие: установление, насколько цены отражают уровень издержек; какова вероятная реакция покупа-

телей на изменение цен (эластичность спроса); используется ли политика стимулирующих цен; привлекательны ли цены предприятия в сравнении с ценами конкурентов; чем отличается политика ценообразования на данном предприятии от ценовой политики конкурентов; как действовать при изменении цен конкурирующими фирмами; какова государственная политика в области ценообразования на аналогичные товары?

Ценовая политика предприятия должна корректироваться с учетом стадии жизненного цикла товаров. На стадии проникновения товара на рынок обычно применяют политику "снятия сливок". На стадии роста политика ценообразования должна ориентироваться на долгосрочную перспективу.

На стадии зрелости ценовая политика, как правило, нацелена на получение краткосрочной прибыли, а на стадии спада следует применять скидки, пока не появится новый товар.

Важное направление повышения конкурентоспособности продукции - совершенствование процесса товародвижения, организации торговли, сервисного обслуживания покупателей, рекламы продукции, которые являются мощными инструментами стимулирования спроса.

При анализе организации сбыта выясняют, имеются ли у предприятия фирменные магазины, какие используются методы торговли (прямая, оптовая, мелкий опт, розничная, дилеры и т.д.), какой удельный вес они занимают в общем объеме продаж и какие из них наиболее доходные, каков уровень издержек обращения, как можно уменьшить расходы, не снижая эффективности.

При этом нужно учитывать, на какой стадии жизненного цикла находится каждый товар на отдельных сегментах рынка. [43]

Нулевая стадия характеризуется изучением и апробацией идеи разработки нового товара, а потом и самого товара;

Первая стадия (выпуск товара на рынок и внедрение), на которой выясняется, будет ли товар иметь успех на рынке. Прибыль на этой стадии невысока,

[43] Экономический анализ в торговле: учеб. пособие / Под ред. проф. М.И. Баканова. – М.: Финансы и статистика, 2007.- 400 с., ил.

так как значительные средства идут на амортизацию исследований, продвижение товара на рынок;

Вторая стадия (рост и развитие продаж), на которой товар начинает приносить прибыль, он быстро покрывает все издержки и становится источником прибыли, хотя требует еще больших затрат на рекламную поддержку его продвижения на рынке.

Третья стадия (зрелость) - товар имеет стабильный рынок, пользуется спросом и приносит регулярный доход, т.е. находится в самом прибыльном периоде, так как не требует затрат на продвижение на рынок, а только на рекламную поддержку его "известности".

Четвертая стадия (насыщение и спад), на которой сначала объем продаж существенно не изменяется, а затем резко сокращается по предсказуемым и непредсказуемым причинам: товар, не претерпевающий никаких изменений, надоедает потребителям, или же исчезает потребность, которую он призван был удовлетворять. Искусство состоит в том, чтобы вовремя уловить и предвосхитить спад спроса на изделие путем его совершенствования или замены другим.

Важным для сбыта является вопрос анализа конкурентоспособности реализуемой продукции, так как сервисные услуги и реклама являются мощными факторами в конкурентной борьбе за покупателя. Они требуют дополнительных затрат, но увеличивают объем продаж и прибыль. Поэтому в процессе анализа необходимо установить, какие виды товаров продает предприятие и как это стимулирует спрос на продукцию, сколько средств затрачивается на рекламу и какова ее эффективность: прослеживается ли связь между активностью рекламы и сбыта, уровнем прибыли.

Оценка конкурентоспособности продукции основывается на исследовании потребностей покупателя и требований рынка: чтобы товар удовлетворял потребности покупателя, он должен соответствовать определенным параметрам: техническим (свойства товара, область его применения и назначения); эргономическим и эстетическим (внешний вид товара); нормативным (соответствие товара действующим нормам и стандартам); экономическим (уровень цен на

товар, сервисное его обслуживание, размер средств, имеющихся у потребителя для удовлетворения данной потребности). Задачи анализа: оценка и прогнозирование конкурентоспособности продукции; изучение факторов, воздействующих на ее уровень; разработка мер по обеспечению необходимого уровня конкурентоспособности продукции. Методика анализа конкурентоспособности продукции Г.В. Савицкой показана на рис. 17.1 [44].

Для оценки конкурентоспособности необходимо сопоставить параметры анализируемого изделия и товара-конкурента с уровнем, заданным потребностью покупателя, и сравнить полученные результаты. Важное направление повышения конкурентоспособности продукции — совершенствование процесса товародвижения, организации торговли, сервисного обслуживания покупателей, рекламы продукции, которые являются мощными инструментами стимулирования спроса.[45] Система показателей экономической эффективности в обобщенном виде характеризуется следующими составом и структурой [46].

Прибыль выступает одним из основных индикаторов финансового благополучия и жизнеспособности в ближайшей перспективе, обеспечивая возможность рассчитываться по своим обязательствам, а также финансировать и расширять производственную деятельность, увеличивать потенциал за счет капитализированных средств. В этом реализуется воспроизводственная функция. Выделяют факторы влияния в сфере производства (объем, качество, ассортимент выпускаемой продукции и т.д.), в сфере обращения (реализация, отгрузка, соблюдение договорных условий и т.д.), внутренние факторы, зависящие от хозяйственной деятельности фирмы (производительность труда, интенсивность использования ресурсов и др.), а также внешние факторы. Величина общей суммы брутто-прибыли зависит от многочисленных факторов (рис. 2.2.) [47]

---

[44] Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие / Г.В. Савицкая.- 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 345 с., гл. 17., рис. 17.1

[45] Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. – М.: Инфра—М, 2005 – 237 с.

[46] Экономический анализ: ситуации, тесты, примеры, задачи, выбор оптимальных решений, финансовое прогнозирование: Учеб. Пособие / Под ред. проф. М.И. Баканова, А.Д. Шеремета. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 656 с., ил.

[47] Там же.

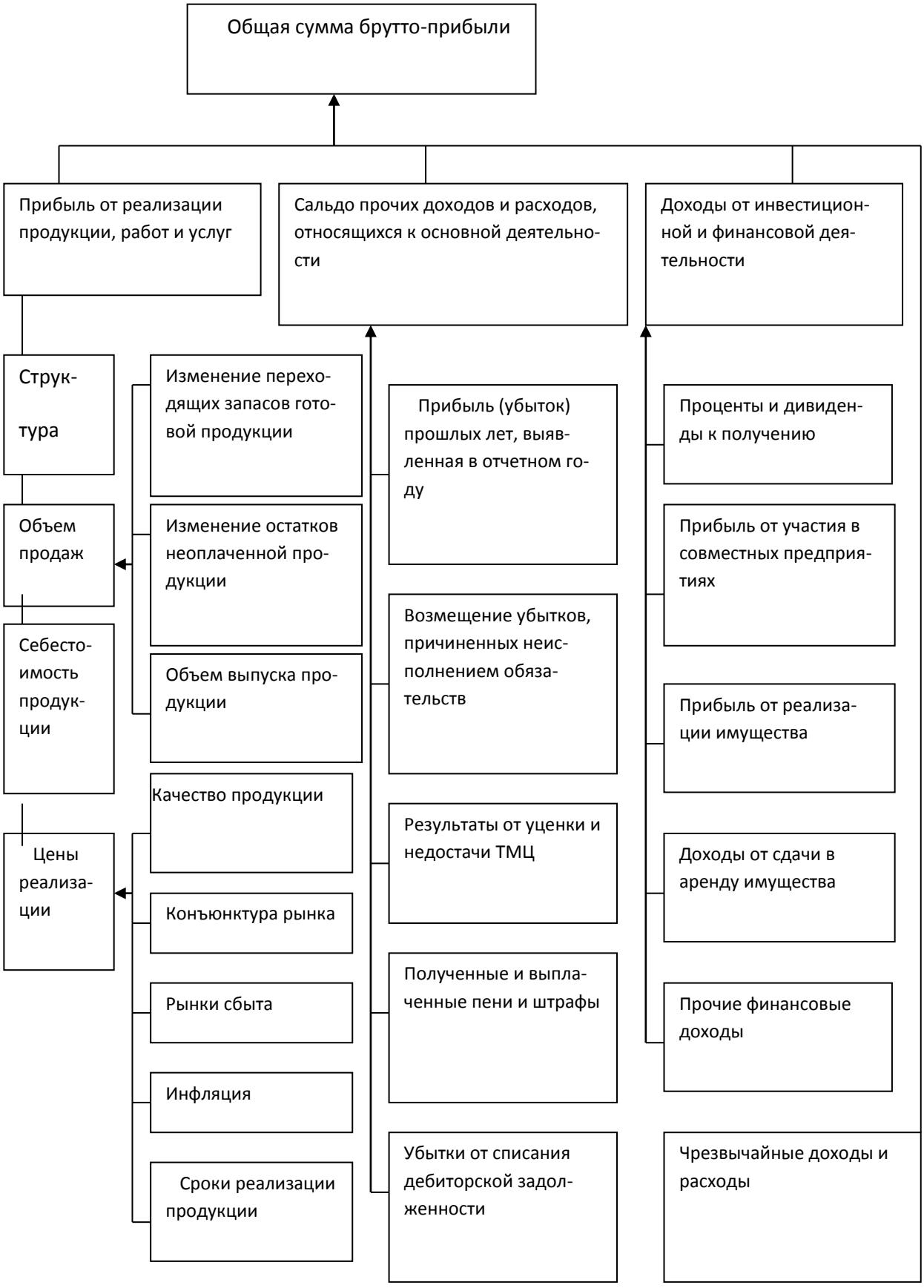


Рисунок 2.2 – Схема анализа хозяйственной деятельности торговой организации. Структурно-логическая модель факторного анализа прибыли

Обобщающие показатели: объем валовой, товарной, чистой продукции; рост производства (работ, услуг) в стоимостном выражении; производство продукции на 1 руб. затрат; относительная экономия: основных производственных фондов; оборотных фондов; материальных затрат; фонда оплаты труда; результат комплексного использования ресурсов, достигнутого уровня производства и совокупности затрат; затраты на 1 руб. товарной продукции; экономия от снижения себестоимости по всей товарной продукции; экономический эффект от повышения качества продукции.

В процессе анализа необходимо разграничить влияние внутренних и внешних факторов для объективной оценки степени эффективности хозяйственной деятельности за счет собственных резервов и возможностей.[48]

Анализ прибыли от продаж (сбыта) важен, так определяет рост потенциальных возможностей предприятия.[49]

Основные источники резервов увеличения суммы прибыли (которые определяются по каждому виду продукции): увеличение объема реализации продукции, снижение ее себестоимости, повышение качества товарной продукции, реализация ее на более выгодных рынках сбыта и т.д., представленных на рисунке 2.3.

Брутто-прибыль включает финансовые результаты от операционной, финансовой и инвестиционной деятельности, прочие доходы и расходы (до выплаты процентов и налогов); характеризует общий финансовый результат, заработанный предприятием для всех заинтересованных сторон (государства, кредиторов, собственников, наемного персонала).

Кроме того, следует иметь в виду, что размер прибыли во многом зависит и от учетной политики, применяемой на анализируемом предприятии. Закон о бухгалтерском учете и другие нормативные документы предоставляют право

[48] Басовский Л.Е., Басовская Е.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие. – М.: Инфра—М, 2006. – 366 с. С. 35.

[49] Антикризисное управление: Учебник/ Под ред. проф. Э.М. Короткова. 2-е изд.- М.: Инфра-М, 2005. - 620 с. С. 146.

субъектам хозяйствования самостоятельно выбирать некоторые методы учета, способные существенно повлиять на формирование финансовых результатов. [50]

Анализ прибыли в аспекте исследования причинно-следственных связей, факторов, оказывающих влияние на формирование как положительных, так и отрицательных тенденций, является обязательной составляющей исследования и важнейшей информационной базой для принятия управленческих решений.

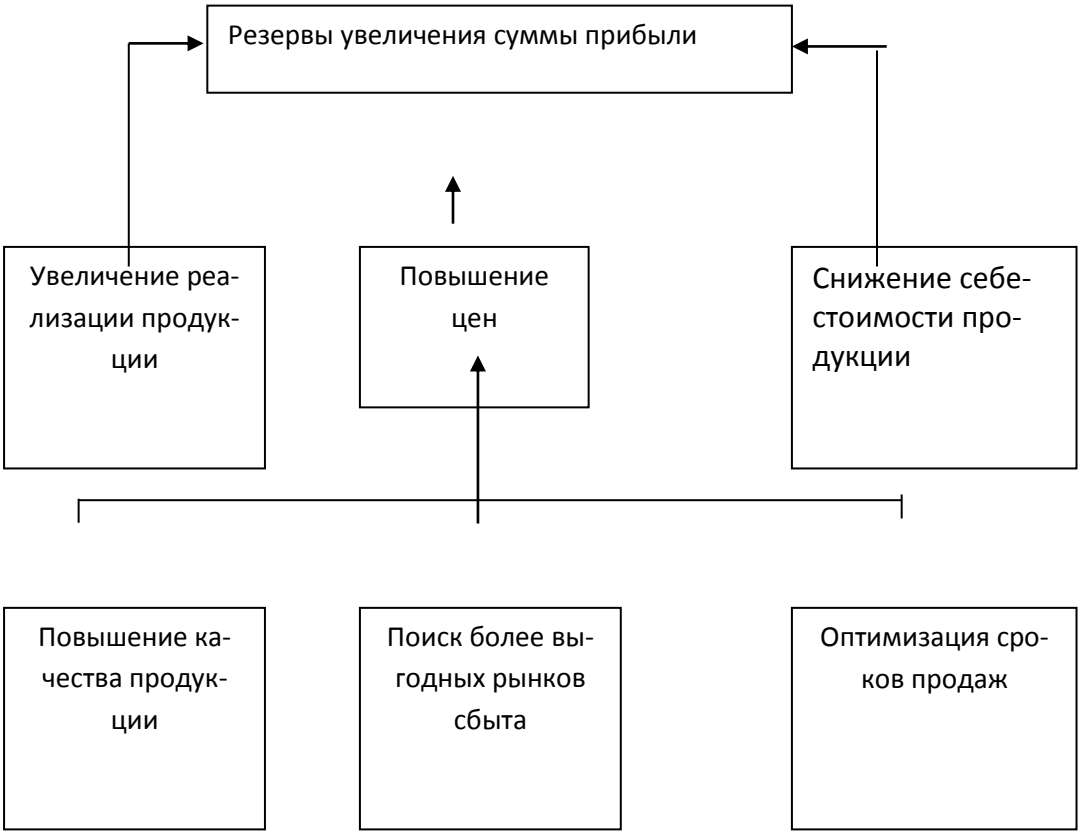


Рисунок 2.4 – Основные направления поиска резервов увеличения прибыли от реализации продукции [51]

В процессе факторного анализа устанавливается зависимость финансово-хозяйственных результатов от самых различных параметров функционирования: производственных и сбытовых расходов, отпускных цен на продукцию (товары, работы, услуги), изменения структуры производства и реализации и т.д. [52]

[50] Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / Под ред. д.э.н. проф. М.А. Вахрушиной. – М.: Вузовский учеьник, 2008. – 463 с.
[51] Там же.
[52] Басовский Л.Е., Басовская Е.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие. – М.: Инфра—М, 2006. – 366 с.

2.2 Теория анализа товародвижения

Товародвижением в маркетинге называется система, которая обеспечивает доставку товаров к местам продажи в точно определенное время и с максимально высоким уровнем обслуживания покупателей. Зарубежные авторы под планированием товародвижения понимают систематическое принятие решений в отношении физического перемещения и передачи собственности на товар или услугу от производителя к потребителю, включая транспортировку, хранение и совершение сделок.

Товародвижение является мощным инструментом стимулирования спроса и мерой эффективности системы товародвижения служит отношение затрат фирмы к ее результатам, пор этой причине задачи его экономического его анализа актуальны.

Основной результат, который достигается в системе товародвижения, — это уровень обслуживания потребителей. При анализе этого показателя учитывают то, что он – качественный, и зависит многих факторов: скорости исполнения и доставки заказа, качества поставленной продукции, оказания различного рода услуг покупателям по установке, ремонту и поставке запасных частей. К качественным показателям обслуживания относятся также: обеспечение различной партионности отгрузки товара по просьбе покупателя; выбор рационального вида транспорта; содержание оптимального уровня вида транспорта; содержание оптимального уровня запасов и создание нормальных условий хранения и складирования товаров; соблюдение необходимого, заранее оговоренного уровня цен, по которым оказываются услуги товародвижения. Ни один из упомянутых факторов сам по себе не является решающим, но все они в той или иной степени воздействуют на уровень обслуживания потребителей.[53] Исследование фактора выполняется методом элиминирования и динамических рядов. [54]

[53] Экономический анализ в торговле: учеб. пособие / Под ред. проф. М.И. Баканова. – М.: Финансы и статистика, 2007.- 400 с., ил.

[54] Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие / Г.В. Савицкая.- 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 345 с.

Результаты анализа и планирования товародвижения оказывают заметное влияние на маркетинговые программы фирмы и принятие правильных решений по выбору каналов сбыта продукции. Это, в свою очередь, влияет на величину расходов фирмы.

Важной особенностью анализа и планирования товародвижения является верное определение формы организации торговли.

Преимущество прямой доставки продукции непосредственно потребителям может быть эффективным, если количество поставляемого товара будет достаточно значимо, а рынок потребителей - сконцентрирован на ограниченном регионе. При этом реализуемая продукция требует специального вида обслуживания или должна иметься достаточная сеть собственных складов на рынках сбыта. Большинство товаров лучше реализовывать через посредников. Здесь также существуют определенные критерии выбора канала товародвижения. Прежде всего, потребительский рынок не ограничивается регионом, а разбросан по всей территории; поставки осуществляются малыми партиями и с большей частотой.

Выполняется анализ поставок по времени и по территории. При этом следует правильно, на основе сравнительного анализа [55], обосновать канал товародвижения — прямой или с участием посредника, для этого рассчитывают доли прямой реализации и через посредников, средние размеры партий по регионам и тенденции их изменения.

Во многих случаях анализ канала товародвижения является наиболее важным для принятия решения фирмы, так как она, взяв на себя функции товародвижения, должна оплачивать все возникающие расходы. Кроме того, она полностью получает и все причитающиеся доходы по доставке и реализации продукции. Указанные расходы и доходы анализируются по статьям, в динамике и по структуре. Если используются независимые (внешние) каналы товародвижения, то относительные издержки по доставке могут быть уменьшены, но при этом и прибыль будет сокращена, поскольку соответствующие торговые

[55] Там же.

организации, участвующие в процессе товародвижения, получают свою долю прибыли. [56] Общая прибыль фирмы и соответственно посредников может увеличиться, если будет достигнут рост объемов реализации товаров.[57] Результат выявляется методом маржинального анализа. [58]

При рассмотрении управления каналами товародвижения, пришли к следующим выводам. При выборе канала товародвижения основным условием является его доступность для ритэйлера. Для достижения коммерческого успеха при использовании того или иного канала товародвижения нужно тщательно проанализировать все финансовые вопросы. Необходимо провести сравнительную характеристику затрат предприятия на возможные каналы сбыта. В эти затраты входят: расходы на подбор и обучение сбытового персонала; административные расходы; затраты на рекламу и стимулирование сбыта, на организацию товародвижения, включая расходы на транспортировку, складское хозяйство; уровень комиссионных выплат.

При этом следует иметь в виду, что на начальной стадии работы предприятия сбытовые издержки возрастают, но они не носят постоянного характера.

Сравнительная оценка стоимости отдельных каналов сбыта должна также увязываться с перспективами роста объемов реализации товаров. Важно отметить и то, что выбор канала сбыта обычно связан с заключением долгосрочных соглашений между контрагентами. Неправильный выбор канала распределения может вызвать аннулирование юридических соглашений (контрактов), что, естественно, скажется на результатах работы предприятия и участвующих в этом соглашении посредников.

После того как на основе анализа установлены каналы товародвижения, перед руководством предприятия встает целый ряд задач по успешному управлению этими каналами. Решение каждой из них преследует определенную цель

---

[56] Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / Под ред. д.э.н. проф. М.А. Вахрушиной. – М.: Вузовский учеьник, 2008. – 463 с.

[57] Маштаков С. В. Стратегическое управление сбытовой деятельностью предприятия автомобилестроения : Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 : Саранск, 2005. 173 с. РГБ ОД, 61:05-8/2710

[58] Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие / Г.В. Савицкая.- 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 345 с.

.

и достигается конкретными методами экономического анализа в системе маркетинга. Организация и эффективность системы зависит от выбора каналов распределения, поэтому это их анализ - важный этап управления хозяйственной деятельностью торговой фирмы. А поскольку маркетинг предполагает комплексный экономический анализ всей деятельности фирмы, необходимо соответствующим образом вести учет, анализировать, планировать и организовывать систему продвижения продукции от предприятия-изготовителя к получателю.

Анализируют процесс организации товародвижения по этапам: выбор места хранения запасов и способа складирования, определение системы перемещения грузов, введение системы управления запасами, установление процедуры обработки заказов, выбор способов транспортировки продукции. Организация товародвижения эффективна, если все его стадии планируется как неотъемлемая часть хорошо уравновешенной и логически построенной общей системы: все элементы должны быть взаимосвязаны, пренебрежение каким-либо из них нарушает функционирование товародвижения.

Решение о числе пунктов хранения товаров принимается на математической модели, включающей затраты по созданию мест хранения и годовых издержек, связанных с доставкой материалов потребителям. Используя классический метод сравнения вариантов по минимуму приведенных затрат, можно определить количество пунктов размещения складов. Выбор пунктов размещения складов осуществляется с помощью формулы [59]

$$П_з = КЕ_н + И_с + И_м \longrightarrow \min, \qquad (2.1)$$

где $П_з$ — суммарные приведенные затраты по каждому рассматриваемому варианту сооружения складов;

К — капитальные вложения на сооружение объектов хранения;

[59] Куликов М. В.. Повышение эффективности сбытовой деятельности текстильного предприятия на основе совершенствования планирования условий реализации текстильной продукции. Московский текстильный университет им. А.Н. Косыгина . - Москва – 2000 г.

$E_н$ — нормативный коэффициент эффективности капитальных вложений;

$И_с$, $И_м$ — годовые издержки, связанные с содержанием складских хранилищ и доставкой материалов со складов в адрес потребителей.

Произведя расчет по каждому варианту размещения склада, можно определить наиболее эффективный из них.

Далее рассмотрели анализ оптовой и розничной торговли. Известно, что в процессе коммерческой деятельности каждая фирма имеет дело с проблемой реализации продукции. Обеспечение эффективности торгов при этом непосредственно связано с глубоким и всесторонним экономическим анализом рынка и рыночных возможностей производственного продукта. Анализ рыночных условий хозяйствования, разработка путей и методов внедрения товара на рынок и расширения объемов его реализации составляют особое направление в деятельности фирмы.

Оцениваются два существующих основных способа реализации: работа на заказ и работа на свободный рынок.

Оценка работа на заказ учитывает, что при этом способе предприятие работает на заранее известный рынок. Выпуск продукции осуществляется в соответствии с имеющимся портфелем заказов, заключенными контрактами, подрядами и предварительными соглашениями о поставках произведенной продукции и оказании услуг. Заранее оговариваются сроки, технические характеристики товаров, объемы поставок продукции, цены.

При оценке работы на свободный рынок учитывают, что коммерческое предприятие выпускает продукцию, работу или услуги на свободный рынок без заранее установленных ограничений относительно количественных и качественных характеристик товаров. Задачи реализации товаров включают поиски возможных рынков сбыта (учитывая их географическое расположение), выбор конкретных форм реализации, определение допустимого уровня цен на основании факторного анализа.

В действительности каждое предприятие в зависимости от профиля и особенностей выпускаемой продукции ориентируется как на предварительные заказы, так и на работу на свободный рынок, поэтому выполняется анализ хозяйственной деятельности торговой фирмы при реализации продукции на свободный рынок осуществляется как через оптовую, так и посредством розничной торговли.

