

ОБЪЕКТИВНЫЕ ИНДИКАТОРЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ

В условиях перехода к рыночной экономике существенное значение приобретает управление финансами на уровне предприятия. Ключевое место здесь занимают проблемы эффективного использования текущих активов – оборотных средств предприятия. Эффективность управления оборотными средствами обеспечивают кратко- и среднесрочную эффективность деятельности предприятия, закладывает финансовую основу экономической эффективности стратегической деятельности субъекта хозяйствования.

Основное внимание в управлении оборотными средствами необходимо уделять именно управлению запасами.

Выбор политики управления запасами заключается в ответе на два противоположных по своей сути вопроса: вложить минимальное количество средств в запасы сырья и не терять объемных показателей в процессе производства. Каждое предприятие в зависимости от особенностей внутренней среды и стратегии развития должно определить для себя оптимальное сочетание между издержками и выгодами от выбранного уровня товарных запасов, чтобы определить, какая величина запасов по каждой товарной группе является достаточной. При этом наилучший вариант – использовать объективные критерии, рассчитанные исходя из определенного временного периода. Такими критериями, в частности могут выступать:

1. Показатели, основанные на поиске оптимального размера заказа, исходящие из соотношения стоимости хранения запасов и стоимости выполнения заказа.
2. Индикаторы, отражающие рентабельность деятельности предприятия при различных методах управления запасами. Например, рентабельность активов в течение расчетного периода:

$$(\text{прибыль/выручка}) * (\text{выручка/активы}).$$

Первый показатель характеризует «рентабельность продаж», а второй – «оборачиваемость активов». Наличие излишних запасов приводит к росту «активов» и следовательно – к снижению оборачиваемости. В рамках этого индикатора необходимо определить величину инвестиций в запасы.

3. Индикаторы, связанные с характеристиками денежных потоков от операций по закупке сырья и реализации продукции. Например, величина чистого дисконтированного денежного потока, равная разнице между дисконтированной величиной тех средств, которые направлены на закупку сырья, и средств, полученных от реализации продукции в пределах одного расчетного периода.

Важным является не то, какой индикатор выбран, а само наличие такого показателя. Только постоянный мониторинг за выбранным индикатором позволяет судить о правильном направлении усилий менеджмента компании в области управления и оптимизации оборотных средств.

Краснов Ю.Е.
БГЭУ (Минск)

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА БАНКОВСКИХ УСЛУГ

Значительная часть свободных инвестиционных ресурсов сосредоточена у населения (до 75%). В этих условиях для коммерческих банков возрастает значимость использования потенциала рынка денежных средств населения, как источника финансовых ресурсов.

Первоначальная концепция специализированного банка по обслуживанию физических лиц включает в себя два главных направления:

- Расширение сети филиалов, отделений;
- Представление физическим лицам полного набора банковских услуг.

Основной целью маркетингового исследования рынка банковских услуг физических лиц является формирование информационной базы и рекомендаций по разработке рыночной стратегии увеличения доли коммерческого банка на целевом рынке. Достижение данной цели обеспечивается программой действий, состоящей из двух этапов. На первом этапе из всей совокупности исследуемых объектов определяются целевые сегменты, а на втором производится определение и уточнение их характеристик.

На первом этапе исследования, кроме аналитических задач, определяются наиболее перспективные банковские продукты, осуществляется выработка рекомендаций по формированию их оптимального набора через выявление зон рынка, различающихся степенью перспективности для банка, и определение соответствующей стратегии поведения в пределах этих зон:

- бесперспективная: ликвидация данного набора продуктов (услуг) и прекращение инвестиций;
- зона жесткой конкуренции: удержание доли рынка путем повышения качества продуктов (услуг) и интенсивных инвестиций;
- потенциально - конкурентная зона: рассмотрение возможностей вхождения в данную зону и вытеснения конкурентов; оценка затрат на указанные действия;
- наиболее благоприятная реальная зона: интенсивное расширение набора продуктов и услуг при наращивании инвестиций;