

производство. Поскольку отказ от производства того или иного вида продукции послужит причиной потери покупателей, разрыву многолетних налаженных деловых контактов. Однако, следует искать резервы снижения переменных издержек.

5. По группе прошивных ковровых изделий и покрытий рекомендуется удерживать имеющуюся позицию на рынке, сокращать переменные издержки и максимизировать прибыль.

6. Рекомендуется отказаться от производства товарной группы шегги двухполотные, поскольку введение этой товарной категории в портфель в 2009 г. не оправдало ожиданий предприятия (запасы этой продукции до сих пор имеются в торговых точках), и заменить ее на новую товарную категорию. Например, освоить производство двухцветных плоскотканых ковров (циновок).

Список использованных источников :

1. «Казнить нельзя помиловать», или анатомия одного товарного портфеля / Д. Егоренков [и др.] // Маркетинг. Идеи и технологии. – 2008. – № 3. – С. 23–31.
2. Товарный ассортимент: современные тенденции управления / Т. Зорина [и др.] // Гермес. – 2008. – №5. – С. 48-55.
3. Смольянина, А. Методы анализа ассортиментного портфеля организации / А. Смольянина // Портал iTeam. Технологии корпоративного управления [Электронный ресурс]. - 2010. - Режим доступа: [http://www.iteam.ru/publications/marketing/section\\_28/article\\_2963/](http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_28/article_2963/). - Дата доступа: 02.02.2010.
4. Дорохин, А. Болевые точки в планировании продаж / А. Дорохин // Энциклопедия маркетинга marketing.spb.ru [Электронный ресурс]. – 2008. – Режим доступа: [http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/sales/real\\_activities\\_plan.htm](http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/sales/real_activities_plan.htm). - Дата доступа: 24.03.2010.
5. Попов, Е. В. Маркетинговые исследования / Е. В. Попов // Портал iTeam. Технологии корпоративного управления [Электронный ресурс]. - 2010. - Режим доступа: <http://www.iteam.ru/articles.php>. - Дата доступа: 02.02.2010.

Статья поступила в редакцию 19.10.2010 г.

#### SUMMARY

This article includes the results of corporative portfolio analyses of the largest carpets producer in the Republic of Belarus. Different analysis techniques combination allowed to form the recommendation about corporative portfolio improvement for the future and to identify development directions of corporative business units.

УДК 658.14/17

### **ФИНАНСОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БИЗНЕСА**

**Т.В. Касаева**

Исследование бизнеса с двух точек зрения как объекта собственности и как объекта предпринимательской деятельности - вызывает необходимость оценки его эффективности системой показателей, включающей в себя показатели прироста стоимости бизнеса, показатели производственной эффективности и показатели финансовой эффективности [1]. В то же время, эффективный бизнес – это конкурентоспособный бизнес. Это означает, что и конкурентоспособность бизнеса

должна рассматриваться с двух позиций: во-первых, как объекта собственности, а во-вторых, как объекта предпринимательской деятельности. В данном исследовании предпринята попытка применить такой двойственный подход к оценке конкурентоспособности бизнеса.

Рассматривая бизнес как объект собственности или как имущественный комплекс нельзя не отметить, что для его владельца первоочередной интерес представляет стоимостная оценка данного бизнеса. Стоимость бизнеса обобщает все показатели, отражающие внутреннюю ситуацию бизнеса и его внешнее окружение, позволяет сравнивать различные экономические субъекты.

Следовательно, формулируя понятие конкурентоспособности бизнеса как объекта собственности, можно утверждать, что конкурентоспособность бизнеса – это его способность обеспечить высокий уровень доходов собственников. В качестве основного показателя конкурентоспособности бизнеса в данном случае выступает прирост стоимости бизнеса.