Экономический анализ позволяет выявить социально-экономическую сущность оптовой торговли, которая охватывает практически всю совокупность товарных ресурсов, являющихся как средствами производства, так и предметами потребления. [60]

При анализе учитывают, что оптовая торговля — это форма отношений между предприятиями, организациями, при которой хозяйственные связи по поставкам продукции формируются сторонами самостоятельно. [61] Она оказывает влияние на систему экономических связей между регионами, отраслями, определяет пути перемещения товаров в стране, благодаря чему совершенствуется территориальное разделение труда, достигается пропорциональность в развитии регионов. Для рационального распределения торговой конъюнктуры оптовая торговля должна владеть данными анализа о текущем состоянии и перспективах оптовой реализации на региональных и отраслевых рынках.

Основными задачами анализа хозяйственной деятельности предприятий оптовой торговли являются: маркетинговое изучение рынка, спроса и предложения на продукцию производственно-технического назначения и народного потребления; изучение размещения производства товаров в необходимых потребителю ассортименте, количестве и с соответствующим качеством; своевременность, полноту и ритмичность поставок товаров в требуемом ассортименте в посреднические, розничные предприятий и др. потребителям; оценка организации хранения товарных запасов и организации ритмичного завоза и вывоза

[60] Экономический анализ в торговле: учеб. пособие / Под ред. проф. М.И. Баканова. – М.: Финансы и статистика, 2007.- 400 с., ил.

[61] Налоговый кодекс РФ (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (в посл. ред. от 15.01.2008). - Собрание законодательства РФ № 32, 2000, - статья 3340.

товаров; обеспеченности приоритета потребителя и усиление его экономического воздействия на поставщика в зависимости от надежности хозяйственных связей, качества поставляемой продукции; анализ обеспечения стабильности партнерских отношений в хозяйственных связях, взаимоувязывания по всем временным категориям (долгосрочным, среднесрочным, текущим, оперативным); оценка организации завоза товаров из регионов производства в район потребления; анализ эффективности применения экономических методов регулирования всей системы взаимоотношений между поставщиками, посредниками, потребителями; анализ снижения совокупных издержек, связанных с продвижением товаров от изготовителей к потребителям.

Анализ организационных форм оптовой торговли определяются во взаимосвязи отраслей экономики, предприятий и организаций, осуществляющие материальное производство и товарное обращение.[62]

Анализ оптовой торговли включает исследование стадий продвижения товара от изготовителей до предприятий розничной торговли, учитывают существующие следующие формы оптовой торговли: прямые связи между изготовителями и покупателями; через посреднические организации и предприятия; коммерческие контакты субъектов рынка.

Анализ прямых связей в хозяйственных взаимоотношениях между производителями и покупателями товаров показал, что они практикуются при транзитных (вагонных) поставках партии продукции, причем хозяйственные связи по поставке продукции могут быть краткосрочными (до года) и длительными (более года). Из-за быстрой смены ассортимента продукции, высоких темпов обновления ее номенклатуры, единовременного характера потребления и краткосрочности хозяйственных связей применяют оперативный анализ, требуют.

Обычно анализ показывает, что экономически целесообразнее длительные связи: анализ установил их преимущества, а именно: организация прямых длительных хозяйственных связей позволяет освобождать стороны от ежегод-

[62] Экономический анализ в торговле: учеб. пособие / Под ред. проф. М.И. Баканова. – М.: Финансы и статистика, 2007.- 400 с., ил.

ного составления договора поставки (договор оформляется на несколько лет); периодически корректировать ассортимент и поквартальные сроки поставки; отрабатывать технологию изготовления продукции и тем самым повышать ее качество; согласовывать графики производства продукции с заинтересованными предприятиями; сокращать сроки представления спецификаций; снижать документооборот в сфере обращения.

При анализе оптовой торговли через посреднические организации и предприятия (оптовые магазины и базы, мелкооптовые и фирменные магазины и др.) выявляют её экономическую целесообразность как для покупателей, приобретающих продукцию в разовом порядке или в объемах меньше транзитных норм, так и для продавцов товаров, работ и услуг.

При анализе товарооборота учитывают такие факты, как то, что коммерческие контакты субъектов рынка бывают нескольких видов: прямой товарообмен (бартерные сделки, при которых используются соглашения о поставке конкретного вида товара от одного предприятия к другому, и наоборот), аукционная торговля, при которой продавец с целью получения наибольшей прибыли использует конкуренцию покупателей, присутствующих при продаже.

Важный фактор для анализа - значимая роль в оптовой торговле товарных бирж и закупок через интернет (анализируют куплю и продажу контрактов на биржах). Анализ оптовых ярмарок – это выявление возможностей установления коммерческих контактов между производителем и потенциальными покупателями, так как их значение состоит в налаживании непосредственных деловых контактов между субъектами рынка.

Прямая форма оптовой реализации товаров — это ее торговля с целью превращения товаров в деньги и удовлетворения запросов потребителей. Реализация продукции является частью маркетинга, ее эффективность зависит от рекламной работы, исследования рынка и планирования ассортимента продукции. Операции прямой оптовой реализации товаров осуществляют производители без привлечения посредников. Прямая реализация товаров в настоящее время имеет весьма широкое распространение.

Анализ показал, что прямая форма реализации товаров имеет ряд преимуществ, позволяет изучать рынок своих товаров, поддерживать тесное сотрудничество с основными потребителями, ускоряет цикл реализации и оборот капитала, что позволяет увеличить общую сумму прибыли. Применим маржинальный анализ, может показать увеличение расходов производителя на создание запасов товаров, их хранение и транспортировку. Необходимо оценить себестоимость прямой реализации товаров промышленного назначения через собственные (изготовителя) региональные сбытовые филиалы, с помощью которых предприятие-изготовитель имеет возможность хранить продукцию и контролировать процесс ее реализации. Он дополняется комплексным экономическим анализом деятельности региональных сбытовых филиалов становятся средством прямого воздействия на рынок, при этом часть торговой прибыли получают промышленные предприятия (фирмы).

Иногда предприятия-изготовители организуют склад своей продукции у потребителя. Как правило, такой метод реализации продукции промышленного назначения распространен в развитых странах в тех случаях, когда заказчик закупает у поставщика продукцию более чем на 100 тыс. долл. ежегодно. Например, производители алкогольной и безалкогольной продукции, пива создали собственные склады в регионах по причине высокого спроса на данную продукцию и высокую рентабельность деятельности по е реализации.

Кроме сбытовых филиалов, предприятия-изготовители могут реализовать свою продукцию через собственные сбытовые конторы, которые обычно располагаются в производственных помещениях и не создают запасов.

Анализ показал, что в Российской Федерации прямая оптовая реализация продукции чаще ведется через отделы сбыта предприятий-изготовителей и реже — через оптовые сбытовые базы, созданные при предприятиях-производителях.[63]

[63] Смоляков А.В. Служба сбыта в российских компаниях: организация работы, финансирования, планирование результатов. – М.: Вершина, 2007,- 264 с.

Отдельные предприятия реализуют товары через свою розничную сеть. Промышленные предприятия (фирмы) также приобретают в собственность магазины, причин тому несколько: реализация продукции через независимые оптовые организации дороже по причине налогообложения и маржи посредника; с помощью собственных магазинов промышленные предприятия изучают рынок, исследуют новые формы торговли и технического обслуживания, собственная сеть розничных магазинов облегчает формирование и использование на практике пробного рынка для проверки и изучения спроса на новые товары.

Например, выполнив анализ эффективности собственной хозяйственной деятельности, корпорации ТНК, Лукойл и др. приняли решение о создании собственной сети АЗС, причем ТНК на АЗС построил магазины, создав сеть торговых розничных предприятий.

При прямой форме реализации товаров анализируют сравнительную эффективность прямого маркетинга (директ-маркетинг), интернет-маркетинга и телефон-маркетинг (прямой маркетинг — это прямая работа с клиентами, регулярные контакты предприятий-изготовителей со своей клиентурой, телефон-маркетинг — работа с клиентами по телефону: причем по телефону могут поступать запросы не только о товарах и услугах фирмы, но и о последующем обслуживании). Формой прямого маркетинга является не магазинная торговля, в частности, интернет – торговля и заказ по почте. Продажа товара осуществляется здесь путем привлечения покупателей через объявления в СМИ и интернет, после чего потребители могут заказать тот или иной товар по почте.

При анализе торговли по каталогам и на основе информационных писем, а также теле- и радиорекламы (которая не относится к разряду магазинной, поскольку не связана с использованием традиционных магазинов) необходимо выявить её эффективность (объем продаж и себестоимость, рентабельность, маржинальный доход). Например, в США эта форма торговли носит название «директ-мейл», и продажи по телефону и интернету охватывают широкий спектр торговых операций — от услуг по ремонту жилища до продажи программного обеспечения, музыкальных записей и подписки на СМИ, рассылки

авторских исполнений. В России такой вид продаж широко используют поставщики техники и других ресурсов для сельского хозяйства, например, фирмы «Альтаир», «Бизон» и др.

Торговые агенты различных торговых организаций и предприятий-производителей осуществляют реализацию продукции, поставляя ее покупателям на дом, в том числе по информации из интернета (интернет-магазины). Такими методами пользуются фирмы «Амвей», «Олифрейм», «Мери Кейт» и др., однако анализ из деятельности крайне затруднителен по причине непрозрачности.

Анализируют методом сравнения два способа коммерческой формы оптовой реализации товаров: через независимые оптовые организации; через агентов и брокеров. Форма косвенной оптовой реализации товаров включает следующие виды (методы) сбыта или стратегии охвата рынка: интенсивный; выборочный (селективный); эксклюзивное распределение и франшиза; нацеленный; не нацеленный. Интенсивный сбыт означает подключение к сбытовой программе всех возможных сбытовых посредников независимо от формы их деятельности. Такой вид сбыта практикуется в странах Запада для товаров широкого потребления, а также марочных фирменных товаров. Преимущество подобного вида — в наличии очень плотной сбытовой сети, а недостаток — существование большого числа мелких покупателей и сложный контроль за их платежеспособностью.

Анализ выборочного (селективного) сбыта предусматривает изучение и последующая оптимизация количества посредников, что делается по результатам анализа возможностей: обслуживания, обеспечения запасными частями, создания ремонтных мастерских и др. Чаще всего такой сбыт применяется для дорогих, престижных автотоваров через автосалоны.

Анализ эксклюзивного распределения и франшизы заключается в оценке способа охвата рынка изготовителем только через одного торговца, который обязан не продавать товары конкурирующей марки. Франшиза – предусматри-

вает долгосрочные договорные отношения между изготовителем и фирмой (франшизером), реализующей товар на ограниченной территории. [64]

Анализ «нацеленного» сбыта включает оценку комплекса мер по маркетингу, направленных на конкретную группу потребителей. Не нацеленный сбыт содержит мероприятия по маркетингу, адресованные всем потенциальным потребителям. Этот вид сбыта требует больших рекламных расходов.

Системный анализ розничной торговли позволяет изучить её как конечное звено товародвижения, замыкающим цепь хозяйственных связей,

При системном анализе розничной торговли изучается ряд функций: конъюнктура, сложившуюся на товарном рынке; спрос и предложение на конкретные виды товаров; поиск товаров, необходимых для розничной торговли; отбор товаров, их сортировка при составлении требуемого ассортимента; осуществление оплаты товаров, принятых от поставщиков; проведение операций по приемке, хранению, маркировке товаров, установление на них цены; оказание поставщикам, потребителям транспортно-экспе-диционных, консультационных, рекламных, информационных и др. услуг.

Рекомендуется выполнить сравнительный анализ розничной торговли с учетом специфики обслуживания потребителей, в соответствии с которой она подразделяется на стационарную, передвижную, посылочную. Стационарная торговая сеть — наиболее распространенная, включает в себя как крупные современные, технически оборудованные магазины, так и ларьки, палатки, киоски, торговые автоматы. При этом различают магазины самообслуживания, в которых покупатель имеет свободный доступ к товарам.

Целесообразно выполнить анализ себестоимости при торговле через «магазин-склад», каталоги, автоматы, мобильные точки. Разновидностью стационарной торговли являются также магазины типа «магазин-склад», так как в настоящее время созданы магазины, торгующие товарами по каталогам. Подобная торговля основана на предварительном отборе товара. Каталоги могут

[64] Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент: курс лекций. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2008, – 288 с.

быть выданы потенциальным покупателям, посетившим данный магазин, или разосланы им по почте. Покупатель, изучив каталоги, отобрав товар, направляет заказ с указанием своих реквизитов в магазин почтой (или по телетайпу, телефону).

Много новой информации может дать анализ потенциальных возможностей организация продажи товаров через торговые автоматы. Они удобны тем, что могут работать круглосуточно, без торгового персонала. Анализируют эффективность места установки (устанавливаются автоматы внутри магазина или вне его (на улицах, вокзалах, в кафе, вестибюле гостиниц и т.д., в институтах, автосалонах и др. людных местах), «проходимость» клиентов, . Предмет торговли - товары повседневного спроса (напитки, печенье, шоколадные батончики, жевательная резинка, сигареты и др.).

Передвижная торговая сеть способствует приближению товара к покупателю и оперативному его обслуживанию. Эта торговля может быть развозной с использованием автоматов, вагонолавок, а также разносной с применением лотков и других несложных устройств. Разновидностью данного вида торговли является прямая продажа на дому. При анализе посылочной торговли оценивают охват и обеспечение населения, предприятий, организаций книжной продукцией, канцтоварами, аудио- и видеозаписями, радио- и телеаппаратурой, лекарственными средствами.

В структуре розничной торговли анализируется ассортиментный признак, так как товары обычно объединяются в соответствующие группы (подгруппы) по признаку производственного происхождения или потребительского назначения.

В розничной торговле в связи с этим функционируют различные виды магазинов (смешанные магазины, комбинированные магазины, универсальные магазины, специализированные магазины), поэтому выполняется сравнительный анализ их прибыльности.

Необходимо изучить также состав и структуру розничного товарооборота. Показателем, характеризующим объемы и качество розничной торговли, яв-

ляется товарооборот. Под розничным товарооборотом понимается объем реализации товаров в денежном выражении, он характеризует заключительный этап движения продукции из сферы обращения в сферу потребления, констатирует общественное признание стоимости и потребительской стоимости части общественного продукта в виде конкретных видов товаров.

В розничном товарообороте определяют пропорции между производством и потреблением, спросом и предложением, реализацией и денежным обращением, объемом и структурой торговой сети, материальными и трудовыми ресурсами. Исследуют в статике и динамике показатели, как: выручка от продажи товаров в розничной торговой сети за наличный расчет и в кредит; отпуск из предприятий общественного питания продукции собственного производства и покупных товаров; выручка от продажи одежды, обуви, головных уборов, белья из пошивочных мастерских по индивидуальным заказам потребителей; выручка от продажи печатной продукции (газет, журналов, книг, плакатов) в розничной торговой сети и по подписке населению, организациям, предприятиям; выручка мастерских за химическую чистку и крашение одежды; выручка от ремонта одежды, обуви, головных уборов, часов, теле-, видео-, радиоаппаратуры, мебели и других предметов, выполненных предприятиями бытового обслуживания; выручка от ремонта и технического обслуживания автомобилей, мотоциклов, включая стоимость запасных частей, осуществляемых специализированными предприятиями; выручка от продажи автозаправочными станциями горюче-смазочных материалов, запасных частей, других средств ухода за автомобилями, мотоциклами; выручка от продажи сельхозпродукции, скота и птицы непосредственно сельскохозяйственными предприятиями, подсобными хозяйствами; прочая выручка (за раскрой тканей при продаже, доставку товаров на дом, от продажи торгующими организациями прокатным пунктам соответствующих товаров и др.).[65] Устанавливают, с помощью факторного анализа, влияние перечисленных факторов на рентабельность.

[65] Налоговый кодекс РФ (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (в посл. ред. от 15.01.2008). - Собрание законодательства РФ № 32, 2000, - статья 3340.

При анализе структуры розничного товарооборота учитывают, то что он подразделяется на макроструктуру, товарно-групповую, товарно-ассортиментную, микроструктуру.

Анализ макроструктура предусматривает оценку общего, крупного деление товаров (народного потребления и производственно-технического назначения, продовольственные и непродовольственные).

Товарно-групповая структура оценивается делением продукции по назначению, производственному происхождению (хлебобулочные изделия, овощи-фрукты, одежда, обувь, мебель, и др.). Товарно-ассортиментная структура учитывает соотношение отдельных видов продукции, входящих в определенную группу (одежда: мужская, женская, детская; мебель: для жилья, офисов, дачи и т.п.).

При изучении микроструктуры устанавливают удельный вес конкретной продукции в объеме реализации данного ассортимента. Проводят факторный анализ влияния на прибыль таких факторов: социально-демографических, которые учитывают соотношение городских и сельских жителей, рабочих, служащих, колхозников, мужчин, женщин, детей, взрослого и пожилого населения и др.; экономических, определяющие соотношение между промышленным и сельскохозяйственным производством, специализацию производства, обеспечение квалификации работников, наличие и состояние транспортных коммуникаций, оптимальные размеры, расположение, материально-техническую базу торговой (товаропроводящей) сети, географическое положение региона; климатические условия.

Повсеместно значимые позиции занимают фирмы-посредники, по этой причине актуален анализ их деятельности и роли в распределении продукции. Посреднические оптовые предприятия в целях анализа можно разделить на две группы: независимые посреднические организации и зависимые.

Независимые организации для изготовителей и получателей продукции являются самостоятельными посредническими организациями, приобретающими материалы в собственность с последующей их реализацией потребите-

лям. Зависимые посредники не претендуют на право собственности на товары, работая за комиссионное вознаграждение за выполняемые услуги. К ним относятся различные сбытовые агенты, брокеры, комиссионеры.

Определяют доли независимых оптовых посредников (группа независимых оптовых посредников, применительно к сбыту продукции промышленного назначения, называется дистрибьюторами, является наиболее многочисленной и весомой в системе материально-технического обеспечения), для чего их делят на два типа: дистрибьюторы, имеющие (или арендующие) складские помещения; дистрибьюторы, не имеющие (не арендующие) складских помещений (это - торговые маклеры, на долю которых в развитых странах приходится примерно 20% предприятий и около 10% оборота независимых посредников). На транспорте маклеры обычно имеют дело с крупногабаритными грузами, транспортировка и передача которых весьма трудоемка.

Дистрибьюторы, имеющие складские помещения, как правило, осуществляют в полном объеме коммерческую и производственную деятельность, входящую в компетенцию посредника. Их называют дистрибьюторами регулярного типа. Приобретая изделие за свой счет, они, как и торговые маклеры, принимают на себя весь риск, вызванный изменениями конъюнктуры, порчей, моральным старением и т.д. Дистрибьюторы также хранят товары, избавляя своих поставщиков и заказчиков от необходимости содержания складских запасов. Ими решается важная задача преобразования промышленного ассортимента выпускаемой продукции в торговый ассортимент в соответствии с производственными нуждами потребителей. Они занимаются транспортными операциями, кредитуют потребителей, осуществляют рекламную деятельность и, кроме того, оказывают консультационно-информационные услуги.

В зависимости от характера товарной специализации выделяют многотоварных дистрибьюторов (они не имеют строго определенной специализация и реализуют многопрофильную продукцию), а также дистрибьюторов, строго определяющих свою товарную группу. Последние классифицируются, в свою очередь, на различные категории в соответствии с количеством ассортимент-

ных позиций. Расширение ассортимента рассматривается как важный фактор повышения конкурентоспособности.

Изготовитель может продавать продукцию дистрибьюторам, которые затем самостоятельно сбывают ее непосредственно потребителям. Выбор такого канала товародвижения будет эффективным только в случае, если:

рынок разбросан, а объем сбыта в каждой географической зоне недостаточен для оправдания расходов по прямому каналу распределения;

число оптовиков (посредников) обычно превышает количество региональных базовых складов изготовителя;

изделие должно сбываться потребителям многих отраслей промышленности, а эффективный охват всех или большей их части бывает при использовании оптовых независимых посредников;

потребители предпочитают закупать изделия мелкими партиями, неудобными для складской и транзитной обработки;

разница между себестоимостью изготовления продукции и продажной ценой слишком мала для содержания собственной сбытовой организации, занимающейся проведением прямого товародвижения.

Ценность оптового посредника для изготовителя продукции во многом зависит от того, как к этому посреднику относятся потребители промышленных изделий, сможет ли посредник поставить дело таким образом, чтобы потребители продукции обращались именно к нему. Анализ на практике зависит от ряда объективных факторов.

Во-первых, оптовый посредник имеет возможность поставить изделие потребителю быстрее, чем изготовитель. Его склад обычно расположен ближе к предприятию потребителя, чем филиал сбытового органа изготовителя.

Во-вторых, услуги посредника позволяют потребителю сократить расходы на материально-техническое обеспечение и объем обрабатываемой учетной документации.

В-третьих, посредник может предложить цену несколько меньшую, чем изготовитель, который назначает ее без учета перевозки и страхования, а потребитель при этом должен сам оплачивать транспортные и страховые расходы.

Наконец, потребителю гораздо проще урегулировать спорый недоразумения с посредником, чем с изготовителем.

Эти и другие преимущества посредника дают ему возможность во многих случаях успешно конкурировать с изготовителем, обеспечивая хозрасчетные принципы своей собственной деятельности.

Агенты, брокеры и комиссионеры, в отличие от коммерческих сбытовых

структур, получающие прибыль от реализации принадлежащих им изделий, не претендуют на право собственности на товары, работая за комиссионное вознаграждение или платежи за услуги. Размер вознаграждения, оплачиваемого покупателями услуг агентов и брокеров, зависит от объема и сложности совершаемых ими сделок. На долю брокеров и агентов в оптовой торговле в развитых странах приходится примерно 9% предприятий материально-технического обеспечения и около 2% складских помещений. Агенты и брокеры, не принимая на себя право собственности, находятся в большей зависимости от изготовителя, чем независимые оптовые предприятия.

При анализе учитывают деление зависимых сбытовых посредников на промышленных и сбытовых агентов. Промышленные агенты, как правило, заменяют сбытовой аппарат предприятия, но в отличие от работников службы сбыта получают не зарплату, а комиссионное вознаграждение, размер которого составляет примерно 5-10% от объема сбыта. Сохраняя за собой формальную самостоятельность, они в большей степени, чем другие агенты, зависят от указаний поставщика. Целесообразно выявить затраты в данном случае организации торговли.

Себестоимость деятельности промышленных агентов меньше, так как они располагают только конторой и несут издержки только на её содержание, плюс расчеты с бюджетом как и у прочих агентов. В исключительных случаях они могут заниматься хранением и материальной доработкой товаров поставщика

на основе консигнационного договора, который позволяет им распоряжаться этими товарами, не становясь их собственниками. Промышленные агенты, как правило, работают на несколько изготовителей и пользуются исключительным правом сбыта на определенной территории. Поэтому они могут избегать конфликтов и иметь достаточно полный ассортимент продукции. Крупные предприятия могут иметь агентов для каждой крупной ассортиментной группы. Агенты изготовителя ограниченно влияют на маркетинговую программу изготовителя и структуру цен.

Специфика анализа деятельности сбытовых агентов в том, что они имеют дело с небольшими промышленными предприятиями и по условиям договора отвечают за маркетинг всей их продукции. По существу они превращаются в маркетинговое подразделение изготовителя и полномочны вести переговоры по ценам и другим условиям реализации. Конторы сбытовых агентов обычно расположены в крупных сбытовых центрах в непосредственной близости от потребителей.

При анализе брокерской деятельности принимают во внимание основной факт: брокеры сводят потребителей и изготовителей продукции для совершения сделки, они хорошо информированы о состоянии рынка, условиях продажи, лоточниках кредита, установлении цен, потенциальных потребителях и владеют искусством вести переговоры. Кредиты они не предоставляют, но могут обеспечить хранение и доставку продукции. Брокеры также не приобретают права собственности на товары и обычно не вправе завершить сделку без официального одобрения изготовителя. За посредничество между изготовителями и потребителями продукции брокеры получают определенную плату по соглашению сторон или в соответствии с установленной биржевым комитетом таксой.

