

АНАЛИЗ РИСКОВ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ В ТОРГОВОЙ СФЕРЕ

Институциональные и структурные трансформации, характерные для торговой отрасли республики, вызывают необходимость изучения, соизмерения и оценки новых видов риска, которые возникают как в процессе проводимых реформ, так и после их окончания. Появление новых супер- и гипермаркетов, формирование предпосылок для развития торгового бизнеса на сетевой основе приводит к реальному перераспределению рынка. Возникновение новых видов риска торговой деятельности становится основой для поиска новых форм организационных и экономических взаимодействий, которые впоследствии окажут непосредственное влияние на формирование новых характеристик среды функционирования предприятий, соответственно, с присущими только ей видами рисков. Ожидаемый результат обозначившихся трансформаций как для отрасли, так и для всей национальной экономики во многом определяется выбором варианта, согласно которому будет происходить перераспределение «сфер влияния» в отечественном торговом бизнесе.

Строительству супер- и гипермаркетов, принадлежащих разным конкурирующим бизнес-структурам, имеющим разные подходы к реализации новейших технологий в торговле, оснащению и финансированию торговых объектов, опыт функционирования сетевого торгового бизнеса и, соответственно, неодинаковые принципы формирования ценовой и ассортиментной политики, приведет к обострению конкуренции не только между ними и уже функционирующими отечественными предприятиями торговли, но и между вновь открывающимися структурами. При достаточно высоком уровне разрозненности действующих и новых магазинов внутриотраслевые риски для них будут относительно уравновешены. Как известно, в условиях рынка состояние равновесия не может оставаться продолжительным, что позволяет предположить несколько сценариев дальнейшего развития событий.

Достаточно длительный опыт работы в отечественных условиях, устоявшиеся связи, принадлежность к национальному бизнесу являются весомыми аргументами в пользу объединения уже действующих торговых объектов в ассоциации, цепи, сети, другие крупные организационные структуры. Тогда они создадут высокий уровень конкуренции и вызовут дополнительные риски в деятельности гипермаркетов, которые изначально принадлежат различным капиталам, априори не готовым к объединению. Принадлежность основных позиций на рынке и в отрасли национальному торговому бизнесу существенно снизит уровень рисков для отечественных предприятий, экономики республики в целом. Это обеспечит реализацию национальных приоритетов как на микроуровне, так и на макроуровне.

При отсутствии стремления к внутриотраслевой интеграции возможен другой вариант развития институциональных преобразований, который без адекватных противодействующих мер может привести к необратимым последствиям вплоть до банкротства разрозненных отечественных предприятий торговли. В этом случае их новыми владельцами станут ввиду отсутствия значительных объемов капитала на рынке республики иностранные инвесторы-владельцы гипермаркетов или государство. Увеличение доли, занимаемой на рынке республики, позволит новому владельцу активно влиять или даже диктовать условия проведения выгодной для себя ценовой, ассортиментной, финансовой политики. При этом интересы национальной экономики могут быть ущемлены, уве-

личатся риски как на макроуровне, так и на мезоуровне, поскольку возрастет влияние политики, проводимой иностранным инвестором, на предприятия отраслей-контрагентов торговли – легкой, пищевой, перерабатывающей, транспорта, связи и т.д. Опасность того, что лицо торгового бизнеса республики будут формировать иностранные компании исходя из их целей и интересов, станет вполне реальной.

Большое влияние на развитие торговых сетей может оказывать макросреда и, соответственно, риски, формируемые на данном уровне. Проведение неадекватной ожиданиям иностранных инвесторов ценовой, финансовой, бюджетно-налоговой политики способно дезорганизовать деятельность построенных гигантов, владельцы которых не смогут сориентироваться в новых условиях, оценить и оперативно отреагировать на негативное влияние соответствующих рисков. В этом случае, не выдержав конкуренции в заданных государством условиях, они будут вынуждены уйти с рынка, а значит цель, поставленная государством в части внедрения новейших технологий и повышения качества жизни населения республики, не будет достигнута.

Скриба С. И., БГЭУ (Минск)

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ КАК ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА ПРЕДПРИЯТИЯ

Из всей совокупности экономических методов управления бюджетирование занимает особое место, поскольку в его рамках находят интеграцию функции планирования, учета, контроля и анализа результатов деятельности, происходит согласование взаимосвязанных производственно-хозяйственных и финансовых процессов. Будучи целостной скоординированной технологией, бюджетирование через матрицу ответственности трансформирует цели предприятия в систему индивидуальных заданий непосредственно для каждого его структурного подразделения, бизнес-процесса, центра ответственности. Необходимость адекватной и своевременной реакции всех участников регламентированных функций на изменения параметров деятельности, а также обеспечения их эффективного взаимодействия существенно повышает уровень требований к информационной составляющей бюджетирования. По мере того как объемы собираемой информации возрастают, а время и внимание становятся дефицитными ресурсами, качество управленческих решений все более начинает зависеть от уровня автоматизации бюджетных процессов.

Можно условно выделить два основных направления, которые обозначились в практике автоматизации бюджетирования на отечественных предприятиях: использование программно-методических разработок, состоящих из стандартного набора таблиц и функций пакета MS Excel; внедрение специализированного программного обеспечения. Первое направление обладает низкой стоимостью и высокой гибкостью в осуществлении экономических расчетов в пределах общепринятых алгоритмов и небольших массивов информации. Второе, как правило, дает многократную экономию времени и снижение числа ошибок в расчетах по сравнению с первым, способно охватывать большие потоки информации, однако характеризуется высокой стоимостью адаптации и внедрения.

Выбор того или иного направления автоматизации во многом определяется параметрами бизнеса – масштабами деятельности, спецификой организационной структуры управления, количеством освоенных бизнес-процессов, размерами финансирования. Немаловажное значение имеет и человеческий фактор – психологическое восприятие