

SUMMARY

One of the considerable disadvantages of the modern economic science and practice is an absence of the common point of view in a determination of the separate categories and terms. Therefore, there are different determinations of business in information, special and science literature. However, for an economically competent managing of the business, its evaluation and its analysis of effectiveness the single understanding of its essence is necessary. With this matter, the authors of the article tried to summarize cumulative experience in the determination of the term "business" and, taking into consideration particular qualities of the domestically legislation, tried to formulate the conception of the business, that is corresponding with the modern stage of the development of the society.

УДК 658.14/.17

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Т.Б. Савицкая, А.В. Малиновская

Анализ состояния предприятий Республики Беларусь показывает, что значительная часть их проблем вызвана не столько нерациональной практикой хозяйствования, сколько агрессивной непредсказуемой внешней средой.

Экономическая деятельность предприятия может быть абсолютно точно охарактеризована бесконечным множеством признаков, свойств и факторов, входящих в нее. Формирование общего перечня факторов, необходимых для определения экономической эффективности, – весьма сложная задача, так как на основании его должны проводиться обобщающая оценка хозяйственной деятельности предприятия, оценка перспективных путей развития в рыночных условиях, поиск путей повышения эффективности производства.

Для большинства белорусских предприятий, особенно государственной формы собственности, проблема эффективности сводится к проблеме выживания. Важнейшая задача для них – оставаться платёжеспособными и сохранить безубыточность производства. В этой связи приоритетными направлениями определения эффективности промышленных предприятий РБ можно считать сохранение ликвидности и структуры капитала в безопасных пределах, а также увеличение рентабельности, а это предопределяет невозможность внедрения в финансовый менеджмент принципиально новых идей и методов управления финансами, основанных на научно обоснованном учете информационной неопределенности относительно объекта управления.

В традиционном финансовом менеджменте еще не получило достаточного распространения использование экономико-математического моделирования финансовых систем. Действие внешней среды, ограниченная способность финансового менеджера распознавать текущие состояния финансовой системы и прогнозировать будущие денежные потоки порождает фактор неустранимой неопределенности, который для любого предприятия определяет как риск, так и его потенциал.

Существенным моментом, влияющим на эффективность разработки таких систем, является тот факт, что использование западной классической методологии финансового управления не обеспечивает оптимального решения поставленной проблемы, поскольку данная методология не оперирует основополагающими в сложившейся ситуации категориями неопределенности рыночной инфраструктуры и неполноты прогностической информации, а также связанного с ними риска. Отсюда вытекает необходимость и обоснованность разработки специальных методов исследования финансовых систем, которые бы, с одной стороны, в полной степени учитывали белорусские реалии организации и ведения бизнеса, а, с

другой стороны — основывались на современных мировых достижениях экономической науки.

Стремясь решить конкретные вопросы и получить квалифицированную оценку финансового положения, руководители предприятий все чаще начинают прибегать к помощи финансового анализа. Для объективной оценки финансового положения необходимо перейти к определенным ценностным соотношениям основных факторов - финансовым показателям или коэффициентам.

Для определения влияния внешних факторов на финансовое состояние организации можно воспользоваться коэффициентом ликвидности. Анализ ликвидности заключается в сравнении средств по активу, сгруппированных по степени убывающей ликвидности, с краткосрочными обязательствами по пассиву, которые группируются по степени срочности их погашения.

Изучение соотношений групп активов и пассивов за несколько периодов позволит установить тенденции изменения ликвидности и, как следствие, финансового состояния.

Ликвидность баланса предприятия тесно связана с его платёжеспособностью, под которой понимают способность в должные сроки и в полной мере отвечать по своим обязательствам. Платёжеспособность предприятия сильно зависит от ликвидности баланса. Вместе с тем на платёжеспособность предприятия значительное влияние оказывают и другие факторы — политическая и экономическая ситуация в стране, состояние денежного рынка, наличие и совершенство залогового и банковского законодательства, обеспеченность собственным капиталом, финансовое состояние предприятий — дебиторов и другие. Поэтому для анализа применимы коэффициенты, в которых, как и в коэффициенте текущей ликвидности, наиболее полно отражены показатели, на которые существенное влияние оказывают исследуемые внешние факторы: коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами и коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами.