Закупочные конторы представляют собой самостоятельные коммерческие предприятия, и их анализ выполняется как анализ коммерческого предприятия.. Оплата их услуг производится из расчета определенного процента от годовых продаж. Закупочные конторы по характеру деятельности близки к бро-

керам: предоставляют своим клиентам информацию о движении цен, сведения о потенциальных партнерах, заключают по указанию своих клиентов сделки.

Комиссионеры получают продукцию от изготовителей на принципах консигнации, состоящей в поручении одной стороной (консигната) другой стороне (консигнатору) продать товары со склада от своего имени, однако на счет консигнанта, т.е. владельца продукции. Комиссионеры располагают конторой, а также складскими помещениями для приемки, хранения, обработки и продажи изделий. Они иногда предлагают кредит, обеспечивают хранение и доставку продукции, содержат сбытовой персонал. Комиссионеры могут вести переговоры по ценам с потребителями при условии, что цены не будут ниже минимального уровня, определенного изготовителем, а также действовать в условиях аукциона. Они вправе предоставлять различного рода дополнительные услуги: рыночную информацию, помощь в заключении договоров с транспортными компаниями, контроль за качеством товара и др. Основные аспекты их анализа – себестоимость услуг и прибыльность.

Анализ аукционов — одного из видов деятельности сбытовых предприятий, осуществляемого чаще всего на рынках бывшего в употреблении оборудования, актуален как никогда в свете выросших в 2011 году в 18 раз дел о банкротстве Российских предприятий. В нашей стране аукционная форма торговли имеет благоприятные перспективы, учитывая, что объем рынка подержанного оборудования у нас довольно значителен.

Анализ организация сбытовой деятельности на Российских фирмах определяется её следующими особенностями. [66]

Важнейшими каналами сбыта в России являются торговые фирмы: оптовые, розничные, импортные, экспортные, комиссионные, консигнационные, агентские, брокерские; биржи, аукционы, торги.

Обращение товаров - движение товаров от производителей к потребителям через торговую сеть. Обращение охватывает все этапы процесса, который

[66] Смоляков А.В. Служба сбыта в российских компаниях: организация работы, финансирования, планирование результатов. – М.: Вершина, 2007,- 264 с.

проходит товар после завершения его производства и вплоть до конечного потребления, включая послепродажное обслуживание.

Сбытовая деятельность имеет ряд необходимых понятий и атрибутов, таких как рынок сбыта, каналы распределения, маркетинговая сеть, стимулирование сбыта и продаж и т.п.

Выполняется анализ основных их них:

Рынка сбыта (в широком смысле - любое экономическое пространство для предложения товаров и услуг, являющееся конечной целью хозяйственной деятельности предприятия).

Каналов распределения (канал дистрибъюции, канал товародвижения - совокупность фирм или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передавать третьим лицам право собственности на конкретный товар или услугу при их движения от производителя к потребителю).

Значимый фактор для факторного анализа уровень канала распределения (количество посредников в канале распределения, между производителем и конечным потребителем).

В теории анализа используются факторы методы побуждения, которые называются стимулированием продаж и сбыта. [67]

Выполняется сравнительный и факторный анализ стимулирование сбыта - системы мер, направленных на стимулирование покупательского спроса, ускорение процесса товародвижения и реализации товара.

Известно, что стимулирование сбыта может быть направлено по направлению к покупателю и по направлению к торговопроводящей сети, поэтому актуальны вопросы анализа эффективности стимулирования торговопроводящей сети (в т. ч. оформление мест продаж; мерчендайзинга), способов и типов стимулирования продаж.

Анализ типов стимулирования продаж – это прежде всего анализ методов, стимулирующие продажи и ориентированные на потребителя или на

[67] Смоляков А.В. Служба сбыта в российских компаниях: организация работы, финансирования, планирование результатов. – М.: Вершина, 2007,- 264 с. С.20-45.

продавца. Например, анализ эффективности демонстрация товара в магазине в крупных магазинах с наплывом публики.

При анализе стимулирование покупателей сопоставляются затраты на стимулирование (сэмплинг, дегустации, демонстрации; купоны, льготные покупки, скидки, премии; конкурсы, розыгрыши, игры, лотереи, викторины для потребителей, клубные карты, бонусы, бонусные карты и др.) и полученный результат.

По итогам комплексного экономического анализа товарооборота разрабатываются управляющие воздействия и проектные предложения для лиц, принимающих решения (проекты приказов для ЛПР).

2.3 Анализ функций торговой деятельности

Торговая деятельность часто реализуется в виде оптовой торговли, поэтому рассмотрели понятие «оптовая торговля» в контексте сбытовой деятельности фирмы. Оптовые торговые предприятия оказывает услуги производителям товаров и розничной торговле. В результате ее деятельности товар приближается к потребителю, но еще не попадает в сферу личного потребления, так как конечной стадией движения товаров от производства до потребителя является розничный товарооборот.

Розничная торговля завершает процесс обращения товаров: товар из сферы обращения переходит в сферу потребления. Согласно инструкции по заполнению унифицированных форм федерального государственного статистического наблюдения №№ П-1 … П-4. утвержденной Государственным комитетом РФ статистике (Госкомстатом России) от 19.01.2000 № 4, оборот розничной торговли представляет стоимость проданных населению потребительских товаров за наличный расчет или оплаченных по кредитным карточкам, по расчетным чекам банков, по перечислениям со счетов вкладчиков (что также учитывается как продажа за наличный расчет). Важнейшая задача оптовой торговли – планомерно регулировать товарное предложение в соответствии со спросом.

Объективная возможность успешно решить эту задачу, обусловлена промежуточным положением оптовой торговли: в ней концентрируется значительная часть товарных ресурсов, что позволяет не ограничиваться операциями пассивного характера, а активно влиять на сферу производства, розничную торговлю и через нее – на сферу потребления.

Оптовая торговля как никакое другое звено, связанное со сбытом, она способна активно регулировать региональные и отраслевые рынки за счет накопления и перемещения товаров. Оптовые предприятия призваны совершенствовать звенность товародвижения, развивать централизованную поставку и кольцевой завоз товаров.

В настоящее время наряду с положительными факторами в деятельности оптовых предприятий имеются существенные недостатки. Нередко не соблюдаются сроки поставки товаров, нарушаются договорные обязательства по объему, ассортименту и качеству поставляемых товаров.

От работы оптовой торговли во многом зависит эффективность функционирования всего народнохозяйственного комплекса, сбалансированность внутреннего рынка, удовлетворение растущих потребностей людей. В будущем, по мере развития рынка, сфера оптовой торговли будет значительно расширена. Усиление роли товарно-денежных отношений связано не только с развитием оптовой торговли предметами потребления, но и с переходов к оптовой торговле средствами производства. Эти две формы становятся важнейшими каналами планомерного движения материально-технических и товарных ресурсов.

Основной показатель хозяйственной деятельности предприятий и организаций оптовой торговли – оптовый товарооборот. Он представляет собой продажу товаров народного потребления и производственного назначения для последующей реализации населению, а также поставку для внерыночных потребителей и экспорта. Оптовый товарооборот отражает переход товаров из сферы производства в сферу обращения и их движение внутри сферы обращения. Его объем, структура, виды и формы товародвижения предопределяют другие важнейшие показатели хозяйственной деятельности.

Основная цель анализа сбытовой деятельности оптовых предприятий – выявление, изучение и мобилизация резервов развития товарооборота, улучшения обслуживания покупателей, совершенствования товародвижения. В процессе анализа необходимо дать оценку выполнения планов сбыта; изучить реализацию в динамике; выявить и измерить влияние факторов на сбытовую деятельность.

Также требуется изучить причины недостатков в сбытовой деятельности, если они имеются, и разработать меры по их устранению и предупреждению; определить стратегию и тактику сбытовой деятельности оптового предприятия. Анализ должен показать, как оптовое предприятие в своей хозяйственной деятельности учитывает социально-экономическое развитие обслуживаемого региона, производственные возможности промышленных предприятий и других поставщиков, наличие у них товарных ресурсов, объем и структуру предполагаемого поступления товаров из других регионов республики, ближнего и дальнего зарубежья. [58]

Оптовая торговля играет существенную роль в системе экономических связей между районами страны, отраслями производства, изготовителями товаров и розничной торговлей, так как она осуществляет хозяйственные связи, выступает в качестве заказчика товаров, в ее функции входят закупка и завоз товаров от предприятий-изготовителей (например, расфасованной воды).

Она активно вовлекает в товарооборот местные товарные ресурсы (к примеру, воду «Аксинья» и др.) и проводит децентрализованные закупки товаров из различных источников. Организуя завоз товаров, фирма контролирует, соблюдает ли промышленность договорные обязательства по поставкам товаров соответствующего ассортимента и качества, строго в обусловленные сроки. На складах оптовых фирм закупленные товары разбраковываются, уцениваются в случае их несоответствия запросам покупателей, снижения потребительских качеств.

На макроуровне сбытовая деятельность выполняет различные рыночные функции: интегрирующую – по обеспечению взаимосвязи между партнерами-

производителями, продавцами и покупателями – по нахождению оптимальных каналов сбыта продукции; оценочную – по определению уровня общественно необходимых затрат труда через ценообразование; организующую и регулирующую – по обеспечению рационального построения и гармоничного функционирования экономической системы с помощью импульсов, стимулирующих структурные изменения. [68]

Макроэкономические функции сбытовой деятельности трансформируются на микроуровне в разнообразные подфункции или функции фирм, среди них можно назвать следующие функции: экономической интеграции территорий и преодоление пространственного разрыва; преобразования производственного ассортимента в торговый ассортимент товаров; формирования запасов для страхования от изменений спроса на товары; сглаживания цен; хранения; доработки, доведения товаров до требуемого качества, фасовки и упаковки; кредитования своих клиентов, особенно мелких розничных предприятий; маркетинговых исследований рынка и рекламы.

Развитие рыночных отношений способствует возникновению новых элементов в деятельности сбытовых фирм, например, предоставление разнообразных услуг по управлению и консалтингу своим клиентам.

Функции сбыта товаров оптом можно подразделить также на два вида: традиционные – главным образом организационно-технические (организация оптовой купли-продажи, складирование и хранение запасов, преобразование ассортимента товаров, их транспортировка); новые, возникающие под влиянием развития рынка.

Оптовые фирмы организуют завоз товаров в различные районы страны, благодаря чему совершенствуется территориальное разделение труда. Осуществление транспортной функции проявляется при доставке товаров со складов предприятия в розничную сеть или внерыночным потребителям своего региона.

[68] http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_economic_law

Всех оптовиков можно разбить на четыре группы[69]: оптовики-купцы; оптовики с полным циклом обслуживания, торговцы оптом, дистрибьюторы товаров промышленного назначения, оптовики с ограниченным циклом обслуживания, оптовики, торгующие за наличный расчет без доставки товаров, оптовики-коммивояжеры, оптовики-организаторы, оптовики-консигнанты, сельскохозяйственные производственные кооперативы, оптовики посылторговцы.

Дистрибьюторы товаров промышленного производства продают их преимущественно сбытовым фирмам, а не розничным торговцам. Они предоставляют своим контрагентам следующие услуги: хранение товарных запасов; кредитование и доставка товаров.

Кроме того, дистрибьюторы могут заниматься также широкой товарной номенклатурой (в этом случае их часто называют снабженческими домами), смешанным или специализированным ассортиментом товаров.

Оптовики-консигнанты торгуют на условиях консигнации, т. е. сохраняют за собой право собственности на товар, а счета различным торговцам выставляют только за то, что купили потребители. Таким образом, оптовики-консигнанты оказывают следующие услуги: доставку товаров; установку стеллажей для размещения товаров; поддержание товарно-материальных запасов; финансирование. Оптовики-консигнанты не занимаются стимулированием сбыта, так как имеют дело с множеством широко рекламируемых марочных товаров.

Брокеры и агенты отличаются от оптовиков-купцов по следующим показателям: они не берут на себя право собственности на товар и выполняют ограниченное число функций (их основная функция – содействие купли-продажи; за свои услуги они получают комиссионное вознаграждение от двух до шести процентов продажной цены товара); обычно специализируются либо по типу предлагаемого товарного ассортимента, либо по типу обслуживаемых ими клиентов.

[69] http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_economic_law

Агенты производителей. Такие агенты представляют интересы двух или нескольких производителей товаров, дополняющих друг друга. Они заключают официальное письменное соглашение с каждым отдельным производителем в отношении политики цен, территориальных границ деятельности, услуг по доставке товаров, выдаваемых на эти товары гарантии и размеров комиссионных ставок. Агент производителя хорошо знаком с товарным ассортиментом и организует сбыт его товаров, опираясь на свои контакты с покупателями. К услугам агентов фирм производителей прибегают при торговле одеждой, мебелью, электротоварами. [70]

Стоит сказать о воздействии оптовой торговли на промышленность и розничную торговлю. Отмечу, что оптовая торговля занимает промежуточное положение между промышленностью и розничной торговлей, активно воздействует на производство и реализацию населению товаров[71]Воздействие оптовой торговли на промышленность направлена на увеличение выпуска, расширение ассортимента, повышение качества, ритмичную поставку товара. Основными формами воздействия оптовой торговли на промышленность являются: предварительные заказы, пятилетние соглашения, оптовые ярмарки, договоры поставки, договоры содружества, средства массовой информации. [72]Договоры поставок оптовых баз с промышленными предприятиями устанавливают хозяйственные связи между ними. Договоры заключают на год, на пять лет и т.д. При прямых длительных связях.

Договоры содружества заключают между общественными организациями предприятий торговли и промышленности. Договоры являются средством для повышения эффективности экономических связей.

Средства массовой информации (газеты, радио, телевидение) широко используются работниками оптовой торговли для воздействия на промышлен-

[70] http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_economic_law

[71] Маштаков С. В. Стратегическое управление сбытовой деятельностью предприятия автомобилестроения : Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 : Саранск, 2005 173 с. РГБ ОД, 61:05-8/2710

[72] Куликов М. В.. Повышение эффективности сбытовой деятельности текстильного предприятия на основе совершенствования планирования условий реализации текстильной продукции. Московский текстильный университет им. А.Н. Косыгина . - Москва – 2000 г.

ность и на потребителя. С помощью этих средств привлекается внимание общественности к поставщикам, выпускающим товары низкого качества, которые не пользуются спросом у покупателя.

В свою очередь оптовая торговля активно воздействует на предприятия розничной торговли, оказывая им, помощь в расширении ассортимента, повышении качества товаров, увеличении доли фасованных товаров, организации передовой технологии доставки и продажи товаров, улучшении обслуживания покупателей.

В зависимости от объема, структуры, видов и форм определяются показатели хозяйственно-финансовой деятельности предприятия.

Различают первичный оптовый оборот – это продажа товаров промышленными предприятиями непосредственно розничной торговле и оптовым предприятием, и посреднический оборот – это продажа товара оптовыми предприятиями – розничным.

По размеру оборота различают: крупный, средний и мелкий товарооборот. Крупный оптовый товарооборот возникает при получении товаров от предприятий крупными партиями и отправке их по звеньям оптовой торговли.[73]

Средний оптовый товарооборот образуется у оптовых предприятий, которые покупают товар не только у промышленности, но и других крупных оптовых предприятий.

Мелкий оптовый товарооборот образуется на оптовых базах у низовых оптовых предприятий.

В зависимости от назначения товарных ресурсов оптовый товарооборот разделяется на три вида: оборот по реализации, внутрисистемный и межреспубликанский.

Оптовый товарооборот по реализации включает продажу товаров организациям и предприятиям розничной торговли, расположенным в районе деятельности оптового предприятия.

[73] http://www.4p.ru/main/theory/

Внутрисистемный оптовый товарооборот определяет взаимный отпуск товаров оптовыми предприятиями в одну систему в пределах одной республики, а межреспубликанский товарооборот охватывает продажу товаров за пределы республики на основе свободной купли-продажи.

Таким образом, внутрисистемный и межреспубликанский оптовый товарооборот отражают движение товаров между звеньями оптовой торговли.

Сумма трех видов оптового товарооборота составляет валовой оптовый товарооборот.

Оптовый товарооборот по каждому из трех видов подразделяется на две формы: складской – продажа товаров со складов оптовых предприятий (завезенные на склады товары проверяются, сортируются, комплектуются и т. д.); транзитный – поставка товаров производителями непосредственно розничной торговле, опту, минуя промежуточные звенья.

Оптовая продажа товаров транзитом может проводиться с участием в расчетах (с вложением средств) и без участия в расчетах (организуемый оборот).

Транзитный оборот с участием в расчетах рассчитывается сначала с поставщиками, а затем в качестве продавца товара предъявляет счета для оплаты покупателям. При этом оптовые предприятия используют свои оборотные средства, пользуются кредитами банков, уплачивают в бюджет налог на прибыль, получают оптово-сбытовые скидки.

Транзитный оборот без участия в расчетах предусматривает лишь посредническую деятельность оптовой торговли, расчеты же за товары производители и покупатели ведут непосредственно между собой. Роль оптового звена ограничивается организацией договорных связей и поставок товаров. Оно участвует в размещении заказов и составлении спецификаций на товары, контролирует ход их отгрузки. В этом случае оптовые предприятия не получают оптово-сбытовые скидки[74]В процессе сбытовой деятельности предприятия ре-

[74] Шеремет А.Д. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности, - М.: ИНФРА-М, 2006, – 415 с.

шают целый ряд задач и оценивают их с позиции достижения поставленных целей. Множество таких задач целесообразно разделить на две группы: задачи, связанные с реализацией, и задачи, связанные с закупками товаров и услуг.

В условиях рыночных отношений, во-первых, необходимо исследовать процесс сбыта в разрезе покупателей (промышленных и розничных предприятий, частных торговцев и т.д.), степень удовлетворения их потребностей и оценить уровень конкуренции, и какое место занимает оптовое предприятие на товарных рынках, какие планы оно имеет в предстоящем периоде и т.д. [75]

Для этого предприятию необходимо использовать различные методы маркетингового исследования всех сторон товарных рынков. Во-вторых, необходимо выполнить анализ источников закупок (провести маркетинговые исследования закупок), правил отбора по определенным критериям поставщиков товаров, выработке мер по активизации закупок (использование инструментов маркетинга закупок), условий разовых и постоянных закупок, концентрации и распыления заказов, изучить политику цен, осуществлять контроль над поступлением товаров. [76]

Из приведенных положений видно, что главным для предприятия являются определение потребностей покупателей, установление постоянных связей и нахождение источников приобретения товаров в целях полного удовлетворения указанных потребностей. Деление задач на две группы позволяет более глубоко исследовать сбыт товаров и услуг. Равномерность отгрузки и реализации товаров в сбытовой деятельности имеет важное значение: своевременная и равномерная поставка товаров магазинам и предприятиям общественного питания обеспечивает успешное выполнение плана, высокие темпы его роста в динамике и качественное обслуживание покупателей (потребителей). В случаях, когда неритмичная поставка товаров произошла по вине поставщиков (промышленных предприятий и др.), следует предусмотреть создание на складах

[75] http://rudiplom.ru/lecture/marketing

[76] Экономический анализ в торговле: учеб. пособие / Под ред. проф. М.И. Баканова. – М.: Финансы и статистика, 2007.- 400 с., ил.

оптового предприятия резервных товарных запасов и принять соответствующие меры воздействия к поставщикам, нарушающих договоры поставки. [77]

Товары должны отгружаться, в первую очередь, наиболее дальним покупателям т.к. до конца месяца не всегда возможно поступление денежных средств на счета в банке за отгруженные во второй половине месяца товары.

Одно из основных условий успешного выполнения плана и высоких темпов роста сбыта – правильная организация. На фирмах ведется оперативный контроль, как за отгрузкой, так и за реализацией товаров. Каждому складу устанавливаются планы и графики поставки товаров отдельным покупателям на месяц, по декадам, а нередко и отдельным дням. На основании данных товарно-транспортных накладных и других документов в специальных таблицах определяют фактические объемы отгрузки товаров за день (пятидневку, неделю или декаду) и нарастающим итогом с начала месяца. По этим данным можно установить отклонения от плана по поставке товаров за день (пятидневку, декаду) и с начала месяца отдельным получателям (в ассортиментном разрезе и по общему объему поставки) и принять оперативные меры по улучшению товароснабжения. На каждом складе, кроме того, осуществляют оперативный контроль за движением товаров и состоянием товарных запасов в развернутом ассортименте, данные которого используются в повседневной торгово-коммерческой работе с покупателями.

На основании данных выписок из счетов в банке и приложенных к ним документов оптовое предприятие оперативно контролирует ход поступления денежных средств за реализованные товары, выполнение плана и динамики товарооборота. Эта информация используется при оперативном анализе издержек обращения, финансовых результатов, платежеспособности оптового предприятия и разработке мер по улучшению его хозяйственной и другой деятельности. Применение ПК позволяет автоматизировать оперативный анализ отгрузки товаров, оптового товарооборота, товародвижения.

[77] http://rudiplom.ru/lecture/marketing

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ И МЕТОДИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

3.1 Проблемы системного подхода и системного анализа

В последние годы торговая отрасль России, представленная множеством хозяйственных товариществ и обществ, индивидуальных предпринимателей, интенсивно развивается. В соответствии с действующим законодательством, предприятия торговли действуют самостоятельно, на свой страх и риск, а любое вмешательство в их деятельность не допускается.

В то же время торговая отрасль развивается, демонстрируя экономический рост и другие системные закономерности сложной организационной самоорганизующейся социально-экономической системы. За счет изменения своих свойств такие системы обладают способностью устойчиво сохранять характер взаимодействия с внешней средой, несмотря на возможные изменения внешних и внутренних факторов.

Общесистемные свойство, присущие данному виду систем (эффективность и надежность функционирования, самоорганизация, устойчивость и др.), требующие дальнейшего углубленного исследования, прежде всего на методологическом уровне, с цель создания в перспективе самоорганизующихся организационных систем, имеющие заданный тренд развития. Управление сложными организационными системами, к которым указанная система, может быть осуществлён на основе системного подхода, который позволяет адекватно решать поставленную проблему.

В связи с этим представляют интерес обоснования проблема системного подхода и системного анализа к исследованию и управлению развитием торговой отрасли как организационной социально-экономической системы.

Для понятия «система» в настоящее время не существует единого определения. В самом общем смысле система — это «совокупности элементов,

находящихся во взаимодействии, или как множества, для элементов которого определены некоторые отношения». Такое определение требует уточнения [78] .

Системы являются предметом рассмотрения такой научной дисциплины, как теория сложных систем. Основополагающая работа в данном направлении выполнена в А.А. Богдановым в начале двадцатого века и получила дальнейшее развитие в трудах фон Берталанфи в середине прошлого века. Предметом данной теории стали явления и закономерности, присущие всем системам, независимо от их субстациональной сущности. В итоге, отмечал проф. В.И. Новосельцев, разработаны не новые инструменты для управления сложными системами, но создана еще более абстрактная теория, чем существующие математические теории, поэтому потребовался переход к многомерной научной парадигме, в рамках которой специальные науки являются первым иерархическим уровнем изучения, а системные исследования — координирующим, более высоким, уровнем изучения проблемы. Около пятидесяти лет назад началась разработка научно-методического аппарат для реализации системного подхода, К настоящему времени системный подход реализовался посредством системного анализа — методологии исследования объектов посредством представления их в качестве систем с последующим анализом этих систем. Методы системного анализа применяются для выявления и четкого формулирования проблемы при наличии большой неопределенности.