С другой стороны, конкурентоспособность бизнеса рассматривается с позиций бизнеса как предпринимательской деятельности. Результатом деятельности бизнеса является товар, и поэтому уровень его конкурентоспособности, прежде всего, определяется конкурентоспособностью товара. Вместе с тем конкурентоспособный товар может быть произведен с различными усилиями. Поэтому конкурентоспособность бизнеса как объекта предпринимательской деятельности – это его способность эффективно использовать имеющиеся ресурсы для производства конкурентоспособного товара. Окончательный результат предпринимательской деятельности определяется на стадии реализации товара и дает возможность оценить результативность бизнеса, сравнить ее с конкурентами. С этой точки зрения конкурентный бизнес – это финансово устойчивый бизнес, которому в ближайшей перспективе не грозит экономическая несостоятельность.

То есть, бизнес как предпринимательская деятельность конкурентоспособен лишь тогда, если он:

- а) производит конкурентоспособный товар;
- б) является финансово устойчивым.

Такой подход к оценке конкурентоспособности бизнеса требует разработки соответствующей системы показателей. Широкий круг исследований, проводимых в области оценки конкурентоспособности товара, позволяет сделать вывод о том, что в большинстве случаев под конкурентоспособностью товара рассматривают такой уровень его экономических параметров, который позволяет выдержать соперничество (конкуренцию) с другими аналогичными товарами на рынке. Показателями конкурентоспособности, как правило, называют показатели качества (эргономические, эстетические, экологические и т.п.), экономические показатели (цена, расходы на обслуживание, расходы на ремонт и т.п.) и показатели внешнего формирования (изменение моды, тенденции развития рынка, технический прогресс и т.д.) [2].

Одновременно с понятием конкурентоспособность товара всесторонней разработке подвергался и термин «конкурентоспособность предприятия». Анализ различных методик оценки конкурентоспособности предприятия позволяет утверждать, что при всем их многообразии существует то общее, что может быть названо финансовой составляющей в оценке конкурентоспособности, то есть наличие в них параметров в виде финансовых коэффициентов (таблица 1). Их круг различен у разных авторов, иногда они существенно вытесняют все другие показатели. Это еще раз подтверждает мнение автора о необходимости акцента внимания на финансовых показателях в оценке конкурентоспособности бизнеса.

Таблица 1 – Финансовые показатели, участвующие в оценке конкурентоспособности предприятия

Показатель	Авторы методик оценки конкурентоспособности					
	Г. А. Яшева	В. Мошнов	С. Черногорцев	Х. Фасхиев, А. Граев	Н. Максимов	В. Белоусов
<b>Показатели прибыльности</b>						
Рентабельность продукции			+	+		
Рентабельность продаж		+		+		+
Рентабельность капитала			+			+
Рентабельность собственного капитала				+		
Рентабельность всех активов	+			+		
Рентабельность уставного капитала			+			
Коэффициент финансового рычага			+			
<b>Показатели ликвидности</b>						
Коэффициент текущей ликвидности	+	+	+	+	+	+
Коэффициент срочной (критической) ликвидности			+	+		
Коэффициент абсолютной ликвидности			+	+	+	+
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами		+		+	+	+
Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами		+				
<b>Показатели деловой активности</b>						
Коэффициент оборачиваемости активов			+	+		
Период оборачиваемости активов			+			+
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов			+	+		
Период оборачиваемости оборотных активов			+			
Период оборачиваемости запасов и затрат			+	+		
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности			+			+
Период оборачиваемости дебиторской задолженности			+	+		
<b>Показатели финансовой устойчивости</b>						
Коэффициент собственности			+	+		
Коэффициент финансового левериджа	+		+	+	+	+
Коэффициент платежеспособности			+	+	+	
Коэффициент долгосрочного привлечения капитала			+	+	+	
Коэффициент маневренности собственных средств			+	+	+	
Коэффициент финансовой зависимости			+	+	+	
Коэффициент эффективности денежного потока			+			
Коэффициент переуступки прав						+

Все это позволило выделить и сформулировать такое понятие, как финансовая конкурентоспособность бизнеса.

Финансовая конкурентоспособность бизнеса представляет собой обобщенную характеристику результативности бизнеса, выраженную в способности бизнеса улучшать показатели его деловой активности и финансовой устойчивости.