Внешнюю среду представим в виде данных, отобранных по результатам проведенного финансового и корреляционного анализа. Для корреляционного анализа примем за функцию коэффициент текущей ликвидности, коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами и коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами; за факторы-аргументы - удельный вес собственных средств, заемных (долгосрочных и краткосрочных) средств организации, степень покрытия себестоимости тарифом на продукцию, удельный вес топлива в затратах на производство, удельный вес дебиторской и кредиторской задолженности, рентабельность реализованной продукции, налоговая нагрузка.

Анализ показывает, что на коэффициент текущей ликвидности наибольшее положительное влияние оказывают собственные средства организации (0,8002) и рентабельность реализованной продукции (0,8426), а наибольшее отрицательное - кредиторская задолженность (-0,8567), удельный вес топлива в затратах на производство продукции (-0,9753) и кредиты (-0,9192 и -0,8348). Значительную роль играет удельный вес топлива в затратах на производство продукции (0,9067) в величине коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами. Все факторы-аргументы оказывают влияние на коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами.

Проведем оценку выбранных нами показателей финансового состояния и внешней среды. Для коэффициентов ликвидности и платёжеспособности известны нормативы, характеризующие их значение положительно или отрицательно. Например, когда оборотные средства организации составляют значительную часть активов, то соответствующий этой пропорции коэффициент текущей ликвидности больше 1,7, и это его значение считается "хорошим" (соответственно, когда оно меньше 1,7 - "плохим"). Для прочих наших показателей нормативов нет, поэтому их оценим с помощью экспертов. При этом для более точной оценки эксперт-

аналитик должен составить представление о том, что является «хорошим» или «плохим» в масштабе отрасли, к которой относится данная организация.

Имея фактические данные выбранных показателей, их нормативные и экспертные оценки, проведем классификацию показателей, введя 5 классов (использование пенташкалы является наиболее оптимальным): очень низкий уровень фактора - низкий уровень фактора - средний уровень фактора - высокий уровень фактора - очень высокий уровень фактора.

Выбранным показателям присвоим веса в зависимости от их значимости. Проведем классификацию показателей, в результате которой получим принадлежность каждого показателя к определенному подмножеству. В результате математических расчетов получим лингвистическую переменную «Состояние организации». Данная переменная может принимать пять значений [0...5], которые и дают представление о влиянии анализируемых факторов внешней среды на финансовое состояние организации ("предельного неблагополучия", "относительного неблагополучия", "среднего качества", "относительного благополучия", "предельного благополучия").