Предмет системного анализа и его место в общей структуре научных знаний определяется прежде всего тем, что он воплощает на практике идеологию системного подхода к изучению природных и общественных явлений с целью разрешения возникающих проблем. Системный подход и системный анализ — не идентичные понятия, так как первый из них является концептуальной основой, а второй – наполняет концепцию конкретным содержанием, он выступает преемником исследования операций. [79]

---

[78] Теоретические основы системного анализа /Новосельцев В.И. [и др.]; под ред. В.И. Новосельцева. – М.: Майор, 2006. — 592.: ил.
[79] Там же. — С. 17.

Основополагающие принципы исследования операций как направления кибернетики, основанного на аппарате математического программирования, теории марковских процессов, математической статистики были в свое время изложены Е.С. Вентцель в одноименной книге. [80]

С начала девяностых годов в России публикации по данной теме малочисленны, причем характерной чертой некоторой части работ по экономическим наукам является провозглашение системного подхода при несистемности исследований. В этом нетрудно убедиться, изучив электронные ресурсы Российской государственной публичной библиотеки.

В то же время зарубежные ученые продолжают развивать данное научное направление, которое в итоге привело к инновационному развитию большинства развитых и даже развивающихся стран. Являющиеся научной базой математические методы исследования операций расширяются за счет применения: логико-лингвистических моделей («мягкие» лингвистические процедуры), положений теории нечетких множеств, теорий игр, катастроф и конфликтов, новых имитационных моделей дискретных систем. Иллюстрацией к положению дел могут послужить факты получения нескольких Нобелевских премий за работы, связанные с применением методов исследования операций. Однако системные исследования зачастую применяются в структуре транснациональных корпораций, других подобных структур, они есть носят закрытый характер, так как составляют основу конкурентоспособности экономических субъектов.

Применимость данного методического подхода теоретически и практически доказана для управления развитием социально-экономических систем. [81]

Так как управление в торговых системах обеспечивается за счет управления отдельными элементами, из всей совокупности необходимо выделить две группы элементов, относящихся к управляющей и управляемой подсистемам, каждая из которых имеет специфическую структуру. Процесс управления основан на обработке и анализе информации, которая поступает от элементов си-

[80] Вентцель Е.С. Исследование операций: задачи, принципы, методология. — М.: Лабиринт, 2010 г.
[81] Теоретические основы системного анализа /Новосельцев В.И. [и др.]; под ред. В.И. Новосельцева. – М.: Майор, 2006. – С. 17.

стемы и извне. В результате анализа оперативной информации выясняется необходимость вмешательства в режим работы управляемых объектов и характер требуемых воздействий. Для осуществления упомянутого вмешательства используется «управляющая» информацию, которая при посредстве управляющей структуры сложной организационной системы, по каналам коммуникации (средствам передачи данных — СПД) поступает к управляемым объектам и используется для корректировки режимов работы торговой системы.

В управляющих структурах торговых систем процесс переработки информации имеет сложный характер и осуществляется, в несколько этапов: первичная информация подвергается различным преобразованиям, оцифряется, передается по СПД (обычно по Интернету). По прибытию в управляющие объекты — сортируется, переформатируется, запоминается в накопителях (винчестер, съемное устройство) управляющих компьютерных систем архивируется, Дальнейшая обработка информации носит характер подготовки исходных данных для лица, принимающего решения (ЛПР) о необходимости вмешательства в режимы работы управляемой подсистемы (визуализируется — представляется в виде таблиц, графиков), а при необходимости — выработки проектов управляющих решений (ПУР). Совокупность преобразований, которым подвергается информация, называют оператором переработки информации (оператор первичной обработки информации содержит этапы от сбора и оцифрения до запоминания в накопителях, оператор вторичной обработки информации — переформатирует и передает по СПД, и оператор последующей обработки информации её обрабатывает и визуализирует, оператор управления вырабатывает ПУР для ЛПР и передаёт управляющие воздействия объектам и субъектом управляемой системы. Процесс переработки информации характеризуется технологией, в настоящее время развивается наука о технологизации управления социально-экономическими системами. Сложная система в основе своей структуры имеет системообразующий фактор, или целевую функцию, так как управление предполагает наличие цели, миссии, для осуществления которой осуществляется процесс управления. Если принятие решения обеспечивает экс-

тремум некоторого критерия управления например, максимальную эффективность федеральной торговой сети (максимизация выручки от реализации, балансовой прибыли), то управление называется «экстремальным» и «оптимальным».

Системный подход предполагает сопоставимость ресурсов и возможностей со способностью достижения цели торговых систем. Итак, для управления торговой системой необходимы: системообразующий фактор, структуирование (оно сопровождается уменьшением энтропии),[82] механизм функционирования и динамика развития.

В соответствие с изложенным системным подходом, вход торговой отрасли как организационной системы характеризуется использованием трудовых, материальных и финансовых ресурсов, технологических способов, научных знаний. Выход системы — это совокупность благ, служащих для удовлетворения потребностей вне этой системы. Структурообразующей основой хозяйствующей системы, определяющей связи и характер взаимодействия ее элементов, являются экономические и управленческие отношения. Факторы, с помощью которых возможно управление системой, назовём «факторами управления», а относительно инвариантные параметры – «конструктивными факторами». Процесс функционирования торговой системы сложен, поэтому хозяйственная система разделяется на множество подсистем, которые могут быть связаны между собой как горизонтальными (по подразделениям), так и вертикальными (по подчиненности) взаимодействиями. Вход или выход каждой подсистемы является выходом или входом другой подсистемы, осуществляется на договорных началах, носит характер нечетких множеств.

В процессе функционирования системы выявляется определенная иерархия подсистем. Исследуемая система имеет все признаки приведенных В.И. Новосельцевым[83] системных проблем: слабая структуированность, конфикт-

[82] Курочкин В.Н. Надежность и эффективность функционирования сложных технологических систем машиноиспользования. — М.: ВИМ, 1993. —180 с.
[83] Теоретические основы системного анализа /Новосельцев В.И. [и др.]; под ред. В.И. Новосельцева. – М.: Майор, 2006. – 592 с.

ность, неопределенность, неоднозначность, наличие риска, многоаспектность, комплексность, саморазрешимость и эволюционность. Отмеченные общесистемные свойств обоснованы в работах фон Л. Берталанфи, Дж. Неймана, С.Л. Оптнера, В.Н. Буркова, Н.Н. Моисеева, В.И. Новосельцева, А.И. Уемова и др.

Первым этапом разработки методов управления развитием такими системами является вербальное описание и формализованная схема, затем - математическая модель. Она позволяет изучать поведение социально-экономической системы при изменении входящих факторов, а также исследовать её управляемость и способы управления, самоорганизацию торговой системы. При построении формального описания торговой системы её необходимо разделить на подсистемы и элементы, затем разработать структуру и алгоритм управления. В формализованной схеме элемент выступает как объект, не подлежащий при данном рассмотрении системы дальнейшему дроблению, его внутренняя структура не рассматривается. Исследуются свойства элемента, определяющие взаимодействие с другими элементами системы и оказывающие влияние на характер системы в целом. Бусленко Н.П. отмечал: «Формально любая совокупность элементов данной системы вместе со связями между ними может рассматриваться как ее подсистема.... Заметим, что подсистемы сложной системы сами могут быть сложными системами, которые легко расчленить на соответствующие подсистемы».[84] В самом деле, рассмотрев торговую отрасль как сложную систему, можно придти к выводу о необходимости её разделения на подсистемы, каждая из которых в свою очередь представляет собой сложную систему, также состоящую из ряда подсистем.

Необходимость моделирования связана с такой характерной особенностью торговой системы, как её сложность, т.е. наличие большого числа взаимно связанных и взаимодействующих элементов. Наряду с этим фактором сложность торговой системы обусловлена многочисленностью организационных ситуаций, необходимости рассмотрения прогнозных сценариев развития и прак-

[84] Лекции по теории больших систем./ Бусленко Н.Н., Калашников В.В., Коваленко И.Н. – М.: Советское радио, 1973. – 438 с.

тической невозможностью проведения натурных экспериментов, хотя в определенных случаях он может выполняться; например, для проверки адекватности теоретически обоснованных решений. Прямое экспериментирование требует затрат времени и финансов, согласования с собственниками предприятий, компенсации их возможных потерь, страхования рисков. Кроме того, экспериментальная проверка решений или связана с экстремальными ситуациями, или может привести к их возникновению, поэтому такая проверка способна привести к банкротству предприятия. С помощью имитационного моделирования можно упростить реальную систему, проранжировав факторы, рассмотрев значимые, и разработать сценарии развития при требуемой доверительной вероятности для такого рода исследований результатов 0,9 – 0,95, допустимой погрешности не более 10-15%, а также проверив их адекватность по известным критериям. Для моделирования необходимо сформировать репрезентативное информационное обеспечение, на основе которого имитируются сценарии развития торговой системы. Например, можно предположить ситуацию, которой пока нет (но может возникнуть). Также можно описать закономерность или явление, которое еще не существует. Поэтому имитационное моделирование (машинный эксперимент) — единственный способ анализа развития торговой системы, выявления закономерностей её функционирования, оценки альтернативных вариантов и экономических последствия возможных решений в реальных, стохастических условиях функционирования.

Случайные воздействия приводят к изменению значений некоторых параметров системы, а иногда и к изменению ее структуры (технологические отказы как нарушение работоспособности элементов и как параметрические отказы системы в целом). Вызванные ими нарушения нормальных режимов функционирования, как правило, сказываются на качестве работы сложной торговой системы. На математических моделях реально исследование торговой системы с учетом вероятностных факторов и общесистемных свойств: самоорганизации, эффективности, надежности и качества управления, устойчивости.

Рассмотрели самоорганизацию торговой системы и установили: она способна под воздействиями внешней среды путем последовательного изменения своих свойств прийти к некоторому устойчивому процессу функционирования, при котором воздействия внешней среды влияют в допустимых пределах, то есть за счет изменения своих свойств они обладают способностью устойчиво сохранять характер взаимодействия с внешней средой, несмотря на возможные изменения внешних и внутренних факторов. Так как торговые системы функционируют в условиях действия большого числа случайных факторов, результаты носят случайный характер: события рассматриваются как случайные.

В результате исследований удалось установить, что торговая система функционирует в соответствии с законами организационных систем: синергии (организационный эффект), самосохранения (влияет на адаптивность, устойчивость торговой системы). В соответствии с теорией организаций, направления самосохранения торговых систем — это: сокращение несущественных элементов системы и отказ от непрофильных функций и структур; замена элементов более надежными (простыми); экономия всех видов ресурсов; резервирование; реорганизации и оптимизация внутренних процессов; защита структур; ремонт и восстановление; превентивное антикризисное управление.

Закон развития торговых систем представляет собой процесс перехода из состояния в состояние (по принципу Марковской цепи) в основном случайного характера, самосовершенствования системы, сохранения устойчивости за счет развития и изменчивости. Из теории известно, что этот закон предопределён принципами инерции, самозависимости, эластичности и стабильности. Следствие закона развития принцип Берталанфи: конечное состояние открытой системы не зависит от её исходного состояния, а определяется внутренними процессами и воздействиями внешней среды. Этот принцип математически выражается теорией Марковских процессов и её приложений.

Для торговой системы характерно действие закона взаимного дополнения, композиции, пропорциональности, онтогенеза, наименьших, необходимого разнообразия (принцип Эшби), состязательности, экономии и рационально-

сти, равновесия, а также информированности – упорядоченности: информация способствует переходу системы в более организованное состояние, противодействует росту энтропии, что впервые отметил в 1929 г. Л. Сциллард.

Рассмотрев эффективность торговой системы, пришли к выводу о необходимости количественной оценки её поведения и свойств в соответствии с системным подходом, с использованием методов системного анализа, который позволяет получить цифровые данные о поведении системы по её математическому описанию и репрезентативному информационному обеспечению. Массивы информации, описывающие состояния системы в различные моменты времени и при различных условиях, сводятся к обобщенной характеристике - показателю эффективности R. Он зависит от параметры системы $\alpha_1,\ \alpha_2...,\ \alpha_n$ и параметров, характеризующие воздействия внешней среды [85] $\beta_1\ \beta_2,\ ...,\ \beta_m$

$$R = R\cdot(\alpha_1,\ \alpha_2...,\ \alpha_n;\ \beta_1,\ \beta_2,\ ...,\ \beta_m) \qquad (3.1)$$

Рассмотрев надежность функционирования торговых систем, предположив, что затраты на обеспечение надежности не являются убыточными. Главное — правильно распределить выделенные средства, чтобы они принесли желаемый результат. Допустили, что характеристики элементов и взаимодействия между ними, учитываются параметрами $\alpha_1,\ \alpha_2...,\ \alpha_n$, входящими в выражение для показателя эффективности (3.1), поэтому их изменения сказываются на значениях параметров $\alpha_1,\ \alpha_2...,\ \alpha_n$, *следовательно,* на величине показателя эффективности ***R***. Если некоторые элементы в процессе функционирования системы отказывают (под отказом элемента понимается либо выход его характеристик за допустимые пределы, либо полное прекращение работы), то происходит изменение значения показателя эффективности R или из-за изменения характеристик первичных элементов, или из-за нарушения нормального взаимодействия между ними (изменения первоначальной структуры системы). Сте-

[85] Лекции по теории больших систем./ Бусленко Н.Н., Калашников В.В., Коваленко И.Н. – М.: Советское радио, 1973. – 438 с.

пень снижения эффективности системы за счет отказов элементов достаточно хорошо описывает последствия, к которым приводят отказы.

Обоснование показателя надежности сложной системы по Н.П. Бусленко состоит в следующем. Пусть величина $\boldsymbol{R}$ является показателем эффективности сложной организационной системы. Предположим, что имеется возможность вычислять по заданным параметрам системы и воздействий внешней среды в соответствии с (3.1). Если вычислить значение R_H^0 показателя эффективности в предположении, что в процессе функционирования отказы не происходят, и вычислить значение R_H^* показателя эффективности $\boldsymbol{R}$, считая, что отказы элементов могут происходить с интенсивностями, соответствующими заданным вероятностным характеристикам, тогда величина разности[86]

$$\Delta R_H^0 = R_H^0 - R_H^* \qquad (3.2)$$

логически может быть принята в качестве показателя надежности сложной системы по правилу элиминирования /5/. Величина ΔR_H^0 показывает, насколько снижается эффективность системы за счет возможных отказов ее элементов по сравнению с эффективностью идеальной системы, элементы, которой предполагаются абсолютно надежными. Анализ критерия: выполняется на основе сравнения вариантов со значениями R_H^0 и R_H^* .

Если величина разности мала: отказы элементов слабо влияют на эффективность системы, в этом случае отсутствует экономический смысл в тратах ресурсов на повышение надежности. Напротив, если величина разности ΔR_H^0 не является малой, могут быть обоснованы различные подходы к проблеме повышения надежности системы. Среди них: увеличение надежности элементов, резервирование малонадежных элементов, использование методов структурной надежности, профилактические мероприятия и т. д. /1/.

Применительно к сельскому хозяйству это развитие технологии и средств технического сервиса, применение сертифицированных изделий, оп-

[86] Лекции по теории больших систем / Бусленко Н.Н., Калашников В.В., Коваленко И.Н. – М.: Советское радио, 1973. – 438 с.

тимизационные решения по эксплуатации машинно-тракторного парка с использованием информационных технологий.

При решении задач, связанных с оценкой надежности сложных систем, необходимо учитывать возможность восстановления отказавших элементов мобильными агрегатами, так как на практике это обстоятельство дает существенный экономический эффект. Например, восстановление работоспособности агрегатов в период полевых работ предотвращает потери продукции в существенных размерах. Обычно в сложных организационных системах имеются средства обнаружения неисправностей и ремонтные средства. Длительность обнаружения отказа и длительность ремонта задаются соответствующими вероятностными характеристиками как случайные величины. В сельском хозяйстве существенным элементом обеспечения работоспособности техники является организация хранения в нерабочий период, так как до 25 % отказов связаны с несоблюдением правил хранения.[87]

В четвертых рассмотрели качество управления в сложных системах, которое зависит от многочисленных факторов[88] [89]. Наиболее существенные из них, отмечал Н.П. Бусленко, можно свести в следующие четыре группы: факторы, связанные с качеством критериев управления; факторы, определяющие частоту циклов управления; факторы, характеризующие качество осведомительной информации; факторы, связанные с качеством алгоритма управления. Воздействие управляющей информации на управляемые элементы системы можно описать при помощи изменения значений некоторых из ее параметров α_1, α_2..., α_n. Параметры системы, посредством которых производится изменение режимов функционирования управляемых элементов под воздействием управляющей информации-, называются параметрами управления. В дальнейшем параметры управления по Н.П. Бусленко будем обозначать как $\alpha_{i1}^{'}$, $\alpha_{i2}^{'}$..., $\alpha_{ik}^{'}$

[87] Курочкин В.Н. Хранение техники на машинных дворах. – М.: Россельхозиздат, 1985. – 178 с.
[88] Теоретические основы системного анализа /Новосельцев В.И. [и др.]; под ред. В.И. Новосельцева. – М.: Майор, 2006. – 592.: ил.
[89] Денисов А.А., Колесников Д.Н. Теория больших систем управления – Л.: Энергоиздат, 1982. – 288 с.: ил.

Причем, если речь идет об экстремальном управлении, то значения $\bar{\alpha}'_{i1}$, $\bar{\alpha}'_{i2}$..., $\bar{\alpha}'_{ik}$ параметров управления выбираются такими, чтобы критерий управления $\Phi\cdot(\alpha'_{i1},\ \alpha'_{i2}...,\ \alpha'_{ik})$ имел экстремум $\boldsymbol{\Phi^*}$ при $\Phi\cdot(\alpha'_{i1}=\bar{\alpha}'_{i1},\ \alpha'_{i2}=\bar{\alpha}'_{i2}...,\ \alpha'_{ik}=\bar{\alpha}'_{ik})$ /1/.

В соответствии с работой Н.П. Бусленко предположили: целью управления является повышение эффективности функционирования системы. Поэтому при $\alpha'_{i1}=\bar{\alpha}'_{i1},\ \alpha'_{i2}=\bar{\alpha}'_{i2}...,\ \alpha'_{ik}=\bar{\alpha}'_{ik}$ должен иметь экстремум не только критерий управления Ф, Ф = Ф*, но и показатель эффективности системы $\boldsymbol{R}$, $\boldsymbol{R = R^*}$ (при фиксированных значениях других параметров системы). Это требование автоматически выполняется, когда в качестве критерия управления $\boldsymbol{\Phi}$ выбирается сам показатель эффективности $\boldsymbol{R}$.

В настоящее время, отмечали Н.Н. Бусленко, В.В. Калашников, И.Н Коваленко, нет универсальных методов решения проблемы качества управления, поэтому рассматривается задача сравнительной оценки качества управления. Пусть: задана сложная организационная система, эффективность которой характеризуется показателем $\Delta\boldsymbol{R_{упр}}$. Предположим, что применительно к этой системе рассматриваются два варианта комплекса управления: вариант А и вариант Б. Так как в общем случае свойства комплекса управления существенно сказываются на эффективности системы, при различных вариантах комплекса управления показатель эффективности $\Delta\boldsymbol{R_{упр}}$ будет принимать различные значения. Пусть в случае варианта А его значение будет равно R_A в случае варианта В — R_B. Тогда, для сравнительной оценки качества управления сложной системой удобно использовать показатель [90]

$$\Delta R_{\text{упр}} = R_A - R_B \qquad (3.3)$$

При помощи величины $\Delta R_{\text{упр}}$ можно произвести обследование некоторого числа вариантов управляющего комплекса сложной системы и выбрать из них наилучший.

[90] Лекции по теории больших систем / Бусленко Н.Н., Калашников В.В., Коваленко И.Н. – М.: Советское радио, 1973. – 438 с.

Как показывает опыт, создание сложных систем по принципу «гарантированного результата», которые были бы гарантировали отсутствие существенного нарушения режимов функционирования при «на худших» или «наиболее тяжелых» условиях работы, практически невозможно. Теоретически они возможны, то на практике слишком дороги. Поэтому сложные системы обычно создаются для эффективной работы в некоторых типичных условиях, наиболее характерных для данного региона или кластера. Ранее это были «типичные» и «модельные» хозяйства, которые представляли собой определенные выборки условий функционирования. Эти условия в научной литературе называют «нормальными условиями», а процесс функционирования системы при нормальных условиях — «невозмущенным процессом» функционирования системы. Реальные условия функционирования сложных организационных систем отличаются от нормальных, это порождает отклонения процесса функционирования от невозмущенного. Такие отклонения в теории сложных систем называются «возмущениями», а соответствующий процесс функционирования системы — «возмущенным». Наука и практика показала удобство рассмотрения отклонений реальных условий работы сложной системы от нормальных как «внутренние помехи», снижающие качество ее функционирования.

В пятых, рассмотрели отмеченные «внутренние помехи», возникаю внутри системы, проявляются в виде таких изменений свойств элементов системы, взаимодействия между ними или структурных характеристик, которые приводят к изменению значений параметров α_1, α_2..., α_n сложной системы (3.1). Возмущенные значения α_i^* параметров α_i определены /1, 4/ в виде

$$\alpha_i^* = \alpha_i^0 + \Delta\alpha_i \tag{3.4}$$

где α_i^0 — значения параметров при нормальных условиях функционирования;

$\Delta\alpha_i$ — изменения параметров, вызванные действием помех.

Внешние помехи, отмечали авторы[91], проявляются в отклонениях от нормы воздействий на сложную систему со стороны внешней среды; они приводят к изменению значений параметров β_1 β_2, ..., β_m входящих в соотношение (3.4). Возмущенные значения β_j^* параметров β_j также можно представить в виде [92]

$$\beta_j^* = \beta_j^0 + \Delta\beta_j \qquad (5)$$

где β_j^0 — значения параметров, характеризующих воздействия внешней среды при нормальных условиях;

$\Delta\beta_j$ — изменения параметров, вызванные действием помех.

Пусть величина $\boldsymbol{R}$, определенная соотношением (1), представляет собой показатель эффективности некоторой сложной системы; кроме того, известно значение $R_{\text{ïîì}}^*$ показателя эффективности при условии действия на систему внешних и внутренних помех с заданными характеристиками, тогда величина разности $\Delta R_{\text{ïîì}}^0 = R_{\text{ïîðì}}^0 - R_{\text{ïîì}}^*$ может быть принята в качестве показателя «помехозащищенности сложной системы». Величина показывает, насколько снижается эффективность системы при условии действия помех с заданными характеристиками. Исследователи /1/ отмечали: «очевидно, что помимо рассмотренной здесь абсолютной оценки помехозащищенности системы, принятый подход позволяет дать сравнительную оценку действию помех с различными характеристиками. Для этого достаточно в соотношение … вместо $R_{\text{ïîðì}}^0$ и $R_{\text{ïîì}}^*$ использовать значения показателя эффективности $\boldsymbol{R}$. Вместе с тем, с точки зрения показателей эффективности, надежности, помехозащищенности система только тогда обладает требуемыми свойствами, когда выбранные характеристики находятся в заданных пределах или принадлежат некоторым областям».

[91] Денисов А.А., Колесников Д.Н. Теория больших систем управления – Л.: Энергоиздат, 1982. – 288 с.: ил.

[92] Теоретические основы системного анализа /Новосельцев В.И. [и др.]; под ред. В.И. Новосельцева. – М.: Майор, 2006. – 592.: ил.

Так как реальные условия функционирования сложных систем в той или другой мере отличаются от нормальных, существенно знание о сохранении требуемых свойств сложной системы при наличии возмущений, приводящее к понятию устойчивости функционирования.

В шестых, рассмотрели устойчивость функционирования системы, под которой в системном анализе принято понимать способность системы сохранять требуемые свойства в условиях действия возмущений.

Существующие в настоящее время определения устойчивости исходят из этих понятий и относятся к некоторому классу систем (главным образом, к динамическим системам, описываемым обыкновенными дифференциальными уравнениями). Например, в определении устойчивости по Ляпунову возмущения ограничены любой, быть может, сколь угодно малой величиной; в определении практической устойчивости возмущения ограничиваются заранее фиксированной величиной; при рассмотрении стохастической устойчивости возмущения являются случайными величинами с заранее оговоренными вероятностными характеристиками. Интересно, что понятие устойчивости может относиться не к системе в целом, а к свойству ее функционирования. Это свойство и является определяющим фактором при выборе способа измерения различия между возмущенным и невозмущенным процессами функционирования системы. Например, свойство «финансовой устойчивости социально-экономической системы /5/.