Такой подход к оценке конкурентоспособности бизнеса, основанный на двойственной оценке его эффективности, изложенной в [1], позволил разработать комплексную модель оценки эффективности и конкурентоспособности бизнеса (рисунок).

Следовательно, оценка и эффективности, и конкурентоспособности бизнеса как объекта предпринимательской деятельности основана на использовании двух групп показателей. И если показатели производственной эффективности и конкурентоспособности товара не пересекаются, то показатели финансовой эффективности и финансовой конкурентоспособности весьма схожи, а порой одни и те же. Наконец, при оценке и эффективности, и конкурентоспособности бизнеса как объекта собственности используется один и тот же показатель – прирост стоимости бизнеса.

С другой стороны, сам показатель прироста стоимости бизнеса (прироста стоимости капитала) является тем критерием финансовой эффективности, который сконцентрировал в себе все факторы, определяющие эффективность работы организации и уровень ее конкурентоспособности.

Теоретически можно предположить, что показатели разработанной комплексной модели взаимосвязаны и взаимозависимы:

$$y = f(x_1, x_2),$$

где  $y$  – прирост стоимости бизнеса,

$x_1$  – показатели финансовой эффективности;

$x_2$  – показатели финансовой конкурентоспособности.

Практическая апробация данного теоретического предположения проводилась на примере предприятий, подведомственных Витебскому областному исполнительному комитету.

При отборе признаков-факторов в модель прироста стоимости бизнеса приоритетной являлась степень тесноты связи того или иного показателя с признаком-результатом.

Применение методов корреляционно-регрессионного анализа позволило установить, что к числу таких факторов на данном объекте исследования могут быть отнесены рентабельность активов ( $x_1$ ) и выручка от реализации ( $x_2$ ). В результате получена следующая модель прироста стоимости бизнеса:

$$y = -649,435 + 19,637x_1 + 0,425x_2.$$

Коэффициент корреляции исследуемых факторов с приростом стоимости бизнеса равен 0,828.

В данной модели показатель рентабельности активов принят за критерий финансовой эффективности бизнеса, а показатель выручки от реализации – за критерий финансовой конкурентоспособности. Рентабельность активов – общепринятый в мировой практике показатель эффективности бизнеса, который обладает несомненным преимуществом комплексной оценки эффективности функционирования бизнеса. Аналогично выручка от реализации (объем продаж), безусловно, является важнейшим показателем конкурентоспособности бизнеса, так как определяет не только уровень его деловой активности, но и долю рынка, занимаемую бизнесом.