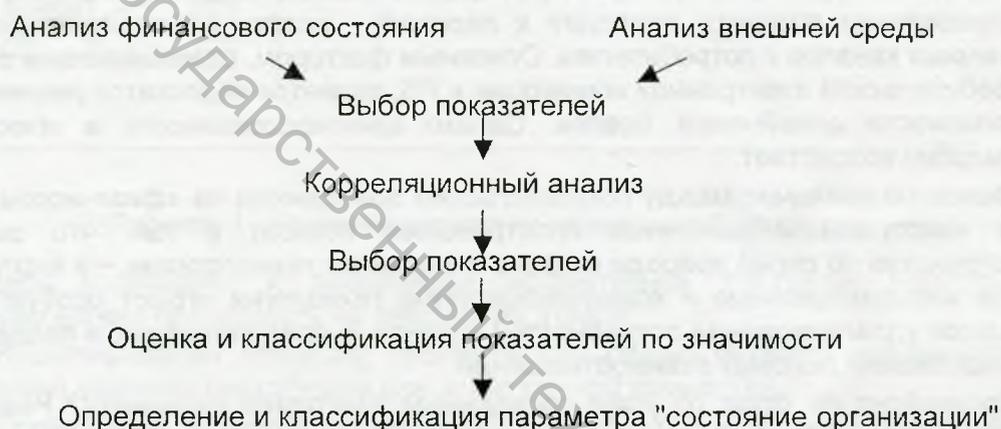


Рисунок - Модель финансового благополучия организации

Модель финансового благополучия организации позволяет разработать систему показателей, характеризующих взаимосвязь окружающей организацию среды и финансового состояния, создать показатель оценки благополучия организации. Практическая значимость модели состоит в том, что она создает методологическую и методическую основу разработки и внедрения перспективного механизма финансового управления организациями в современных условиях хозяйствования. На её основе возможно создание новых программных решений для финансового менеджмента и принятие финансовых решений.

Список использованных источников

1. Проблема адаптации предприятий легкой промышленности к условиям внешней среды/ Е.В.Ванкевич (и др.); под науч. ред. Е.В.Ванкевич.- Витебск: Министерство образования Республики Беларусь, УО «ВГТУ», 2005. – 237с.
2. Ермолович Л.Л. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Мн.: БГЭУ, 2001. -218с.
3. Ковалев А.И., Привалов В.П. Анализ финансового состояния предприятия – изд. 3-е исправ., доп. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1999. – 216с.
4. Г.В.Савицкая. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК: Учебник / Г.В.Савицкая. – Мн.: Новое знание, 2001. –318с.

SUMMARY

By the article of research the methodological, theoretical, methodical and practical problems of influencing of external surroundings are select on the financial system of organization functioning in the conditions of aggressive unforeseeable external environment. A research purpose consists in development of model of the prosperity of organization, folded under act of external factors.

УДК 339.138.004

ВОЗМОЖНОСТИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ НА БЕЛОРУССКОМ РЫНКЕ

Г.А. Веденин

В настоящее время осуществляется активизация онлайн-коммерческой деятельности с помощью Всемирной сети. Эта деятельность получила название электронной коммерции, основным элементом которой являются заключаемые электронные сделки на Интернет-рынках. Появление «нового» прямого канала распределения продукта приводит к переходу власти от производителей и розничных каналов к потребителям. Основным фактором, сдерживающим развитие потребительской электронной коммерции в РБ, является недостаток уверенности в безопасности онлайн-сделок. Однако заинтересованность в электронной коммерции возрастает.

Основное различие между поведением на «физическом рынке» и в «виртуальном рыночном пространстве» состоит в том, что рыночное пространство по своей природе связано с высокими технологиями – в виртуальной среде информационные и коммуникационные технологии играют особую роль в процессе удовлетворения потребностей клиента и, следовательно, в поддержании и продолжении деловых взаимоотношений.

Произойдет ли отказ от услуг посредников благодаря Интернету? Реальность такова, что Интернет может способствовать исчезновению традиционных «физических» дистрибьюторов, однако в процессе трансформации ценностной цепочки могут появиться новые типы посредников. Отдельные организации (Республиканский центр маркетинга, торгово-промышленная палата, Министерство иностранных дел) накапливают информацию и облегчают доступ к информации и поиск новых возможностей развития бизнеса в РБ. Источником добавленной стоимости становятся не логистические, а информационные услуги.

Динамичное развитие глобальной электронной коммерции показано на рисунке 1, где прослеживается развитие Web-стратегии фирмы, начиная с самого низкого уровня, для которого характерны стандартизированные односторонние обращения к заказчикам, и заканчивая комплексной стратегией деятельности на рынке электронной коммерции, предполагающей индивидуальный подход к каждому заказчику.

Суть различных уровней развития стратегии электронной коммерции заключается в следующем:

- *уровень 1* – использование присутствия в Интернете для предоставления информации о предприятии и продукте;
- *уровень 2* – на этом этапе фирма осуществляет продажи через Интернет;
- *уровень 3* – предприятие превращается из поставщика информации о фирме и продукте в составную часть общей вертикальной ценностной цепочки, идущей от поставщика к конечному пользователю.

Третий уровень виртуальной интеграции быстрее приводит к реализации поставленных целей, чем стратегия прямого таргетинга, ввиду стирания в