В соответствии с изложенным уточнили понятие «система» в следующей формулировке: «система — как эмерджентная иерархическая совокупность взаимосвязанных целевой функцией элементов, необходимых и достаточных для обеспечения общесистемных свойств устойчивости, эффективности и надежности функционирования».

То есть предлагаемый методический подход к исследованиям сложной социально-экономической системы основан на её представлении в виде эмерджентной совокупности взаимосвязанных целевой функцией элементов, которая имеет свойства, не присущие ни одному её элементу в отдельности. Коли-

чество, иерархия и структура элементов должны быть необходимы и достаточны для обеспечения общесистемных свойств устойчивости, эффективности, надежности функционирования и др. общесистемных свойств.

Управление развитием сложных социально-экономических системам ставит проблемы, изучение которых выходит за пределы детерминализма по причине действия стохастических дестабилизирующих факторов (существенное значение имеет «случайное колебание нагрузки» и случайные отклонения режимов, которые возникают внутри системы за счет ошибок, неточности информации, недостаточной помехозащищенности, ненадежности технологических систем; вероятности технических и технологических отказов).

Задача обеспечения эффективности требует количественной оценки поведения и свойств сложных систем, причем количественные данные о поведении системы могут быть получены либо экспериментально, либо расчетным имитационным путем, если имеется математическое описание системы. В частности, при решении задач оценки надежности технологических систем необходимо учитывать возможность восстановления отказавших элементов мобильными агрегатами: на практике их применение дает существенный экономический эффект. Обычно на сельхозпредприятиях имеются средства обнаружения неисправностей и ремонтные средства. Параметры надежности системы задаются соответствующими вероятностными характеристиками. В сельском хозяйстве существенным элементом обеспечения работоспособности техники является организация хранения в нерабочий период, так как до 25 % отказов связаны с несоблюдением правил хранения. Целесообразно увеличение надежности элементов и резервирование малонадежных, использование методов структурной надежности, профилактические мероприятия: развитие технологии и средств технического сервиса, применение сертифицированных изделий, оптимизационные решения по эксплуатации машинно-тракторного парка с использованием информационных технологий.

Рассмотрев качество управления в рассмотренных системах, выявили его зависимость от факторов, связанных с качеством критериев управления; от

факторов, определяющих частоту циклов управления; от факторов, характеризующих качество осведомительной информации; от факторов, связанных с качеством алгоритма и технологии управления. Обычно рассматривается задача сравнительной оценки качества управления путем сравнения сценариев развития сложной системы и выбора лучшего. Создание сложных систем по принципу «гарантированного результата» для условий рассмотренных систем нецелесообразно по экономическим соображениям, так как увеличивают вероятность потери финансовой устойчивости. Рекомендуется создавать системы для эффективной работы в некоторых типичных условиях, наиболее характерных для данного региона или кластера. Ранее это были «типичные» и «модельные» хозяйства, которые представляли собой определенные выборки условий функционирования. При этом необходимо учитывать, что реальные условия функционирования социально-экономических систем отличаются от нормальных, это порождает отклонения реального процесса функционирования от невозмущенного процесса. Эти отклонения называются «возмущениями», а процесс функционирования системы — «возмущенным».

Практика показала удобство рассмотрения отклонений реальных условий работы сложной системы от нормальных как «внутренние помехи», снижающие качество ее функционирования. Так как реальные условия функционирования сложных систем в той или другой мере отличаются от нормальных, существенный фактор — получение новых знаний о сохранении параметров сложной системы при наличии возмущений, что приводит к понятию устойчивости функционирования. Связанное с этим расширение теории систем идет по пути учета случайных факторов и специфики их воздействия на систему выходных параметров. С точки зрения показателей эффективности, надежности, помехозащищенности, система только тогда обладает требуемыми свойствами, когда они находятся в заданных пределах, то есть система устойчива.

Установлено, что существующие в настоящее время определения устойчивости относятся к некоторому классу систем (главным образом, к динамическим системам, описываемым обыкновенными дифференциальными уравнени-

ями), причем они могут относиться не к системе в целом, а к отдельному свойству её функционирования. Это свойство является определяющим фактором при выборе способа измерения различия между возмущенным и невозмущенным процессами функционирования системы (например, свойство финансовой устойчивости социально-экономической системы). Необходимо дальнейшее теоретическое исследование понятия устойчивости применительно к сложным социально-экономическим системам при рассмотрении вопросов управления их развитием. Для решения актуальных указанных системных проблем управления необходимо создание новых моделей, основанных на концепции системного подхода и методах системного анализа.

Изложенные методические аспекты исследования вопросов управления развитием социально-экономических систем на основе компьютерного моделирования на базе информационного обеспечения, полученного экспериментальным путем в эффективно работающих регионах, позволит создать имитационные модели управления исследуемыми системами в условиях кризисных явлений и действия дестабилизирующих стохастических факторов.

3.2 Анализ экономического механизма функционирования

Отрасль народного хозяйства как сложная система имеет механизм функционирования, структуру и динамику развития. С целью выявления теоретического обоснования данного механизма рассмотрели экономику производства продукции на примере важнейшей для Южного Федерального округа отрасли – животноводческой. Исследованиям теоретических и практических аспектов формирования экономического механизма в аграрно-промышленном комплексе (АПК) и его ядре – сельскохозяйственном производстве – посвящены работы В.Р. Боева, Н.А. Борхунова, В.А. Зинченко, В.А. Добрынина, Е.С. Оглоблина, С.Г. Струмилина, В.С. Немчинова, В.А. Свободина и др. Вопросы экономики и организации отрасли изучали В.А. Коваленко, И.А. Минаков, Н.В. Михайлов, В.И. Степанов и многие другие.

Понятие экономического механизма вошло в обиход экономической науки в середине двадцатого века, одновременно с развитием системного подхода. Экономический механизм рассматривался как часть системы, наряду с её структурой и динамикой развития (рис. 3.1).

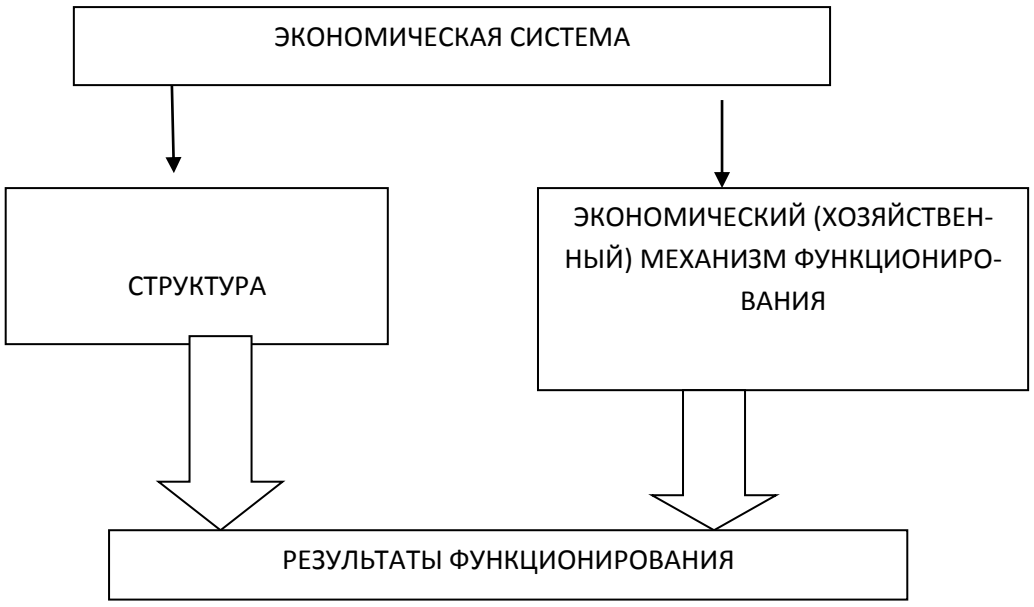
Академик Л.И.Абалкин считал, что хозяйственный механизм является сложной структурой, включая:

формы организации общественного производства (разделение труда, специализация производства, его размещения и другие, с помощью усовершенствования которых общество влияет на развитие производительных сил и обеспечивает повышение эффективности их использования);

формы хозяйственных связей, благодаря которым осуществляется материальный обмен в экономике, в том числе оборот средств производства, финансово-кредитные отношения и др.;

структуру, формы и методы планирования и хозяйственного руководства, в составе которых одновременно с экономическими могут быть выделены также правовые и социально-психологические формы и методы;

совокупность экономических рычагов и стимулов влияния на производство и участников хозяйственной деятельности, с помощью которых обеспечивается согласование и стимулирование. [93]



алистического общества. Новый тип экономического мышления. Перестройка: пути и проблемы. М.: Экономика. 2000.

Рис. 3.1 – Место экономического механизма в отрасли

В соответствии с данной формулировкой, понятие экономического механизма включает экономический и организационный процесс в хозяйственной системе.

Например, хозяйственный механизм идентифицируют как способ функционирования хозяйственной системы, в основе которого лежит определенная совокупность производственных отношений независимо от уровня экономической системы: макроэкономического или микроэкономического.[94]

В данном случае понятие механизма наделено признаками процесса, как и в других случаях, когда в экономических работах под хозяйственным механизмом понимается совокупность процессов, организационных структур, конкретных форм и методов управления, а также правовых норм, с помощью которых реализуются действующие в конкретных условиях экономические законы, процесс воспроизводства, [95] то есть отмеченный механизм – «нечто самодвижущееся в пространстве и времени в соответствии с определенными закономерностями», и под ним можно понимать «совокупность методов и средств воздействия на экономические процессы, их регулирование»[96]

К настоящему времени исследователи оперируют не только указанным термином, но также и другими подобными, такими, как: финансовый механизм, механизм управления, хозяйственный механизм, механизм социально-экономического развития и др.[97]

Финансовый механизм – это элемент хозяйственного механизма, совокупность финансовых инструментов, рычагов и способов регулирования эко-

---

[94] Деревянко О. Организационно-экономический механизм планирования бизнес-процессов предпринимательских структур. Дис. ...канд. экон. наук. СПб., 2004.
[95] Райзберг Б., Лозовский Л., Стародубцева Е. Хозяйственный механизм (http://www.smartcat.ru/Referat/atyelramnz.shtml).
[96] Столяров В., Васечко Л. Экономический механизм социального страхования (http://efaculty.kiev.ua/analytics/str/3/).
[97] Финансовый механизм/ Энциклопедический словарь экономики и права. (http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_economic_law/17156/).

номических процессов. [98] В теории и практики финансового менеджмента и экономического анализа получил применение операционный и финансовый рычаги. Например, операционный доход – это отношение маржинального дохода к прибыли,[99] а финансовый – способ увеличения рентабельности собственных средств предприятия с опорой на заемные средства, он равен произведению дифференциала финансового рычага (сила) на его плечо.[100]

То есть по аналогии с механикой сформулирован экономический аналог составляющих рычага: «сила» и «плечо». Однако некоторые авторы к финансовым рычагам относят факторы, совершенно не связанные логически, а экономический механизм все чаще дополняют инструментами: финансовыми, экономическими, хозяйственными, организационными.

Таким образом под механизмом понимают не только процесс или отвечающий за развитие системы структурный элемент, но и результаты функционирования: состояния системы.

Хозяйственный механизм представляет собой не только систему взаимосвязанных, взаимообусловленных форм и методов управления общественным производством и его структурными составными частями», но и выступает как специфическая объективная форма проявления производственных отношений (планирование, нормативы, стандарты, цена, прибыль и т.п.), как метод хозяйствования. [101]

Поскольку механизм обычно встроен в процесс, а в цитируемых случаях механизм поставлен над процессом (есть и механизм, и процесс – тоже механизм), то есть предусматривает наличие механизма в механизме, что нелогично. Отдельно рассматривается правовое, нормативное и информационное обеспечение финансового механизма, только это уже не рычаги, но и внешние факторы управления.

---

[98] Финансовые рычаги/ Экономическая система (http://www.wwwural.ru/finansovie_richagi.html).
[99] Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / Под ред. проф. М.А. Вахрушиной. – М.: Вузовский учебник, 2008. – с. 353 – 355.
[100] Курочкин В.Н. Финансовый менеджмент. – Ростов-на-Дону: ЗАО Ростиздат, 2008. – с. 137-138.
[101] Хозяйственный механизм/ Экономический словарь (http://abc.informbureau.com/html/oicssenoaaiiue_iaoaieci.html).

Если при плановой системе «экономический механизм» сводился к сфере исполнения хозяйственных функций, и поэтому его классифицировали как «совокупность форм социалистического расширенного воспроизводства» или «выражение взаимодействия людей, организованных в предприятия, ведомства и т.д., …совокупность взаимосвязанных рычагов и методов планового воздействия на производство, обмен, распределение и потребление продуктов», [102] то в настоящее время экономический механизм рассматривается как рыночный, сочетающий саморегулирование деятельности хозяйствующих субъектов с регулирующими функциями государства, причем не набор экономических рычагов и инструментов, а взаимосвязанное и взаимообусловленное сочетание конкретных экономических регуляторов. [103] [104]

Современное толкование понятия «экономический механизм» опирается на работу Лео (Леонида) Гурвица (Leo Hurwicz), Роджера Майерсона (Roger Myerson) и Эрика Маскина (Eric Maskin), удостоенную Нобелевской премии по экономике за 2007 г. и внесшую «основополагающий вклад в теорию экономических механизмов», а именно: самое общее определение, которое можно применить к любому взаимодействию между экономическими субъектами, рассматривает такое взаимодействие как стратегическую игру и называет механизмом саму форму игры. Игра – это описание того, как могут действовать игроки (экономические субъекты) и к чему приведет любой набор действий. Л.Гурвицем предложена формулировка механизма как взаимодействие между субъектами и центром, состоящее из трех стадий: каждый субъект в частном порядке посылает центру сообщение m_i, центр, получив все сообщения, вычисляет предполагаемый результат

$$Y=f(m_i,...,m\ ), \qquad (3.5)$$

Затем центр объявляет результат Y и «по необходимости» претворяет его

[102] Опенышев С. Экономический механизм районного АПК в условиях перехода к рынку. Дис. ...канд. экон. наук. М., 1998.
[103] Полянский А., Соловьев М. Систематизация механизмов государственного регулирования на рынках недвижимости/ Недвижимость и инвестиции. Правовое регулирование. № 4 (9), 2001.
[104] Экономический механизм/ Словарь терминов (http://birzhevik.ru/tesaurus/221/12065/).

в жизнь.[105]

Также существует следующее толкование экономического механизма: исходное экономическое явление влечет за собой ряд других, причем для их возникновения не требуется дополнительного импульса, то есть они следуют одно за другим в определенной последовательности и ведут к новым результатам, и возникает «самодвижение».[106] Оно произошло потому, что ученые 60-х годов прошлого века по причине недостаточной развитости системного подхода видели в «экономическом механизме» организующее начало, которое они не отделяли его от остальных элементов системы.

По нашему мнению, это «организующее начало» истолковано Л.Гурвицем как понятие центра, который, приводит в движение экономический механизм (игру), на самом деле более логично квалифицировать экономический механизм по Л. Гурвицу как процесс.

Рассмотрение положений теории организаций показало, что понятие механизма из процессного подхода является более точным и адекватным в отношении реальной экономической системы и предпочтительным для научных исследований и решения задач моделирования. [107]

Обратившись к нормативной базе данных терминов (она принята ООН в качестве международного стандарта «система национальных счетов» (СНС)), выяснили, что СНС ввела новую терминологию в сфере производительных сил, новую классификацию и новое формирование показателей развития экономики на различных стадиях процесса производства, новую взаимную увязку показателей между собой. Это дало возможность отслеживать процессы производства и формирования экономических потоков. СНС как общепризнанная система счетоводства доказала свои преимущества для сбора, описания и обработки потоков статистической и фактической информации, позволила точнее определять факторы производства и исследуемый в их составе объект – процесс фор-

[105] Теория экономических механизмов (Нобелевская премия по экономике 2007 г. часть №1) (http://institutiones.com/theories/259--------2007---1.html/).
[106] Хозяйственный механизм рыночной экономики (http://geum.ru/book/docum157.htm).
[107] Веснин В.Р. Теория организаций: учебник. – М.: ТК Велби, изд-во Проспект, 2008. – с. 32-45.

мирования экономических механизмов.

Применительно к нашему предмету исследований и с учетом СНС необходимо подробнее рассмотреть схему Л. Гурвица, определиться с понятиями «центр», «субъект», для чего необходимо установить структуру животноводческой отрасли и выявить: кто и в каком виде посылает «сигналы», кто эти сигналы обрабатывает и как они реализуются в практике экономики региона.

На основе анализа приведенных литературных источников можно сказать, что определение «экономический механизм» в экономической теории представлено как состояние экономической системы, а также включает управляющую функцию – это обработка «сигнала» и выработки управляющего сигнала по Л. Гурвицу: это – способ функционирования, в основе которого лежит совокупность производственных отношений.

Поскольку функция управления определена в общем, нарушена логическая взаимосвязь, поэтому механизм представлен как некий «самодвижущийся элемент системы», что по нашему мнению не адекватно реальности.

Например, экономическая теория не формализует такие элементы как «вход» и «выход» процесса, дополнительно вводя понятие «инструмент», таким образом «отделяя» вещественную часть – механизма нематериального управления.

Экономическая теория представляет «механизм» как отраслевое деление хозяйственной системы на сферы (например, сферы аграрно-промышленного комплекса – АПК): «финансовый механизм АПК», «ресурсный механизм АПК», «воспроизводственный механизм АПК», «механизм управления АПК», «механизм социально-экономического развития АПК» и т.д. Следующая неопределенность – в трактовке механизма как исполнительного в процессном подходе в отделении от термина «управление». То есть управление – источник команд, а механизм – подсистема их исполнения. Только взаимодействие управления с «механизмом» приводит к осуществлению процесса преобразования входа системы в её выход. В этом случае без лица, принимающего решения (ЛПР) механизм не функционирует, а это не так, что подтверждает работа

указанных нобелевских лауреатов.

Следовательно, прежде чем решать задачу совершенствования организационно-экономических аспектов производства продукции животноводства, необходимо теоретически уточнить содержание термина «экономический механизм». Предположили, что экономическая деятельность вместе с взаимосвязями и взаимодействиями представляет марковскую сеть.

Еще в 70-х годах прошлого века в США при реализации комплексных проектов по заказам ВВС было установлено, что моделирование сети процессов, составляющих деятельность организации – сложная организационно-техническая задача, для решения которой требуются специальные средства описания и анализа. Была разработана программа комплексной компьютерной поддержки производства (ICAM – Integrated Computer–Aided Manufacturing), в рамках которой применялась методология структурного анализа систем. В процессе практической реализации участники программы ICAM столкнулись с необходимостью разработки новых методов анализа процессов взаимодействия в промышленных системах. При этом одним из требований к новой методологии было наличие взаимодействия в рамках «аналитик-специалист». Новый метод обеспечивался групповой работой над созданием модели с непосредственным участием всех аналитиков и специалистов, занятых в проекте. Соответственно в НИИ как США, так и СССР возникли лаборатории системных исследований. На базе данного подхода была разработана методология функционального моделирования IDEFO, которая в 1993 году была принята в качестве федерального стандарта США. По методике IDEFO процесс представляется в виде функционального блока, который преобразует входы в выходы при наличии необходимых механизмов (ресурсов) в управляемых условиях. Отсюда вытекает новое понятие «механизма», в соответствии с которым «механизм» (первый элемент процесса) позволяет при помощи «управления» (второго элемента процесса) реализовать функцию процесса – преобразовать «вход» системы в её «выход». Это определение близко к понятию «черного ящика», имеющего вход, выход, конструктивные управляющие воздействия (рис.3.6). По данной

схеме механизм есть вещественная часть процесса и включает совокупность взаимосвязанных элементов, входящих в исследуемую систему.

В результате анализа установлено, что экономический механизм не может существовать без процесса, является его составной частью и настроен на выполнение только процессных функций (см. рис. 3.5 и 3.6). [108]

По аналогии с механикой «механизм» самостоятельно не функционирует, необходимо его соединение с механизмом управления. Экономический механизм функционирования подсистемы животноводства – это совокупность материальных, трудовых и научно-технических ресурсов рассматриваемой отрасли АПК и способов их взаимодействия (игры по Л. Гурвицу).

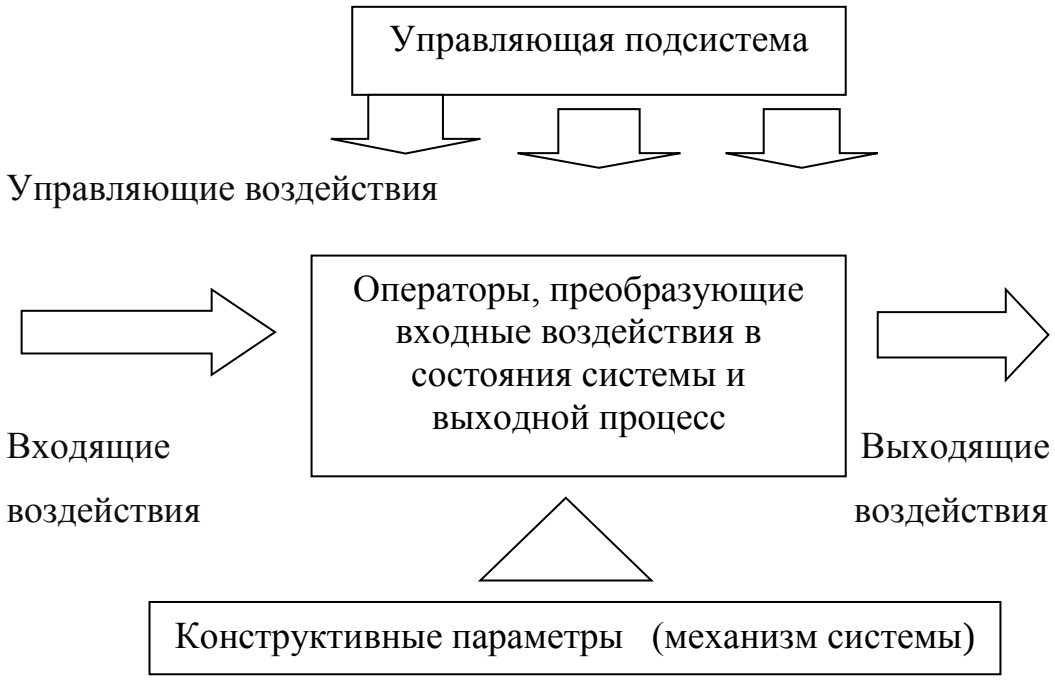


Рис.3.2 – Экономический механизм организационной системы «отрасль» как «черный ящик»

Нами была выдвинута научная гипотеза о том, что разработка механизма функционирования подсистемы животноводства в соответствии с системным подходом включает следующие этапы:

---

[108] Основные понятия IDEF0 (http://www.management.com.ua/qm/qm014.html)

идентификация входного процесса;

исследование выходного процесса подсистемы животноводства и его экономической эффективности;

изучение состава и взаимодействия ресурсов, основных параметров и характеристик подсистемы;

исследование подсистемы управление процессом: нормативно-правовой базы, программ развития, процедур исполнения нормативно-правового государственного регулирования и др.;

бизнес-планирование подсистемы производства животноводческой продукции и разработка подсистемы управление подсистемой производства животноводческой продукции.

Схема исследований и разработки предполагает исходные ресурсы (вход системы), экономический механизм как система взаимосвязанных и взаимодействующих ресурсов.

