

цесса, и важнейшая экономическая категория. Поэтому особое внимание финансового менеджера должно быть обращено на активное воздействие на основные факторы, оказывающие влияние на величину прибыли. Тем более, что арсенал даже обязательных методов воздействия на финансовые результаты предприятия, объединенных под общим понятием научная тактика принятия решений, предоставляет эту возможность.

Понятие качества доходов применяется в рыночной экономике в первую очередь при оценке достоверности доходов. При этом зарубежный финансовый анализ рекомендует использовать следующие показатели:

1. Отношения цена/доход (отношение текущей рыночной цены одной акции компании к общему доходу на одну акцию за предыдущие 12 месяцев), используемое при принятии решения о финансировании. Низкое соотношение цена/доход свидетельствует о низком качестве прибыли.

2. Процентная ставка при предоставлении кредита.

Требования к компенсационным остаткам (на депозитном счете) и расходы по займу будут тем выше, чем ниже качество прибыли.

3. Доступность финансовых источников в будущем.

Низкое качество прибыли может привести к уменьшению количества средств компании.

4. Оценочная стоимость долгосрочных ценных бумаг.

Низкое качество прибыли означает снижение оценочной стоимости долгосрочных ценных бумаг, а это, в свою очередь, может снизить рыночную стоимость самих ценных бумаг.

Так как качество прибыли выше, если оно подкреплено притоком денежных средств, обеспечивающим покрытие текущих обязательств предприятия, то изучение образования и расходования денежных средств является актуальным, тем более, что это направление анализа является менее изученным.

В связи с изложенным нами предлагается методика оценки качества прибыли на основе движения денежных средств, адаптированная к торговому предприятию.

*Н.В. Лацкевич*  
ГКИ (Гомель)

## **СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ПРОЦЕССУ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Малые и средние предприятия во всем мире рассматриваются как наиболее динамичный и эффективно развивающийся сектор экономики.

В своем развитии малым и средним предприятиям приходится сталкиваться с проблемами, которые всем хорошо известны: **организационные** (регистрация, юридическое оформление, открытие счета в банке и др.); **обеспечивающие** (помещение, оборудование, персонал, безопасность, налаживание отношений с местными орга-

нами власти и т.д.); **материально-финансовые** (формирование капитала для регистрации предприятия, формирование стартового капитала для обеспечения функционирования предприятия, налаживание связей с поставщиками сырья и сбыт продукции).

На развитие малого и среднего предпринимательства в стране сильно влияют социально-психологические факторы. Многолетнее формирование психологии и мышления населения при административно-командной системе сложилось не в пользу реформирования.

Для выявления отношения людей к процессу государственной поддержки развития предпринимательства и для изучения предпринимательской активности населения Гомельской области в январе 1999 года было проведено социологическое исследование предпринимателей и лиц, собирающихся заняться предпринимательской деятельностью.

От инициативности и предприимчивости населения во многом зависит переход белорусской экономики к рыночным отношениям. Главными мотивами, лежащими в основе предпринимательской деятельности, для предпринимателей являются: получение прибыли (45.3%), желание самостоятельно работать (26.3%), реализовать себя как личность (10.3%), возможность разбогатеть и жить красиво (5.7%).

Сдерживает развитие предпринимательства в нашей стране, по мнению самих предпринимателей, следующие моменты: высокие налоговые ставки и сборы (31.42%), несовершенство законодательной базы (24.17%), бюрократия органов власти (16%), недостаток собственных финансовых средств (11.18%), недостаток знаний в области предпринимательства (7.55%). Некоторые предприниматели в своих ответах указали на то, что нет реальной защиты от уголовных элементов общества.

В пользу государственной поддержки предпринимателей высказалось 69% респондентов. С направлениями государственной политики по поддержке развития предпринимательства знакомы 42%, частично знакомы 49% респондентов.

Информацию о предпринимательстве большинство респондентов получают из таких источников как периодическая печать (36.25%), знакомые (24.17%), телевидение (22.4%), радио (5.44%), и лишь 9% получают информацию от специальных центров.

От центров поддержки предпринимательства респонденты хотели бы получать следующие виды услуг: подготовка конкретных документов на основе использования типовых договоров, например, договоров продажи, аренды, трудовых соглашений (25.7%), поиск и подбор партнеров (25.1%), предоставление помещений по льготным ставкам аренды (22.4%), пользование услугами бухгалтера (7.9%).

Среди консультаций, которые предприниматели хотели бы получать приоритетными оказались: юридические (36%), по вопросам налогообложения (25.4%), справочно-информационного характера (18.4%), аудиторские (8.2%), по вопросам таможенного законодательства (7.9%).

Такой интерес обусловлен в первую очередь несовершенством действующего законодательства и постоянными изменениями и до-

полнениями, вносимыми к действующим законам, указам и постановлениям.

Из 3.6% высказавших свое мнение, что объединение предпринимателей должно преследовать цель – повышение квалификации участников хотели бы усовершенствовать свои знания по юридическим аспектам деятельности (26.3%), основам предпринимательства (23.3%), налогообложению (14.5%), бухгалтерскому учёту (12.39%), в области работы на компьютере (11.78%), иностранному языку (9.67%).

Для успешного развития предпринимательства в республике, по мнению самих предпринимателей необходимы три основных условия: стабилизация законодательства, стабилизация валютного рынка, гарантия защиты права собственности.

*Л.В. Наркевич,  
Л.Г. Козлова*

Могилевский машиностроительный институт

## **МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИВАТИЗИРОВАННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ**

С переходом к рыночной экономике изменились методы хозяйствования, целевые установки и критерии оценки хозяйственной деятельности, требующие комплексного подхода. От объективности и точности оценки результатов деятельности торговых предприятий во многом зависит эффективность работы по совершенствованию систем управления на макро- и микроуровне. В этой связи для оценки конкурентоспособности торговых предприятий предлагается наиболее значимые финансово-экономические показатели в процессе анализа объединить в интегральные показатели экономической эффективности, деловой активности и финансового состояния предприятия. В качестве математического аппарата, позволяющего обеспечить оперативность, комплексность, целенаправленность, последовательность, гибкость анализа целесообразно использовать матричное моделирование.

В излагаемую методику включены следующие количественные показатели: показатели, характеризующие результаты хозяйственной деятельности: прибыль и товарооборот; показатели, характеризующие затраты торгового предприятия: издержки обращения и фонд оплаты труда; показатели, характеризующие ресурсы предприятия: основные средства, численность торгового персонала, капитал по его размещению и составу источников (совокупный капитал, основной капитал, оборотный капитал, собственный капитал, краткосрочные обязательства).

Матрица эффективности, построенная на основе такого набора количественных показателей, позволяет создать целостное представление об уровне и динамике эффективности использования отдельных ресурсов предприятия и всей их совокупности, дает воз-