Витебский государственный технический университет

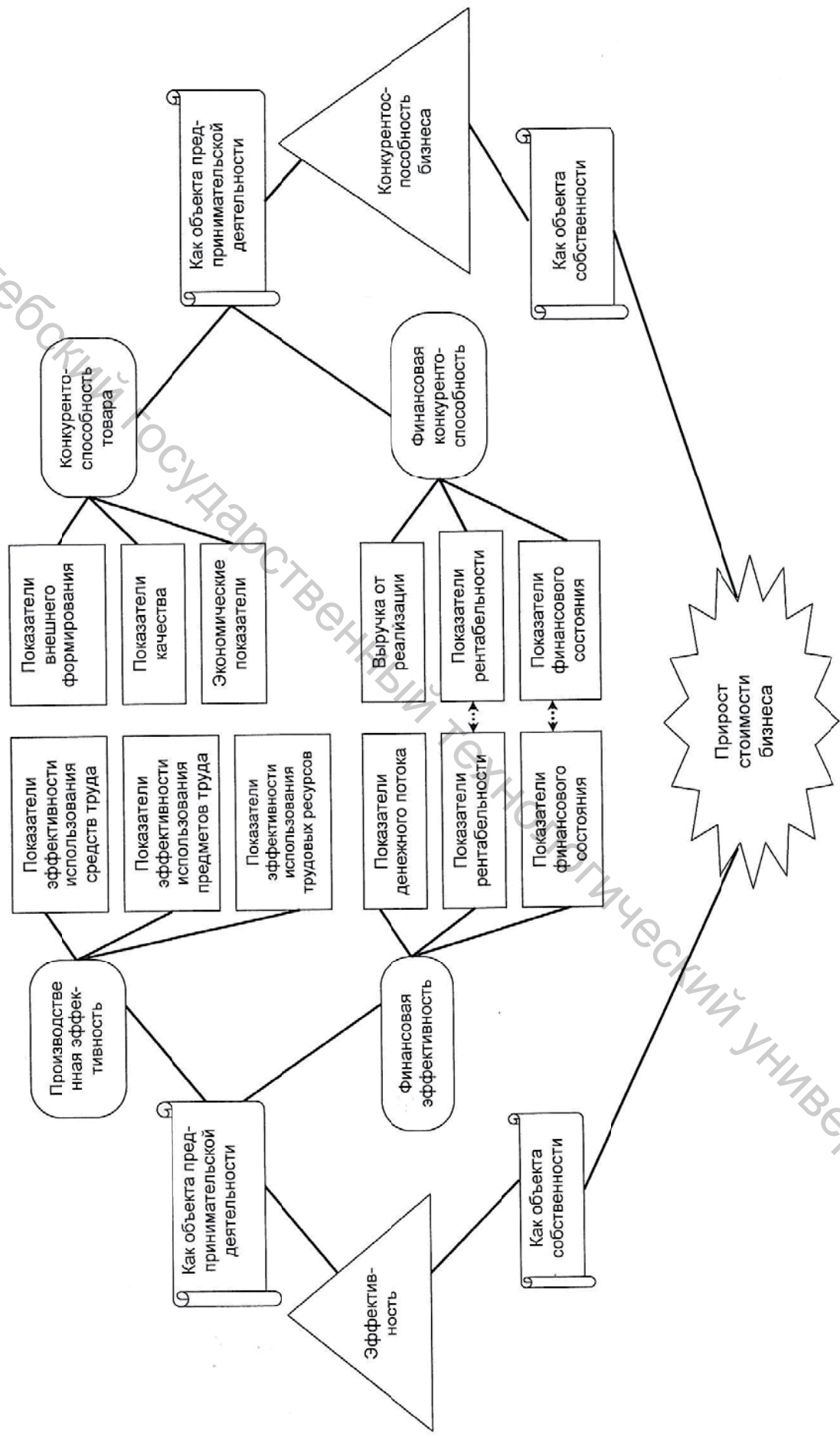


Рисунок – Комплексная модель оценки эффективности и конкурентоспособности бизнеса

Полученная модель позволяет управлять приростом стоимости бизнеса, оказывая воздействие на показатели его финансовой эффективности и финансовой конкурентоспособности.

#### ВЫВОДЫ

Двойственная природа бизнеса вызывает необходимость его оценки как объекта собственности и как объекта предпринимательской деятельности. С этой точки зрения различен и круг показателей, используемых в оценке эффективности и конкурентоспособности бизнеса с точки зрения его собственников и с точки зрения предпринимательских структур.

Оценка эффективности и оценка конкурентоспособности бизнеса имеет общие точки соприкосновения: во-первых, использование в качестве ключевого показателя, отражающего интересы собственника, прироста стоимости бизнеса; во-вторых, использование и в оценке эффективности, и в оценке конкурентоспособности широкого круга финансовых показателей.

Смещение акцентов в пользу финансовых показателей в условиях рыночной экономики вызывает несомненный интерес к исследованию взаимосвязей, возникающих между этими показателями. Исследование зависимости прироста стоимости бизнеса от показателей финансовой эффективности и финансовой конкурентоспособности в организациях, подведомственных Витебскому областному исполнительному комитету, позволило выделить лишь два статистически значимых фактора: объема продаж и рентабельности активов. Такая ситуация имеет место в силу специфики объекта исследования: многие из этих организаций пользуются государственной поддержкой, условием предоставления которой и является достижение объемных показателей и улучшение показателей рентабельности.