Этапы создания экономического механизма развития животноводческой отрасли могут включать: материальные ресурсы, финансовые ресурсы как часть материальных, трудовые ресурсы, инфраструктуру – совокупность нефинансовых корпораций, финансовых учреждений и взаимосвязи между ними (рис. 3).



Рис. 3.3 – Подсистема отрасли и её экономический механизм

К настоящему времени выполнено ряд работ по совершенствованию экономического механизма животноводческой отрасли, и в частности, отрасли. Так, в Пензенской ГСХА соискатель Л.И. Малюк[109] под научным руководством д. э. н. И.В. Палаткина [99] рассмотрела теоретические основы экономического механизма производства продукции отрасли (включая вопросы экономической эффективности производства продукции отрасли и сущность экономического механизма производства продукции отрасли применительно к особенностям рынка продукции отрасли в условиях конкуренции); исследовала современное состояние производства продукций отрасли в Пензенской области, обосновала и предложила основные направления государственного регулирования и поддержки развития отрасли на региональном уровне. Предложения обоснованы с применением экономико-математических методов. Л.И. Малюк отметила, что изменение экономической ситуации, условий хозяйствования, реализация Национального проекта, разработка его приоритетных направлений, усиление открытости российской экономики, влияние глобализации, а также ближайшая перспектива вступления России в ВТО делают очевидной необходимость глубокого исследования эффективности производства продукции отрасли, совершенствования экономического механизма ее повышения, а также – достижения конкурентных преимуществ. Немаловажное значение при этом имеет оптимальное сочетание государственного и рыночного регулирования развития отрасли. Это обусловило выбор темы её диссертационной работы и основных направлений исследования: вопросов совершенствования механизма повышения эффективности производства продукции отрасли. Данный механизм рас-

[109] Малюк Л.И. Экономический механизм повышения эффективности производства продукции отрасли (на материалах Пензенской области): дис. … к.э.н. 08.00.05 /науч. рук. д.э.н. И.В. Палаткин. – Пенза: Пензенская ГСХА, 2006. – 146 с.

смотрен как целостная система, сочетающая государственную поддержку товаропроизводителей с развитием рыночного саморегулирования. Диссертантом [99] были поставлены задачи:

выявить теоретические и методический особенности экономического механизма и определения экономической эффективности производства продукции отрасли;

проанализировать современное состояние производства продукции отрасли и определить тенденции развития отрасли и рынка свинины на региональном уровне;

сформулировать основные направления совершенствования экономического механизма повышения эффективности производства продукции отрасли в условиях реализации национальных проектов;

определить оптимальный размер свиноводческого крестьянского (фермерского), и личного подсобного хозяйства при различных условиях функционирования и использования ресурсного потенциала;

разработать прогноз производства свинины для насыщения регионального рынка высококачественной мясной продукцией и обеспечения независимого положения региона от импорта.

Для решения поставленных задач использовались следующие методы – монографический – при изучении теоретических основ развитии отрасли, абстрактно–логический (при постановке цели и задач исследования, разработке теоретических основ организации эффективного производства продукции отрасли); расчетно-конструктивный, экономико-статистический (при анализе развития отрасли в регионе), экономико-математический (при построении моделей развития отрасли в хозяйствах различных категорий и другие приемы и методы исследования).

В результате научной работы Л. И. Малюк [99] были уточнены теоретические и методические подходы к определению экономической эффективности производства продукции отрасли с дополнением показателями, отражающими финансовое состояние свиноводческих предприятий. Обоснована необходи-

мость совершенствования экономического механизма производства свинины на основе усиления государственного регулирования функционирования отрасли, комплексного подхода, включающих такие экономические рычаги как: льготное кредитование; субсидирование процентной ставки кредитных организаций; дотирование стоимости покупных кормов, а также сдачи животных свыше установленного веса и продажи мясной продукции через мясокомбинаты. Предложена дополнительная система показателей, характеризующих эффективность государственного и рыночного регулирования производства продукции отрасли на федеральном и региональном уровнях; разработаны организационно-экономические варианты развития отрасли в крестьянских (фермерских) и личных подсобных хозяйствах, позволяющие моделировать производственный процесс и оптимизировать элементы производства; обоснован прогноз эффективного производства свинины для удовлетворения потребностей местного рынка и перерабатывающей промышленности в высококачественной продукции в целях растущих потребностей населения с учетом синергического эффекта [99].

В Курганской ГСХА им. Т.С. Мальцева соискателем Л.В. Субботиной[110] под научным руководством д. э. н. проф. П.Е. Подгорбунских [125] была выполнена работа на тему: «Экономический механизм наполнения регионального мясного рынка продукцией животноводства» в которой исследованы:

теория нормирования и развития регионального мясного рынка (понятие рынка, его сущность и основные характеристики, особенности формирования аграрного рынка в условиях переходного периода, проблемы развития и опыт организации мясного рынка);

состояние отрасли Курганской области и проблемы наполнения мясного рынка продукцией отрасли (разработаны вопросы: организационно-экономическая оценка условий формирования регионального мясного рынка и

[110] Субботина Л.В. Экономический механизм наполнения регионального мясного рынка продукцией отрасли: дисс. …к.э.н. 08.00.05 /науч. рук. д.э.н. проф П.Е Полдгорбунских. – Курган: Курганская ГСХА им. Т.С. Мальцева, 2001. – 137 с.

развития отрасли; организационно-экономическая характеристика регионального мясного рынка; основные тенденции и проблемы развития отрасли в Курганской области).

Было выполнено обоснование экономического механизма развития отрасли в условиях перехода к рыночной экономике (проведена оптимизация отраслевой структуры отрасли, намечены мероприятия по совершенствованию кормовой базы и совершенствование государственной поддержки сельских товаропроизводителей).

Отметив, что «мир производит свыше двухсот млн. тонн мяса, в т.ч. 45% свинины, при этом темпы роста производства свинины на 24,5% опережают темпы роста поголовья», и что «Китай, имея свыше 400 млн. голов свиней (48,1% мирового поголовья), производит, набирая темпы, более 40 млн. тонн свинины», причем «рост производства в стране [Китае] обеспечивается в основном за счеn увеличения поголовья, 95% которого сосредоточено в руках мелких фермеров» [125], Л.В. Субботина подтвердили актуальность проблемы функционирования отрасли не только для Курганской, но и для Ростовской области а выводы её работы следующие.

Поскольку основной целью сельхозтоваропроизводителей является получение дохода, критерием экономической эффективности производства продукции отрасли выступает прибыль. И в РФ, и в странах Запада она обеспечивается концентрацией производства, зональной специализацией, интеграционными процессы. Это способствует формированию замкнутого цикла: производство – переработка – реализация. Практически во всех странах развита государственная поддержка отрасли: дотации, льготное кредитование, льготное налогообложение и т.д.

В ходе перехода к рынку в Российской Федерации были допущены существенные деформации и диспропорции, повлиявшие на динамику, уровень и темпы производства свинины в стране и регионах (в Ростовской области в том числе). По этой причине РФ за первые десять лет уменьшила производство свинины на 80%, сократив поголовье до 16 млн. т. свиней (это 2% от мирового

поголовья), производит при этом только 1,1% от мирового, среднесуточный прирост ниже среднемирового почти наполовину.

В Ростовской области выращивают не более 80,0 тыс. тонн свинины, причем 79% – в ЛПХ, 95,7% владельцев которых – сельские жители. Следовательно, основным поставщиком свинины – аграрный сектор экономика, основанный на частной форме собственности с использованием кормов, производимых в хозяйственных товарищества и обществах, сельскохозяйственных кооперативах, причем часть кормов похищается.

Перспективным направлением в кормопроизводстве является производство хозяйствами собственных концентрированных кормов, с балансированием по питательным веществам белково–витаминными минеральными добавками (БВМД) и премиксами» произведенными комбикормовыми заводами. Удельный вес наиболее экономически эффективных пород свиней в Курганской области составляет 28,6%, свиноводство стабильно убыточно, ежегодные убытки превышают десятки млн. рублей.

Состояние материально-технической базы отрасли находится в глубоком 'техническом и технологическом кризисе, характеризующимся разрушением материально технической базы в подавляющем большинстве свиноводческих предприятий,

Сложившиеся системы материального стимулирования труда не отвечают современным требованиям экономических отношений людей в процессе производства внутри хозяйственных субъектов рыночного типа. Оплата труда не выполняет свои функции. Сдельные системы оплаты труда, основанные на прогрессивно меняющихся тарифных ставках, в наибольшей степени отвечают экономическим условиям региона с низкой эффективностью производства.

В целом сущность ЛПХ основного свиноводческого типа не меняется – по-прежнему в массе они остаются потребительскими (их уровень товарности в 2002 г. составил 21,5%).

Группировки результатов обследований ЛПХ показали, что они полностью зависят от базового сельскохозяйственного предприятия – размеры произ-

водимой валовой продукции совершенно адекватны объемам поступающего из СХП зерна. Приведенные в работе группировки и регрессионный анализ показали, что на рост валовой продукции влияют численность поголовья свиней, размеры трудового потенциала, площадь имеющейся земли. При усилении тесноты связи в экономическом союзе ЛПХ с сельскохозяйственным предприятием объем валовой продукции увеличивается в крупных ЛПХ в 1,6 раза, в малых - в 2-3 раза.

По мнению академика Л.И. Абалкина хозяйственный механизм является сложной структурой и включает формы организации общественного производства; формы хозяйственных связей; структуру, формы и методы планирования и хозяйственного руководства; совокупность экономических рычагов и стимулов влияния на производство и участников хозяйственной деятельности, с помощью которых обеспечивается согласование и стимулирование. Райзберг Б., Лозовский Л., Стародубцева Е. считают, что понятие механизма наделено признаками процесса, то есть отмеченный механизм – «нечто самодвижущееся в пространстве и времени в соответствии с определенными закономерностями», и под ним можно понимать «совокупность методов и средств воздействия на экономические процессы, их регулирование

Современное толкование понятия «экономический механизм» опирается на работу Лео (Леонида) Гурвица (Leo Hurwicz), Роджера Майерсона (Roger Myerson) и Эрика Маскина (Eric Maskin), удостоенную Нобелевской премии по экономике за 2007 г. и внесшую «основополагающий вклад в теорию экономических механизмов», а именно: самое общее определение, которое можно применить к любому взаимодействию между экономическими субъектами, рассматривает такое взаимодействие как стратегическую игру и называет механизмом саму форму игры.

Нами была выдвинута научная гипотеза о том, что экономическая экономический механизм вместе с взаимосвязями и взаимодействиями представляет собой марковскую сеть, поэтому разработка данной теории отрасли в соответствии с системным подходом включает следующие этапы: идентификация

входного процесса; исследование выходного процесса подсистемы животноводства и его экономической эффективности; изучение состава и взаимодействия ресурсов, основных параметров и характеристик подсистемы; исследование подсистемы управление процессом: нормативно-правовой базы, программ развития, процедур исполнения нормативно-правового государственного регулирования и др. Сложившееся состояние материально-технической базы отрасли характеризующимся разрушением материально технической базы, а системы организации и управления не отвечают современным требованиям.

3.3 Анализ результативности хозяйственной деятельности фирмы

Сегодня анализ результативности хозяйственной деятельности торговой фирмы актуален как никогда, так как пренебрежение анализом факторов финансово-хозяйственной деятельности коммерческой организации и отсутствие стратегии роста финансовых результатов в условиях конкуренции может привести не только к финансовым потерям, но и к банкротству.

В данной статье исследован вопрос анализа результативности хозяйственной деятельности коммерческой организации в организационно-правовой форме общества с ограниченной ответственностью, которое является типичным представителем торговой фирмы г. Ростова-на-Дону и относится к среднему бизнесу.

Основной задачей торговых предприятий является наиболее полное обеспечение спроса населения товарами народного потребления, причем темпы роста объема реализации продукции, повышение ее качества непосредственно влияют на величину издержек, прибыль и рентабельность.

Предмет анализа. В данной работе рассмотрены основные закономерности и методы повышения результативности деятельности коммерческой организации сферы торговли, а в качестве объекта исследования выбрана её хозяйственная деятельность. Выполнен анализ результативности хозяйственной деятельности торговой фирмы с целью разработки мероприятий по её совер-

шенствованию, в т. ч. выработка конкретных рекомендаций по увеличению прибыли, рентабельности, совершенствования методов экономической аналитической работы.

В качестве информационной базы были использованы годовые отчеты торговой фирмы, нормативно-правовые акты, научная литература.

В результате анализа установили следующее. Теория и методы анализа результативности деятельности коммерческой организации получили развитие, как ответ на рост динамики рыночных отношений и распространением информационных технологий. В настоящее время это – ускоренно развивающаяся сфера науки и практики экономического анализа как этапа управления экономикой коммерческих организаций. Теория научного обоснования управления организациями разработана А. А. Богдановым, И.Т. Посошковым, М.М. Сперанским и др., теория экономического анализа и оценки результативности хозяйственной деятельности – М.И. Бакановым, А.Д. Шереметом, И.А. Бланком и их последователями. Она также развивалась в университетах США по заказам американских бизнесменов, а также консалтинговыми фирмами. Позднее этот аппарат анализа и оценки составил систему методов внутрифирменного анализа в большинстве государств.

Экономический анализ и оценка хозяйственной деятельности может быть определена как эффективная система управления, включающая методы анализа и оценки, которая способна усилить конкурентные преимущества на достаточно продолжительное время (т.е. является частью стратегии). Её разработка основана на детальном понимании экономического механизма функционирования, на системной оценке конкурентной позиции коммерческой организации, на осознании конкурентных преимуществ предприятий.

В реальной действительности экономического развития РФ методы и модели анализа и оценки хозяйственной деятельности находится в стадии становления. Ряд видных представителей отечественной и зарубежной экономической науки пришли к выводу, что отечественный рынок находится на таком этапе развития, когда несовершенство методов анализа хозяйственной дея-

тельности мешает коммерческим организациям, прежде всего торговым фирмам, эффективно функционировать.

В чем суть роли анализа и оценки в хозяйственной деятельности коммерческой организации? В том, чтобы самостоятельно определять и прогнозировать параметры внутренней и внешней среды, ассортимент товаров, работ и услуг, их стоимости, контрагентов, сегменты сбыта, долгосрочные цели и мероприятия по их реализации. Не основанные на анализе хозяйственные решения, которые приносили российским фирмам прибыль в реформенный период (1991 – 1999 гг.), теперь устарели, и практикующие их коммерческие организации уступили место конкурентам, применяющим современные методы анализа результативности хозяйственной деятельности.

Следовательно, рентабельность торговой фирмы зависит от степени понимания её топ-менеджерами необходимости разработки мероприятий по управлению на базе экономического анализа результативности деятельности, когда происходит идентификация конкурентного позиционирования коммерческой организации в системе хозяйственных отношений, как обособленной сложной организационной системы.

Понимание роли высшего управленческого коммерческой организации во внедрении методов анализа результативности хозяйственной деятельности особенно важно при изучении стратегического управления. Например, Т. Питер и Р. Уотерн в своей книге «В поисках эффективного менеджмента» отмечают, что «… практически с любой выдающейся компанией ассоциируется сильный лидер, роль которого в становлении компании огромна. Такой лидер должен обладать ясным пониманием миссии компании, внушать уважение, быть наделенным магнетизмом, чтобы заражать своей энергией всю компанию».

Проводивший фундаментальное исследование по изучению труда руководителей высшего звена Г. Минцберг называет три способа действий при выявлении структуры анализа и оценки, которые определяются личностью и системой ценностей высшего менеджмента: предпринимательский, адаптивный и плановый. Первый формулируется субъективно, при этом акцентируются воз-

можности, существующие проблемы – вторичны. Адаптивный образ действий или обучение посредством опыта основан на том, что процесс анализа и оценки может быть или спонтанным, или управляемым. Отсутствие анализа результативности снижает динамику хозяйственной деятельности коммерческой организации.

Обоснование результативности хозяйственной деятельности состоит в активном поиске новых резервов, в оперативном решении существующих проблем. Далее рассмотрим методику анализа результативности коммерческой организации на примере указанной выше торговой фирмы. Её основные результаты деятельности приведены в таблице 1.

Таблица 3.1 – Результативность хозяйственной деятельности коммерческой организации – торговой фирмы

Показатели	2011	2012	2013	В среднем за 3 года
Валовая прибыль, тыс. руб.	72284,0	78216,0	63689,0	71396,3
Чистая прибыль, тыс. руб.	1436,0	53,0	5852,0	2447,0
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	4810,0	3246,0	1977,0	3344,3
фондоотдачи, руб/руб	15,0	24,1	32,2	23,8
Среднегодовая численность работников, чел	76	80	62	73
Производительность труда, тыс. руб./чел	951,1	977,7	1027,2	985
Оборотные активы, тыс. руб.	12235,0	34077,0	14729,0	20347
Рентабельность оборотных активов, %	11,74%	0,16%	39,73%	17,21%
Собственный капитал, тыс. руб.	1970,0	10459,0	10512,0	7647,0
Рентабельность собственного капитала, %	72,89%	0,51%	55,67%	43,02%
Краткосрочные обязательства, тыс. руб.	16178,0	16736,0	35093,0	22669,0
Денежные средства, тыс. руб.	507,0	255	102,0	288,0
Коэффициент текущей ликвидности	0,8	2,0	0,4	Норма 1-2
Дебиторская задолженность, тыс. руб.	10360,0	7694,0	18611,0	12221,7
Коэффициент быстрой ликвидности	0,7	0,5	0,5	Норма 0,7-1,0
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,0313	0,0152	0,0029	Норма 0,2-0,25

Изучение деятельности данной торговой фирмы показало, что она уделяет достаточное внимание вопросам увеличения объема реализации товаров в

соответствии с заключенными договорами, разработанными плановыми заданиями по ассортименту, количеству и качеству, однако недостаточно занимается вопросами анализа результативности, в том числе увеличения выручки, рентабельности продаж на основе расширения ассортимента и улучшения качества обслуживания.

Так как процесс реализации завершает кругооборот средств коммерческой организации, он позволяет выполнять обязательства перед государственным бюджетом, банками по кредитам, рабочими и служащими, поставщиками и возмещать операционные затраты, для выявления недостатков хозяйственной деятельности, снижающих её результативность, целесообразно выполнить коэффициентный анализ (исследовать финансовые коэффициенты: текущей и быстрой ликвидности и др.).

Коэффициенты платежеспособности и ликвидности отражают способность коммерческой организации погасить свои краткосрочные обязательства легко реализуемыми средствами. Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, какая часть срочных обязательств может быть погашена наиболее мобильными оборотными средствами. Коэффициент быстрой платежеспособности и ликвидности позволяет лучше, чем коэффициент текущей ликвидности, оценить платежеспособность, так как включает при расчете в состав активов их наиболее ликвидную часть.

Высокое значение коэффициентов платежеспособности и ликвидности свидетельствует об устойчивом финансовом положении коммерческой организации, низкое значение – о возможных проблемах с денежной наличностью и затруднениях в дальнейшей операционной деятельности. В то же время повышенное по отношению к норме значение коэффициентов свидетельствует о невыгодном вложении средств в оборотные активы.

Коэффициент текущей платежеспособности используют в качестве одного из основных показателей платежеспособности и ликвидности коммерческой организации, так как он показывает, в какой степени краткосрочные обязательства коммерческой организации покрываются его оборотными активами, спо-

собными, как предполагается, превратиться в денежную форму в сроки, совпадающие с погашением долгов.

Значение коэффициента текущей ликвидности за рассматриваемый период соответствуют норме, что свидетельствует о том, что торговая фирма располагает ликвидными активами для погашения своей краткосрочной задолженности. Но с другой стороны, значение коэффициента быстрой ликвидности не соответствуют нормативу. Коэффициент быстрой платежеспособности и ликвидности, рассчитанный как отношение суммы денежных средств, краткосрочных финансовых вложений и дебиторской задолженности к сумме краткосрочной кредиторской задолженности, соответствует нормативным значениям (запасы, вынужденная продажа которых может принести убытки, при расчете этого коэффициента исключаются). Как известно, низкое значение коэффициента абсолютной ликвидности свидетельствует о недостаточности ликвидных средств платежа. Данные таблицы 1 подтверждают тот факт, что почти все ликвидные активы коммерческой организации находятся в дебиторской задолженности, что предполагает проведение эффективной работы по возврату долгов для обеспечения платежеспособности.

В результате анализа установлено, что коэффициенты платежеспособности и ликвидности в 2008–2013 годах показывали способность торговой фирмы погасить свои краткосрочные обязательства легко реализуемыми средствами. Однако с наступлением во второй половине 2014 г. признаков финансового кризиса (нестабильность цен, неуверенность в будущем, волатильность финансового и валютного рынков) его предвестники («флаги») не замедлили сказаться и на результатах работы исследуемой торговой фирмы. При росте спроса возросли операционные издержки, в том числе из-за влияния нестабильной рыночной ситуации. Например, возросло потребление дорогостоящих элитных алкогольных продуктов (которые употребляют люди выше среднего достатка – топ-менеджеры, учредители фирм, состоятельные предприниматели при отсутствии уверенности в будущем бизнеса) при одновременном росте операционных, коммерческих затрат на оказание торговых услуг ввиду роста стоимости перевозок, работ, транзакционных издержек.

Происходит снижение оборотных активов, оно составило 3,48 млн. руб., что является индикатором влияния кризиса. Рентабельность оборотных активов практически осталась прежней. Возрос – и существенно, на 2,6 млн руб.– собственный капитал, это положительная тенденция, однако его рентабельность слегка – на 0,4% – снизилась.

Снизились краткосрочные обязательства, возникли сложности с кредитованием. На 10,48 млн. руб. снизились денежные средства, что свидетельствует о неустойчивом финансовом положении исследуемой коммерческой организации. Коэффициент текущей ликвидности упал до кризисного уровня.

Дебиторская задолженность возросла на 14,87 млн. руб. Установлена высокая вероятность банкротства, в т. ч. ввиду того, что кредиторская задолженность превысила 20,4 млн. рублей (по налогам – 2,14 млн. руб., по расчетам с персоналом – 0,779 млн. руб.).

Невыполнение плана реализации вызывает замедление оборачиваемости оборотных средств, чревато штрафами за невыполнение договорных обязательств перед контрагентами, задерживает платежи, ухудшает финансовое положение предприятия. Именно поэтому особое внимание необходимо уделять анализу результативности деятельности и разработке стратегических мероприятий её улучшения.

Следовательно, результативность – основной аспект деятельности торговой фирмы, которой является исследуемая коммерческая организация.

За анализируемый период показатель фондоотдачи зависел в основном от изменения выручки от реализации, поскольку среднегодовая стоимость основных средств оставалась сравнительно постоянной. Использование основных средств следует считать эффективным (таблица 1).

Так как основной целью создания любого коммерческого коммерческой организации является систематическое получение прибыли, то вполне логичным представляется целенаправленная деятельность хозяйствующего субъекта по увеличению размера этой прибыли. На уменьшение показателя рентабельно-

сти активов за исследуемый период повлияло отсутствие мероприятий, направленных на снижение операционных затрат.

Рентабельность собственного капитала показывает эффективность (фондоотдачу) использования собственного и заёмного капитала коммерческой организации. Рентабельность собственного капитала изменяется в зависимости от показателя чистой прибыли. С точки зрения инвестиций, данный коэффициент отражает окупаемость капиталовложений учредителей, а для акционерного общества акционеров и инвесторов.

Исходя из того, что в процессе принятия управленческих решений используется системный анализ, на выход системы (объем выпуска продукции торговой фирмы) непосредственное влияние оказывают следующие факторы: среднесписочная численность работников; структура персонала; среднегодовая выработка на одного рабочего[111]. Взаимосвязь факторов, влияющих на выпуск продукции, можно выразить формулой

$$Q = R\ (r + R)\ (Q + r), \qquad (1)$$

где Q – объем продукции в сопоставимых ценах, тыс. руб.;

R−среднесписочная численность специалистов и управленческого персонала, чел.;

r – среднесписочная численность рабочих, чел.

Математическое описание расчетов влияния трудовых факторов при способе цепных подстановок может быть представлено по формуле

$$R_0\ K_0^r\ W_0^r \rightarrow R_1\ K_0^r\ W_0^r \rightarrow R_1\ K_1^r\ W_0^r \rightarrow R_1\ K_1^r\ W_1^r, \qquad (2)$$

где K^r – удельный вес рабочих в общей численности работников;

W^r – среднегодовая выработка продукции на одного рабочего, руб.

[111] Губина, О.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности / Губина О.В., Губин В.Е. – М.: ИД «Форум»: ИНФРА–М, 2013. – 336 с.

Подставив соответствующие показатели (таблица 3.2), получим (значения «0» и «1» означают величины показателей соответственно за 2012 и 2013 годы)

$$125\times0,87\times916,5\rightarrow 116\times0,87\times916,5 \rightarrow 116\times0,85\times916,5 \rightarrow 116\times0,85\times1144,1.$$

Таблица 3.2 – Динамика объема продукции, численности работников и производительности труда коммерческой организации

Показатели	2012 г.	2013 г.	Отклонение (+,-)	
			абсолютная величина	%
Объем реализации, тыс. руб.	63389	78216	+14827	+23,3
Среднесписочная численность работников, чел.	80	62	-18	–22,5
Среднесписочная численность офисных работников, чел.	24	17	–7	–29,2
Удельный вес офисных работников в общей численности работников, %	30	27,4	–2,6	–8,7
Среднегодовая выработка продукции, руб.: а) на одного работника; б) на офисного работника	 792,4 2642	 1261,5 4601,0	 +469,0 +1959	 +12,6 +74,1

Приведем значения расчетных показателей

$$99,7 \rightarrow 92,5 \rightarrow 90,4 \rightarrow 112,8.$$

Определим влияние каждого фактора на выпуск продукции:

1. Влияние увеличения численности работников равно – 7,2 тыс. руб.

2. Влияние изменения структуры персонала равно – 2,1 тыс. руб.

3. Влияние роста среднегодовой выработки продукции на одного рабочего равно + 22,4 тыс. руб.

Баланс отклонений $-7,2 - 2,1 + 22,4 = +13,1$ тыс. руб.

Несмотря на снижение среднесписочной численности работников, перечисленные факторы оказывают положительное влияние на объем выпуска продукции. Таким образом, наличие трудовых ресурсов можно охарактеризовать как достаточное для осуществления нормального процесса воспроизводства.

Объем реализации продукции определяется или по отгрузке продукции покупателям, или по выручке. Реализация продукции является связующим зве-

ном между производством и потреблением. От того, как продается продукция, какой спрос на нее на рынке зависит объем ее производства.

Динамику выпуска и реализации продукции торговой фирмы рассмотрим, воспользовавшись таблицей 3.3.

Таблица 3.3 – Динамика реализации товаров торговой фирмой

Год	Объем реализации, тыс. т	Темп роста, %		Объем реализации, тыс. т.	Темп роста, %	
		базисные	цепные		базисные	цепные
2011	915.9	100.0	100.0	903.2	100.0	100.0
2012	1003.5	109.6	109.6	996.7	110.3	110.3
2013	1032.5	112.7	102.9	1027.0	113.7	103.0

Из таблицы 3.3 следует, что за три года объем в натуральных показателях возрос на 12.7 %, а объем реализации – на 13.7%.

Исходя из того, что финансовый результат – это выраженный в форме прибыли конечный экономический итог хозяйственной деятельности коммерческой организации, нетрудно установить, что в торговой фирме прибыль образуется главным образом в процессе реализации товаров как разница между выручкой от реализации и ее фактической полной себестоимостью. Следовательно, в основе рыночной деятельности торговой фирмы – прибыль, которая выполняет важнейшие функции:

1) характеризует конечные финансовые результаты деятельности коммерческой организации, размер денежных накоплений;

2) является главным источником финансирования затрат на производственное и социальное развитие коммерческой организации, а платежи в бюджет из прибыли – важнейший элементом доходов государственного бюджета.

Величина прибыли зависит: от объема реализованных товаров, от качества торговых услуг (поощрительные надбавки), от конкурентоспособности реализуемых товаров и рыночного позиционирования, от рационального и эффективного использования основных средств, материальных и трудовых ресурсов), от качества работы коммерческой организации (своевременное выполнение обязательств перед поставщиками, покупателями, банком)

Следовательно, основной критерий финансового состояния коммерческой организации и эффективности управления является результативность как способность торговой фирмы генерировать прибыль.

Интересно отметить следующее. Для общего анализа хозяйственной деятельности торговой фирмы, планирования капитальных вложений, ввода в действие основных средств и производственных мощностей значим такой показатель эффективности производства, как фондорентабельность, выпуск продукции на 1 руб. стоимости основных средств (фондоотдача).

Показатель фондоотдачи – это обобщающий стоимостной показатель использования всей совокупности основных средств торговой фирмы, так как он достоверно отражает уровень использования основных средств.

Об интенсивности использования ресурсов торговой фирмы, способности получать доходы и прибыль, судят по показателям рентабельности. Данные показатели отражают как финансовое положение коммерческой организации, так и эффективность управления хозяйственной деятельностью, имеющимися активами и вложенным собственным капиталом [2].

Показатели рентабельности позволяют получить обобщенную оценку деятельности коммерческой организации. С помощью показателей этой группы оценивают рентабельность активов и собственного капитала.

При определении основных результатов деятельности коммерческой организации необходимо рассчитать и оценить значения показателей платежеспособности и ликвидности, проследить их динамику и сопоставить с критериальными и отраслевыми значениями с целью определения оптимальных пропорций между ними и выбора наиболее приемлемых источников финансирования активов.

Спад показателей прибыли в 2014 году указывает на недочеты в организации на данной торговой фирме. Разные темпы изменения этих показателей могут быть вызваны в основном корректировкой системы налогообложения. Уменьшение показателя чистой прибыли не благоприятен, так как свидетельствует об уменьшении рентабельности собственного капитала.

Увеличение показателя производительности труда, непосредственно влияющего на объем выпуска продукции и иных основных показателей финансово – экономической деятельности организации, было достигнуто за счет интенсивных (то есть не требующих дополнительных капитальных вложений) мероприятий.

Среднегодовой темп роста (прироста) выпуска и реализации продукции рассчитали по среднегеометрической, как корень четвертой степени из суммы цепных темпов роста для стоимости и реализации. Вычислили значения среднегодового темпа прироста себестоимости торговых услуг $T_{ПТУ}$ и среднегодового темпа прироста реализации $T_{ТПР}$ продовольственной продукции, они составили соответственно $T_{ПТУ}$ = 6,11 %, $T_{ТПР}$ = 7,57 %.

Оценку выполнения плана по производству и реализации продукции за отчетный период (год) произвели по данным исследуемой торговой фирмы и установили, что за отчетный год план по себестоимости услуг превышен на 40,56 %. Это отрицательный факт, в то же время план по реализации перевыполнен 36,82 %, что свидетельствует о росте операционных затрат и остатков нереализованных товаров.

На протяжении 2012 и 2013 годов ситуация была стабильной, и себестоимость торговых услуг в сравнении с планом снижалась при одновременном росте объемов продаж и выручки (таблица 4). Рост реализации в изучаемый период увеличивался, удалось снизить себестоимость оказанных торговых услуг в 2013 г., однако в 2014 году из-за роста фонда оплаты труда и логистических расходов себестоимость услуг опять возросла. На объем реализации влияние оказывают: среднесписочная численность работников; структура персонала; среднегодовая валовая прибыль на одного работника.

За анализируемый период показатель фондоотдачи улучшились, основные фонды использовались достаточно эффективно. Рентабельность собственного капитала высокая – в среднем 43,0 %. Выявлены резервы улучшения результативности хозяйственной деятельности коммерческой организации торговой сферы, они состоят в следующем.

Таблица 3.4 – Анализ результативности хозяйственной деятельности фирмы за период с 2009 по 2013 гг.

Годы	Объём торговых услуг, млн. руб.				Объем реализации, млн. руб.			
	план	факт	Δ	% к плану	план	факт	Δ	% к плану
2009	44,80	44,80	0,00	99,99%	55,49	55,49	0,00	100,00%
2010	48,40	59,55	11,15	123,04%	55,69	72,28	16,59	129,80%
2011	68,45	64,45	–4,00	94,15%	77,76	78,22	0,46	100,59%
2012	68,65	52,31	–16,35	76,19%	84,14	63,69	–20,45	75,69%
2013	52,58	73,90	21,33	140,56%	67,30	92,08	24,78	136,82%
2014 (прогноз)	70,20	98,53	28,33	140,36%	96,90	122,78	25,88	126,70%

Максимальный резерв реализации за счет улучшения использования оборудования может быть освоен, если фирма найдет резерв по трудовым ресурсам. Для этой цели рекомендуется сделать следующее: провести аттестацию кадров, в результате которой должна быть выявлена активная группа сотрудников, готовых проводить необходимые перемены и работать на энтузиазме, и пассивная группа сотрудников. Особенно важно провести такую аттестацию среди управленческого персонала, так как от менеджеров зависит успех планируемых изменений и программы санации.[112] Для активной группы специалистов, при необходимости, провести обучение методам анализа результативности хозяйственной деятельности с использованием современных информационных технологий. Для них должна быть разработана система организационно-экономической мотивации, что позволит консолидировать антикризисную команду. Рекомендуется: расширение рынка за счет новых товаров, регионов сбыта; удержания перспективной доли рынка; ориентация на товары высокого спроса развитие розничной сети, что чрезвычайно важно в условиях возможного кризиса. При реализации всех перечисленных стратегических мероприятий исследуемое торговая фирма с большой степенью вероятности не только успешно преодолеет кризис, но и выйдет из него более сильным предприятием.

[112] Курочкин, В.Н. Анализ и оценка финансового положения коммерческой организации по данным бухгалтерской отчетности / Экономика и социум. – 2014. – №2 (11). – www.iupr.ru/e-zhurnal-ekonomika-i-sotsium.

3.4 Совершенствование методики анализа и оценки финансового положения коммерческой организации

Финансовое положение коммерческих организаций значимо для экономического развития России, о чем свидетельствуют выступления президента и премьер-министра России на разных форумах и заседаниях.

В связи с этим значимость приобретает вопрос о принятии единого подхода к оценке и управлению финансовым положением организаций в условиях развития в России финансового рынка, в связи с растущей необходимостью обеспечения достоверной информацией всех, как отечественных, так и зарубежных участников этого рынка. Этот подход не должен противоречить принятым методам в зарубежной практике, в то же время должен учесть особенности российских экономических отношений. Противоречие состоит в том, что усиление влияния факторов внешней среды на функционирование организаций требует изменения методики и технологии анализа финансового положения коммерческих организаций.

Системное противоречие требует разработки в целях риск-менеджмента новых и более гибких инструментов анализа финансового положения организаций, учитывающих возможные изменения внешних риск-факторов и позволяющих построить стратегию организации с учетом ее слабых сторон.

За два десятка лет развития рыночных отношений в Российской Федерации в отечественной экономической литературе развивается новое направление финансовой науки, занимающийся методами анализа и оценки финансово-хозяйственной деятельности организаций. Анализ финансового положения занимает особое место в работах таких российских ученых-экономистов, как Шеремет А.Д., Баканов М.И., Балабанов И.Т., Банк С.В., Барнгольц С.Б., Бланк И.А., Вахрушина М.А., Донцова Л.В., Ефимова О.В., Ионова А.Ф., Ковалев В.В., Мельник М.В., Панков В.В., Петрова В.И., Савицкая Г.В., Селезнева Н.Н., Стоянова Е.С. и др.

Концептуальные исследования в области финансовой стабильности орга-

низаций проводили известные зарубежные авторы, в их числе Альтман Э., Бернстайн Л.А., Бивер У., Ван Хорн Дж., Гордон Л.В., Каплан Р.С., Нортон Д.П., Таффлер Р. и другие ученые-экономисты.

В зависимости от взглядов экономистов можно отметить разные методические подходы к анализу такого важнейшего оценочного показателя деятельности организации, каким является финансовое положение.

Большинство авторов считает, что анализ финансового положения необходимо осуществлять с позиций системного комплексного подхода. В методологию комплексного системного анализа внесли большой вклад Шеремет А.Д., Бочаров В.В., Гиляровская Л.Т., Ендовицкий М.В, Ковалев В.В., Лысенко Д.В., Мельник М.В. и др.

Другие авторы придерживаются мнения, что более точные результаты анализа достигаются с использованием многофакторных моделей оценки финансового состояния, которые с определенным уровнем вероятности могут прогнозировать банкротство коммерческой организации.

Несмотря на многочисленные публикации, посвященные вопросам анализа финансового положения организаций, все еще существует неоднозначность подходов к методам анализа у разных авторов, также не охвачен весь спектр факторов, влияющих на финансовое положение организаций. Есть необходимость выработать единую систему показателей, которые удовлетворили бы потребности всех пользователей информации относительно финансовой прочности коммерческой организации. Требует доработки также и понятийный аппарат характеристики финансового положения. Все эти обстоятельства предопределили выбор темы исследования, цели и задачи диссертационной работы.

Целью исследования является совершенствование теоретико-методических положений и практических рекомендаций по методике анализа и оценки финансового положения коммерческих организаций на основе комплексного системного подхода, направленных на повышение эффективности их хозяйственной деятельности в современных условиях.

Для реализации обозначенной цели поставлены и решены следующие за-

дачи:

- исследовать теоретические аспекты анализа и оценки финансового положения коммерческой организации;

- выявить ключевые особенности методики проведения анализа и оценки финансового положения организации для внутренних и внешних пользователей информации, позволяющей, в том числе, предвидеть влияние факторов внешней среды для управления финансовой устойчивостью организации;

провести комплексный анализ и оценку финансового положения коммерческой организации по данным бухгалтерской отчетности;

- предложить организационную модель анализа и оценки финансового положения коммерческих организаций на основе системного подхода и адаптировать методику анализа и оценки финансового положения к применению информационных технологий;

Объектом исследования являются финансово-хозяйственные операции общества с ограниченной ответственностью «Центр-Дон», связанные с движением капитала, активов и пассивов.

Предметом исследования являются взаимосвязи характеристик использования капитала, активов и пассивов для формирования более обоснованной оценки финансового положения организации.

Теоретической и методологической основой исследования послужили научные труды отечественных и зарубежных ученых в области экономической теории, бухгалтерского учета, анализа и отчетности, Положения по бухгалтерскому учету Российской Федерации, Международные стандарты финансовой отчетности, Международные и Российские стандарты аудита, нормативно-правовые акты РФ, разные научные публикации.

При проведении исследования использовались общенаучные методы познания - системный подход, приемы анализа и синтеза, сочетание методов динамического, сравнительного и факторного анализа. При подготовке работы использованы математические, статистические и другие современные методы аналитической обработки информации. Применение перечисленных методов

дало возможность достоверно оценить финансовое положение и сформулировать выводы и рекомендации по повышению эффективности деятельности организации[113] .

Исследование отчетности коммерческой организации показало следующее. Показатели рентабельности ООО «ЦЕНТР-ДОН» характеризуют отношение полученной прибыли, к затратам на ее получение. Рентабельность является одним из основных показателей эффективности работы предприятия и принятой ею бизнес - стратегии.

На уровень и динамику показателей рентабельности ООО «ЦЕНТР-ДОН» оказывает влияние вся совокупность производственно-хозяйственных ресурсов: уровень организации производства и управления; структура капитала и его источников; степень использования производственных ресурсов; объем, качество и структура продукции; затраты на производство и себестоимость изделий; прибыль по видам деятельности и направления ее использования.

Таким образом, результаты расчетов показателей рентабельности ООО «ЦЕНТР-ДОН» за 2011 год в сравнении с 2010 годом показали снижение рентабельности внеоборотных активов, собственного капитала и рентабельности производства, что оценивается отрицательно. Также расчеты показали увеличение остальных коэффициентов рентабельности, что оценивается положительно.[114] Таким образом, результаты расчетов показателей рентабельности ООО «ЦЕНТР-ДОН» за 2013 г. в сравнении с 2012 г. показали снижение рентабельности внеоборотных активов и рентабельности производства, что оценивается отрицательно. Расчеты остальных коэффициентов рентабельности показали увеличение уровня, что оценивается положительно.

Для повышения эффективности производства необходимо, при распределении прибыли достигнуть оптимальность в удовлетворении интересов государства, предприятия и работников, учитываю тот факт, что государство заин-

[113] Филимонова, Е.В. Анализ и учет формирования финансовых результатов и использование прибыли в коммерческом обществе. – Ростов-на-Дону, СКНЦ ВШ ЮФУ, 2012.
[114] Там же.

тересовано получить как можно больше прибыли в бюджет, а руководство ООО «ЦЕНТР-ДОН» стремится направить большую сумму прибыли на расширенное воспроизводство, в то же время работники заинтересованы в повышении оплаты труда.

Горизонтальный анализ активов ООО «ЦЕНТР-ДОН» показывает, что абсолютная их сумма за 2012 г. в сравнении с 2011г. возросла на 7404 тыс. руб., или на 189,33%, а за 2013 г. в сравнении с 2012 г. – на 10896 тыс. руб. (169,44%), что позволило сделать вывод о том, что организация повышает свой экономический потенциал.

С точки зрения структуры активов наблюдаемое увеличение произошло в основном за счет роста оборотных активов в 2012 г. в сравнении с 2011 г. – на 6682 тыс. руб., в 2013 г. в сравнении с 2012 г. – на 8115 тыс. руб. В тоже время увеличение внеоборотных активов в 2012 г. в сравнении с 2011 г. произошло на 722 тыс. руб., а в 2013 г. в сравнении с 20121 г. – на 2781тыс. руб.

Увеличение оборотных активов произошло в основном за счет увеличения дебиторской задолженности ООО «ЦЕНТР-ДОН» на 6835 тыс. руб. в 2012 году в сравнении с 2011 г., на 7494 тыс. руб.в 2013 г. в сравнении с 2012 г.

За рассматриваемые периоды вся дебиторская задолженность ООО «ЦЕНТР-ДОН» была краткосрочной и платежи по ней ожидались в течении 12 месяцев после отчетной даты. Однако увеличение дебиторской задолженности ухудшает ликвидность текущих активов.

Увеличение товарных запасов в 2013 г. на 3198 тыс. руб. и снижение такого показателя как денежные средства на 318 тыс. руб. - указывает на то, что организация испытывает финансовые затруднения, потому, что у нее имеются финансовые ресурсы, которые вложены в сверхнормативные запасы.

Анализируя состав внеоборотных активов можно отметить, что увеличение на 722 тыс. руб. в 2012 г. в сравнении с 2011 г., и на 2781 тыс. руб. в 2013 г. в сравнении с 2012 г. - произошло за счет изменения в составе основных средств.

В структуре оборотных активов в ООО «ЦЕНТР-ДОН» преобладает де-

биторская задолженность, доля которой по состоянию на начало 2012 г. составляла 29,44 %. В течение 2012 и 2013 г. произошло увеличение дебиторской задолженности и их доля на конец 2012 года составила 59,10 %, на конец 2012 г. – 63,06 %.

Рост доли дебиторской задолженности ООО «ЦЕНТР-ДОН» свидетельствует об увеличении объема продаж.

Рост дебиторской задолженности заслуживает как положительную оценку – нахождение новых рынков сбыта, так и отрицательную – много средств временно отвлеченно из оборота, что свидетельствует о нестабильной ликвидности дебиторской задолженности, о постоянном уменьшении ликвидности дебиторской задолженности. Доля запасов в составе оборотных активов по состоянию в 2012 г. составила на начало 2012 г. – 27,30 %, на конец - 10,57 %, в 2013 году – 18,27 процентов.

Таким образом, оборотные активы организации ООО «ЦЕНТР-ДОН» характеризуются: большой долей дебиторской задолженности (авансов, выданных поставщикам), товарными запасами, незначительным наличием денежных средств (на конец 2012 г. - 3,17 %), что ухудшает ликвидность текущих активов.

Доля внеоборотных активов ООО «ЦЕНТР-ДОН»: на начало 2011 г. составляла 0,17 %, в 2012 г. – 4,69 %, в 2013 г. – 13,23 %. Прослеживается тенденция увеличения доли этого вида актива.

Основное увеличение удельного веса этого вида активов произошло в части увеличения удельного веса основных средств на 4,52 % в 2012 г., на 8,54 % в 2013 году.

В состав пассивов входит собственный капитал и краткосрочные обязательства. Поэтому по удельному весу пассивов можно сделать вывод об изменении источников финансово-хозяйственной деятельности ООО «ЦЕНТР-ДОН».

За анализируемый период (2011 – 2013 г.) в ООО «ЦЕНТР-ДОН» происходило увеличение доли собственного капитала с 0,76 по 2,19 процентов.

Следует отметить, что содержание доли собственного капитала ниже 50 % свидетельствует о том, что организация в большей степени зависит от лиц, предоставивших ей займы, ссуды и кредиты.

Долгосрочных обязательств ООО «ЦЕНТР-ДОН» в рассматриваемый период не имело.

Если принимать во внимание возможность замены краткосрочных обязательств долгосрочными, то преобладание краткосрочных источников в структуре заемных средств является негативным фактом, который характеризует ухудшение структуры баланса и повышение риска утраты финансовой устойчивости.

Удельный вес краткосрочных обязательств в анализируемом периоде уменьшился на 1,37 % в 2012 г., на 0,06 % в 2013 г. в общем объеме пассивов ООО «ЦЕНТР-ДОН». На конец анализируемого периода обязательства полностью состоят из кредиторской задолженности и заемных средств. На конец 2011 г. кредиторская задолженность составляла 98,55 %, на конец 2012 г. - 97,46 %, на конец 2013 г. – 97,54 % от суммарных обязательств ООО «ЦЕНТР-ДОН».

Таким образом, на основании проведенного горизонтального и вертикального анализа можно сказать, что финансово-хозяйственная деятельность ООО «ЦЕНТР-ДОН» способствовала увеличению его собственного капитала.

Однако рост краткосрочной кредиторской задолженности говорит о том, что ООО «ЦЕНТР-ДОН» испытывает недостаток в собственных оборотных средствах, и ее текущая деятельность финансировалась в основном за счет привлеченных средств.

Значение коэффициента промежуточной ликвидности также входит в рамки нормы (0,7-1,0), и на конец 2011 года составляет 0,87, на конец 2013 г. – 0,68.

Коэффициент текущей ликвидности на конец периода снизился на 0,04 в 2012 году в сравнении с 2011 г., на 0,11 в 2013 г. в сравнении с 2012 г. и составил 0,86 (2013 г.), то есть остался ниже допустимого предела, установленного как в России (1,3-1,5), так и за рубежом (>2), что говорит о отрицательных

моментах работы ООО «ЦЕНТР-ДОН».

На конец 2010 года коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами в ООО «ЦЕНТР-ДОН» составлял - 0,01.

На конец 2012 и 2013 годов коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами снизился до 0,03 пункта в 2012 году, и до 0,13 пункта в 2013 году, что свидетельствует о недостатке у ООО «ЦЕНТР-ДОН» собственных оборотных средств, необходимых для её финансовой устойчивости, так как допустимый предел >0,1.

Результаты расчетов коэффициентов финансовой устойчивости показали следующее (таблица).