Дальнейшее развитие рыночных отношений, на наш взгляд, несомненно приведет к успешному функционированию финансово устойчивого бизнеса с рациональными денежными потоками и будет характеризоваться более сложными моделями взаимосвязи финансовых составляющих оценки эффективности и конкурентоспособности бизнеса.

#### Список использованных источников

1. Касаева, Т. В. Методологические аспекты оценки эффективности бизнеса / Т. В. Касаева, Е. Ю. Дулебо, Я. Ю. Муратова. – Витебск : УО «ВГТУ», 2010. – 139 с.
2. Глухов, А. Оценка конкурентоспособности товара и способы ее обеспечения / А. Глухов. – Москва : «Информационно-внедренческий центр «Маркетинг». – 2003.
3. Яшева, Г. А. Конкурентоспособность предприятий легкой промышленности : оценка и направления повышения / Г. А. Яшева, Н. Л. Прокофьева, В. В. Квасникова. – Витебск : УО «ВГТУ», 2003. – 302 с.
4. Мошнов, В. А. Экономика предприятия : учебник / В. А. Мошнов. – Москва : НКФ «ЭКМОС», 2003. – 108 с.
5. Белоусов, В. Л. Анализ конкурентоспособности фирмы / В. Л. Белоусов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 5. – С. 12-18.

*Статья поступила в редакцию 22.10.2010 г.*

## SUMMARY

The complex model for evaluation of business efficiency and competitiveness is suggested in this article. The model is based on the dual character of this evaluation: as a property object and as a business object. The definitions of business competitiveness are given. The interrelations between indicators included into the complex model under the conditions of actually operating economic subjects are investigated.

УДК 657. 4

### **ДОХОДЫ И РАСХОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ: КЛАССИФИКАЦИЯ, УЧЕТ И АНАЛИЗ**

*Т.В. Касаева, А.С. Кравченко*

Проблемы и особенности учета доходов и расходов организации активно исследуются специалистами в области бухгалтерского учета, ведется работа по созданию методик учета и анализа доходов и расходов организации, имеющих, несомненно, не только общетеоретическую, но и практическую значимость. Подобный интерес к категориям «доходы» и «расходы» продиктован исключительной их ролью в определении результата от хозяйственной деятельности организации.

Однако, актуальной и наименее разработанной остается проблема организации их учета в качестве самостоятельных учетных единиц на таком уровне, который обеспечивал бы необходимую и достаточную степень детализации учетной информации в зависимости от потребностей ее пользователей; а также разработки таких методик анализа, использование которых позволило бы наиболее эффективно управлять доходами и расходами, принимая во внимание информацию о возможных тенденциях их развития в будущем.

Информация о доходах и расходах является востребованной различными группами пользователей: так, например, налоговые органы интересуются информацией о доходах и расходах в качестве основных показателей, учитываемых или исключаемых при определении налогооблагаемой базы; администрация организации, вышестоящая организация и другие органы заинтересованы в правильности определения сумм доходов и расходов в рамках финансового учета и т.д. Данное обстоятельство вызывает необходимость многократной перегруппировки доходов и расходов организации в зависимости от задач и целевой направленности исследования данных категорий, что является довольно трудоемким процессом.

Целью данного научного исследования явилась разработка рекомендаций по совершенствованию методики учета и анализа доходов и расходов организации, позволяющей учесть различные направления их изучения в зависимости от целей, задач и интересов пользователей соответствующей учетной информации.

Многообразие существующих подходов к классификации доходов и расходов – для целей бухгалтерского учета, с учетом требований налогового законодательства, в соответствии с нормами МСФО и других критериев – требует их систематизации путем создания единой классификации. Для достижения единообразия в вопросе классификации доходов и расходов организации в основу классификации, на наш взгляд, должен быть положен такой признак, использование которого позволило бы учитывать целевой характер такой классификации. Принимая во внимание связь тех или иных доходов (расходов) с конкретными видами деятельности, основным признаком при разработке классификации доходов и расходов послужил «вид деятельности».

Существующие различия в классификациях видов деятельности, а, как следствие, и различия в классификациях доходов и расходов послужили основанием для объединения наиболее весомых, на наш взгляд, признаков такой