Таблица 3.5 – Результаты расчетов коэффициентов финансовой устойчивости ООО «ЦЕНТР-ДОН» за 2011 - 2013 года

Показатели	Условное обозначение	2011 г.	2012 г.	2013 г.	Откл. 2012г.-2011г. (+, –)	Откл. 2013г.-2012 г. (+, –)
Коэффициент финансирования	СК/ЗК	0,01	0,02	0,02	0,01	0,00
Коэффициент автономии (финансовой независимости)	СК/А	0,01	0,02	0,02	0,01	0,00
Коэффициент финансовой зависимости	ЗК/А	0,99	0,98	0,98	-0,01	0,00
Коэффициент финансовой устойчивости	(СК+ДО)/А	0,01	0,02	0,02	0,01	0,00
Коэффициент финансового рычага (финансовый леверидж)	ЗК/СК	130,56	45,98	44,68	-84,57	-1,30
Коэффициент маневренности собственного капитала	(СК+ДО-ВА)/СК	0,78	-1,20	-5,04	-1,98	-3,84
Коэффициент постоянного актива	(ВА-ДО)/СК	0,22	2,20	6,04	1,98	3,84
Коэффициент собственных средств в совокупных активов	(СК+ДО-ВА)/А	0,01	-0,03	-0,11	-0,04	-0,04
Коэффициент инвестирования	СК/ВА	4,50	0,45	0,17	-4,05	-0,29

Коэффициент финансовой устойчивости в 2013 г. равен 0,02, что указы-

вает на низкий удельный вес устойчивых источников финансирования, используемых предприятием в долгосрочной перспективе, так как рекомендуемый коэффициент должен быть > 0,7.

Маневренность собственного капитала ООО «ЦЕНТР-ДОН», также имеет низкое значение коэффициента мобильности собственного капитала (рекомендуемый коэффициент 0,5), в 2012 г. он равен - 5,04, по сравнению с 2010 годом он понизился на 4,26 пункта.

Рассмотренные выше показатели финансовой устойчивости дают обобщающую оценку финансового положения ООО «ЦЕНТР-ДОН».

С учетом взаимосвязи показателей, характеризующих финансовое состояние ООО «ЦЕНТР-ДОН», его следует признать неустойчивым. ООО «ЦЕНТР-ДОН» не располагает возможностями для обеспечения устойчивого совершенствования в длительной перспективе.

Так же ООО «ЦЕНТР-ДОН» рекомендуется предусматривать плановые мероприятия по увеличению прибыли. В общем плане эти мероприятия могут быть следующего характера:

1) повышение технического уровня производства. Это внедрение новой, прогрессивной технологии, механизация и автоматизация производственных процессов; улучшение использования и применение новых видов сырья и материалов; изменение конструкции и технических характеристик изделий; прочие факторы, повышающие технический уровень производства;

2) совершенствование организации производства и труда. Снижение себестоимости и увеличение прибыли предприятия может произойти в результате изменения в организации производства, формах и методах труда при развитии специализации производства; совершенствования управления производством и сокращения затрат на него; улучшение использования основных фондов; улучшение материально-технического снабжения; сокращения транспортных расходов; прочих факторов, повышающих уровень организации производства;

3) изменение объема и структуры продукции, которые могут привести к относительному уменьшению условно-постоянных расходов (кроме амортиза-

ции), относительному уменьшению амортизационных отчислений, изменению номенклатуры и ассортимента продукции, повышению ее качества. Условно-постоянные расходы не зависят непосредственно от количества выпускаемой продукции. С увеличением объема производства их количество на единицу продукции уменьшается, что приводит к снижению ее себестоимости;

4) отраслевые и прочие факторы. К ним относятся: ввод и освоение новых цехов, производственных единиц и производств, подготовка и освоение производства в действующих объединениях и на предприятиях; прочие факторы.

Руководителю ООО «ЦЕНТР-ДОН» предложено произвести ряд мероприятий по сокращению дебиторской задолженности.

Одним из методов сокращения дебиторской задолженности предприятия предложено продать дебиторскую задолженность банку (факторинг).

Горизонтальный анализ активов ООО «ЦЕНТР-ДОН» в результате снижения дебиторской задолженности показывает, что абсолютная их сумма на конец отчетного периода возросла на 7576 тыс. руб., или в 128,49 процентов, Можно сделать вывод о том, что организация повышает свой экономический потенциал. Увеличение оборотных активов произошло в основном за счет снижения дебиторской задолженности ООО «ЦЕНТР-ДОН» на 14254 тыс. руб.

Таким образом, авторами статьи был разработан и предложен к внедрению обусловленный современными факторами внешней среды алгоритм автоматизированного формирования консолидированного отчета «Финансовый анализ» и обобщены результаты анализа и оценки финансового положения коммерческой организации в определенный алгоритм его проведения с использованием информационных технологий.

При принятии управленческих решений полезным инструментом является сценарное имитационное моделирование, которое позволяет моделировать будущие показатели деятельности с учетом имеющихся взаимосвязей. В частности, такое моделирование предназначено для анализа влияния исходных (факторных) показателей на производный (целевой) показатель. Такое моделирование позволяет проводить анализ изменения целевого показателя при изме-

нении исходных показателей.

В связи с этим следует отметить практическую значимость для организации предложения по использованию автоматизированной информационной системы для такого моделирования.

Использование автоматизированной информационной системы позволяет получать аналитические отчеты оперативно, достигается аудируемость, прозрачность данных. Представленные данные доступны и понятны руководителям и инвесторам, так как в отчете приводятся текстовые комментарии к аналитическим таблицам с интерпретацией данных.

Наиболее важные научные результаты исследования заключаются в развитии теоретического и методического инструментария диагностики финансового положения организации.

Разработана новая научная идея о возможности усовершенствования методики финансового анализа и оценки на основании информационных технологий, что позволяет решить выявленные системные противоречия между принятыми методами в зарубежной практике и особенностями российских экономических отношений, путем разработки новых и более гибких инструментов анализа финансового положения коммерческих организаций.

Сформулирован авторский подход к раскрытию понятийного аппарата финансового положения, основанный на динамическом представлении показателей, с учетом влияния на него как внутренних, так и внешних факторов; обобщены и систематизированы российские и зарубежные методики анализа финансового положения.

Выявлены внутренние и внешние противоречия, определяющие актуальность темы исследования. Установлены факторы, такие как изменение сумм оборотных активов, товарных запасов, пассивов, собственного капитала, долгосрочных и краткосрочных обязательств и. т.п., от которых зависит финансовое положение коммерческой организации и причинно-следственные связи между ними и финансовым положением. Сформированы алгоритмы анализа показателей, характеризующих финансовое положение коммерческой органи-

зации в современных условиях, который может быть использован в качестве базы для комплексного анализа, оценки и целевого прогнозирования ее финансового положения и обеспечивает получение более точных оценок финансового положения.

Разработаны предложения по дальнейшему совершенствованию финансового положения коммерческой организации.

Уточнена частная методика анализа и оценки финансового положения, включающая в себя две взаимосвязанные составляющие: методику анализа финансового состояния и методику прогнозирования финансового состояния на основе информационных технологий.

Предложенная методика позволяет осуществлять последовательное улучшение финансового положения коммерческой организации.

Сформирован алгоритм использования автоматизированной системы анализа и оценки финансового положения коммерческой организации, в основу которого положена методика комплексного анализа, которая позволяет сделать его достаточно удобным для практического использования [115].

Предложен подход и определены возможные направления практического использования автоматизированной системы анализа и оценки финансового состояния в целях финансового оздоровления коммерческой организации: а) путем выявления финансовых затруднений и разработкой рекомендаций, направленных на их преодоление, б) путем оценки финансовой привлекательности и разработкой рекомендаций по ее улучшению.

Практическая значимость исследования заключается в разработке рекомендаций по развитию и совершенствованию теоретических и практических основ анализа и оценки финансового положения организации на основе современных методов, адекватных требованиям рыночной экономики, а также в реализации рекомендаций автора в практике финансово-хозяйственной деятельности с использованием методики управления финансовой устойчивости ком-

[115] Филимонова, Е.В. Информационные технологии в профессиональной деятельности. Учебник. Допущено Министерством образования РФ в качестве учебника. – Ростов-на-Дону: «Феникс», 2010. – 389 с.

мерческой организации по данным бухгалтерской отчетности [116]. Результаты исследования используются в процессе финансово-хозяйственной деятельности ООО «Центр-Дон» с целью управления финансовым положением организации и в работе аудиторских фирм при проведении аудиторских проверок и прогнозировании финансовой отчетности.

Результаты исследования используются также в учебном процессе в Ростовском институте «РЭУ имени Г.В. Плеханова» при преподавании следующих дисциплин: «Комплексный анализ хозяйственной деятельности», «Анализ финансовой отчетности», «Аудит», при исследованиях финансовой устойчивости коммерческих организаций[117] .

3.5 Анализ и оценка ликвидности бухгалтерского баланса коммерческой организации

Процедуры анализа являются составной частью прикладных исследований хозяйственной деятельности коммерческих организаций. Анализ ликвидности и диагностика платежеспособности позволяет исследовать плановые и фактические данные, выявлять резервы повышения эффективности производства и оценить результаты деятельности, что позволяет принимать обоснованные управленческие решения и вырабатывать стратегию развития коммерческой организации.

Понятия платежеспособности и ликвидности близки, но второе более емкое. От степени ликвидности баланса зависит платежеспособность. Кроме того, ликвидность характеризует не только текущее состояние расчетов, но и перспективу [1, с. 648].

Под ликвидностью организации понимается ее способность покрывать

[116] Курочкин, В.Н. Управление финансовой устойчивостью коммерческой организации /В.Н. Курочкин, А.М. Роот. – Экономика и социум. – 2013. – №3(9). – Часть 2.

[117] Курочкин, В.Н. Финансовое состояние аграрных предприятий /В.Н. Курочкин, С.С. Балабин, Л.Ю. Бжеленко, Е.И. Близнюк, Э.Ю. Вдовикин, Л.А. Колосова, А.С. Мальцева, А.Г. Медведева, Д.А. Скрыльников, Г.Ю. Ситникова. – Зерноград: ФБГОУ АЧГАА, 2013. – с. 13 – 23.

свои обязательства активами, срок превращения которых в денежную форму соответствует сроку погашения обязательств. Ликвидность означает безусловную платежеспособность организации и предполагает постоянное равенство между ее активами и обязательствами одновременно по двум параметрам: по общей сумме; по срокам превращения в деньги (активы) и срокам погашения (обязательства). Анализ ликвидности организации проводится по балансу и заключается в сравнении средств по активу, сгруппированных по степени ликвидности и расположенных в порядке убывания, с обязательствами по пассиву, расположенными в порядке возрастания срока погашения. Различают ликвидность: текущую – соответствие дебиторской задолженности и денежных средств кредиторской задолженности; расчетную – соответствие групп актива и пассива по срокам их оборачиваемости, в условиях нормального функционирования организации; срочную – способность к погашению обязательств в случае ликвидации организации.

Одним из показателей, характеризующих финансовое положение предприятия, является его платежеспособность, то есть возможность своевременно погашать свои платежные обязательства наличными денежными ресурсами. Оценка платежеспособности по балансу осуществляется на основе характеристики ликвидности оборотных активов, которая определяется временем, необходимым для превращения их в денежные средства. Чем меньше требуется времени для инкассации данного актива, тем выше его ликвидность [2, с. 385].

Объектом исследования выступает финансово-хозяйственная деятельность коммерческой организации в организационно-правовой форме общества с ограниченной ответственностью (ООО), работающего в г. Ростове-на-Дону. Относится к торговым фирмам среднего бизнеса.

Предметом исследования выступает закономерность финансовой деятельности коммерческой организации.

Цель: анализ и оценка ликвидности бухгалтерского баланса коммерческой организации в сфере торговли и разработке на этой основе рекомендаций по их улучшению, стабилизации и оптимизации деятельности.

Методической основой исследований выступают такие методы, как математические и статистические, методы сравнений и аналогий.

Вопросам анализа финансового состояния посвящено множество источников учебной литературы, научных и исследовательских статей, в которых авторы предлагают свои методики анализа предприятия, выявляют некоторые проблемы в данной области и предлагают пути их решения.

В качестве научной базы статьи выступили работы проф. Шеремета А. Д. , Ковалева А.И., Савицкой Г.В. и др. [1-5] Фактологической информацией для анализа явились данные форм бухгалтерской отчетности коммерческой организации торговли среднего по размерам бизнеса, а актуальными задачами анализа их финансового состояния являются: определение платежеспособности и ликвидности; изучение структуры источников средств; анализ показателей оборачиваемости активов; определение доходности активов.

Основными источниками информации для анализа финансового состояния предприятия служат отчетный бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах коммерческой организации. По данным баланса устанавливаются и оцениваются следующие важнейшие индикаторы финансового состояния организации: состав, структура и динамика показателей актива и пассива баланса; наличие собственного оборотного капитала; величина чистых активов организации; коэффициенты финансовой устойчивости; коэффициенты платежеспособности и ликвидности и т. д. [3, с. 37].

Исходя из информационных возможностей финансовой отчетности, можно выделить четыре основные группы финансовых коэффициентов координации: коэффициенты рентабельности; коэффициенты оборачиваемости (отдачи); коэффициенты финансовой устойчивости; коэффициенты ликвидности и платежеспособности. Так как анализ ликвидности может преследовать различные цели, в аналитических целях можно выделить две группы показателей, характеризующих ликвидность организации: коэффициенты, характеризующие деятельность функционирующего предприятия, и коэффициенты, применяемые для анализа ликвидируемого предприятия. Показатели, характеризующие воз-

можность ликвидации активов, в зарубежной практике финансового анализа часто базируются на эмпирическом правиле, согласно которому продажная цена при проведении аукциона или срочной распродажи составит примерно половину рыночной стоимости активов. Данное правило может рассматриваться в качестве примерного ориентира, поскольку обоснованный уровень оборотных активов, необходимых для погашения краткосрочных обязательств как для действующего, так и для ликвидируемого предприятия, зависит от сферы его деятельности, а также от колебаний, связанных с краткосрочными потоками денежных средств.

При оценке ликвидности критерием отнесения активов и обязательств к оборотным (краткосрочным для обязательств) является возможность реализации первых и погашения вторых в ближайшем будущем – в течение одного года. Однако данный критерий не является единственным при определении тех статей баланса, которые должны быть причислены к оборотным. В частности, незавершенное производство, несмотря на то, что оно может иметь срок оборота значительно больший, чем один год, тем не менее будет относиться к оборотным активам [3, с. 38].

Вторым критерием для признания активов и обязательств в качестве оборотных является условия их потребления или оплаты в течение обычного операционного цикла предприятия. В системе нормативного регулирования бухгалтерского учета в России под оборотными активами понимаются денежные средства и иные активы, в отношении которых можно предполагать, что они будут обращены в денежные средства, или проданы, или потреблены в течение 12 месяцев или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев.

Для получения обоснованных результатов текущей платежеспособности важным является то, как группируются в соответствии с названным критерием активы в балансе российских предприятий. В бухгалтерском балансе в состав активов, названных «оборотными», включаются некоторые статьи, таковыми по существу не являющимися. Исключение из правил составляет дебиторская задолженность по контрактам, заключенным на срок более года, критерием от-

несения которой к оборотным активам будет срок ее оборота в течение обычного операционного цикла предприятия. Наличие такой дебиторской задолженности в составе оборотных активов должно быть прокомментировано в пояснительной записке, с тем, чтобы оказать внешним пользователям на специфичность подхода.

Для предварительной оценки ликвидности предприятия привлекаются данные бухгалтерского баланса. Информация, отражаемая в разделе II актива баланса, характеризует величину оборотных активов в начале и конце отчетного года. Сведения о краткосрочных обязательствах предприятия содержатся в разделе V пассива баланса и пояснениях к нему, раскрывающих качественный состав его составляющих. К числу краткосрочных (текущих) обязательств, как правило, относятся требования, погашение которых ожидается в течение одного года со дня отчетной даты. К ним же следует отнести те долгосрочные обязательства, частичное погашение которых должно произойти в указанный выше срок, при этом текущая часть долгосрочных обязательств должна быть отражена и прокомментирована в пояснительной записке. Оборотные активы предприятия могут быть ликвидными в большей или меньшей степени, поскольку в их состав входят как легко реализуемые, так и труднореализуемые активы[118] .

В нормативных актах по учету в зависимости от степени ликвидности активы организации разделяются на следующие группы: наиболее ликвидные активы, быстро реализуемые активы, медленно реализуемые активы, трудно реализуемые активы; наиболее ликвидные активы A_1, включающие денежные средства и краткосрочные финансовые вложения (ценные бумаги, за исключением балансовой стоимости собственных акций, выкупленных у акционеров). С учетом изложенного предлагается взятая за основу [119] и уточненная методика анализа и оценки ликвидности бухгалтерского баланса коммерческой организации в сфере торговли реализованную на примере анализа финансовой дея-

[118] Алексеева, А. И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Алексеева А. И., Васильев Ю. В., Малеева А. В., Ушвицкий Л. И. – М.: Финансы и статистика, 2010 г. – С. 651.
[119] Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М. 2011 г. – С. 383-411.

тельности коммерческой организации торговой сферы среднего бизнеса за период 2011– 2014 г. На основе фактологической информацией были установлены факты роста выручки от продаж, рентабельности продаж, рентабельности основных и оборотных средств. Однако деятельность изучаемой коммерческой организации имеет и негативную (особенно для торговых предприятий) тенденцию – снижение коэффициента оборачиваемости оборотного капитала, снижение фондоотдачи и производительности труда (таблица 3.6).

Таблица 3.6 – Показатели эффективности использования оборотных средств

Показатели	Год			Изменение,(+;-)		Темп изменения, %	
	2011	2012	2013	2012 г. к 2011 г.	2013 г. к 2012 г.	2012 г. к 2011 г.	2013 г. к 2012 г.
Выручка, тыс. руб.	40544	43046	43118	2502	72	106,17	100,17
Прибыль, тыс. руб.	2889	3390	3748	501	358	117,34	110,56
Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб.	24740	26947,5	29698	2207,5	2750,5	108,92	110,21
Оборачиваемость оборотных средств: - в числе оборотов	1,64	1,60	1,45	-0,04	-0,15	97,47	90,89
- в днях оборота	220	225	248	6	23	102,59	110,02
Рентабельность оборотного капитала, %	11,68	12,58	12,62	0,90	0,04	107,73	100,32

Проведенный анализ финансового состояния изучаемой коммерческой организации показал, что вероятность наступления банкротства –низкая, финансовое состояние за 2010 – 2013 г. – устойчивое, зависимость предприятия от внешних источников финансирования на протяжении анализируемого периода падает. Анализ хозяйственной деятельности этой организации показал, что за последние три года она имеет устойчивую тенденцию к росту основных показателей, характеризующих коммерческую и финансовую эффективность, есть некоторые перекосы в организационном процессе, требующие изменений. В коммерческой организации действует система критериев для выбора поставщиков. Это – качество продукции, цена, надежность поставщика, качество обслуживания, условия платежа и другие/ На основании результатов анализа ликвид-

ности и диагностики платежеспособности этого юридического лица можно сформулировать вывод о том, что оно находится на этапе развития деятельности и по финансовым показателям на данный момент является платежеспособным.

Однако эта способность падает из-за низких значений финансовых коэффициентов, которые не соответствуют нормативным значениям, а именно: коэффициент абсолютной ликвидности в 2013 г. имеет значение 0,04 (нормативное значение больше или равно 0,2 – 0,7), коэффициент критической ликвидности имеет значение 0,07 (нормативное значение больше или равно 0,7 – 0,8) и коэффициент текущей ликвидности имеет значение 1,97 (нормативное значение больше или равно двум). Следовательно, структура баланса может быть признана неудовлетворительной, так как показатель ликвидности не превышает установленного нормой значения, и как следует анализ показателей финансовой состоятельности, они не превышают установленный уровень, и соответственно, предприятие не имеет реальной возможности восстановить свою платежеспособность в ближайшее время.

В целом коммерческая организация характеризуется низкой ликвидностью. С экономической точки зрения это означает, что в случае срывов в оплате продукции, фирма может столкнуться с серьезными проблемами погашения задолженности поставщикам.

Здесь же надо отметить отрицательную динамику изменения показателей ликвидности. Она свидетельствует о падении потенциальной платежеспособности.

Основными задачи на данном этапе является: увеличение денежного компонента в расчетах; увеличение оборачиваемости активов. Основным фактором, обеспечивающим рост прибыльности основной деятельности коммерческой организации на протяжении исследуемого периода, являлось увеличение объема оптовой реализации товаров. Таким образом, увеличение объемов реализации продукции является резервом повышения прибыльности. Из изложенного следует, что необходимо четко разграничить понятия «ликвидность» и

«платежеспособность». Под ликвидностью необходимо понимать способность активов превращаться в денежные средства как максимально ликвидную форму активов. Под платежеспособностью необходимо понимать способность предприятия привлекать необходимое количество финансовых ресурсов для удовлетворения платежных обязательств. Платежеспособность является характеристикой деятельности предприятия за некоторый период. Таким образом, способность привлечь финансовые ресурсы рассчитывается на плановый период (в случае ретроспективного анализа определяются финансовые ресурсы, фактически привлеченные за анализируемый период)[120] [6, с. 105].

Для оптимизации ликвидности коммерческих организаций торговой сферы предлагается ряд мероприятий: увеличение доли собственных источников финансирования может быть достигнуто за счет повышения прибыльности деятельности организации и дальнейшего направления чистой прибыли на увеличение собственных средств; совершенствование работы по управлению оборотным капиталом; оптимизация финансовой политики и отказ от финансирования капитальных вложений за счет краткосрочного кредитования; привлечение долгосрочного финансирования; реализация части постоянных активов, не используемых в процессе производства.

1. Для стабилизации деятельности и обеспечения допустимого уровня платежеспособности и ликвидности показателей следует планировать рост чистой прибыли за счет внедрения мероприятий по поддержанию стабильности деятельности фирмы, а именно: заключение выгодных договоров на поставку товаров, обеспечивая за счет этого рост объемов продаж. Для оперативного расчета показателей ликвидности рекомендуется применение информационных технологий[121]. В целом коммерческих организаций торговой сферы характеризует достаточный уровень ликвидности.[122] Здесь же надо отметить положитель-

[120] Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2010 г. – С.105.

[121] Филимонова, Е.В. Информационные технологии в профессиональной деятельности. – Ростов-на-Дону: «Феникс», 2010. – С. 5-9.

[122] Курочкин, В.Н. К методике анализа деловой активности и эффективности функционирования сельскохозяйственных холдингов / Курочкин В.Н., Бондаренко А.М. – Вестник аграрной науки Дона. – 2009. – №3. – с. 100-107.

ную динамику изменения показателей ликвидности, которая свидетельствует о постепенном повышении потенциальной платежеспособности. Например, уровень платежеспособности изучаемой фирмы, как типичного представителя торговой фирмы, вырос и характеризует её деятельность как динамично развивающуюся.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Теоретической основой исследования явились научные труды в области теории финансового анализа, бухгалтерского учета, корпоративных финансов, а также стандарты оценки и финансовой отчетности. При подготовке диссертационной работы были изучены монографии и статьи по проблемам финансового анализа и корпоративных финансов таких западных ученых, как Г. Александер, Б. Грэм, Д. Додд, С. Коттл, Р. Мюррей, Ф. Модильяни, М. Миллер, Э. Перотти, У. Шарп и др. Широко известны труды отечественных экономистов - О.В. Ефимовой, В.В. Ковалева, М.А. Лимитовского, А.Н. Хорина, А.Д. Шеремета и др.

Реформирование системы корпоративного управления, , достижение политической и макроэкономической стабилизации будет способствовать созданию условий, необходимых для формирования развитого рынка. Принятие управленческих решений должно опираться на научно обоснованный подход к оценке инвестиционной привлекательности финансовых вложений в корпоративные акции, главными критериями которой признаются уровень доходности и риска вложений. Всесторонний и детальный анализ доходности корпоративной деятельности позволяет судить об ожидаемой доходности акционерного капитала и, как следствие, степени заинтересованности инвесторов в размещении денежных средств в акциях конкретного предприятия.

Методология анализа деятельности коммерческих организаций в настоящее время претерпевает значительные изменения, усиливается востребованность нового концептуального подхода.

Разработанные в результате проведенного исследования методические рекомендации и системный подход ориентированы на использование в практике коммерческих организаций, а также корпоративным менеджментом для управления доходностью деятельности вверенных им фирм.

ЛИТЕРАТУРА