

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДИАГНОСТИКА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

На современном этапе построения социально-ориентированной рыночной экономики организации всех отраслей столкнулись с принципиально новыми проблемами. Не последнее место среди них занимает обеспечение устойчивого поступательного развития. Одним из путей управления устойчивым развитием является его экономическая диагностика.

Экономическая диагностика есть процесс исследования структуры и характера связей между основными экономическими показателями, оценки тесноты и динамики этих связей с целью предсказания возможных отклонений от устойчивых, средних, стандартных значений и предотвращения нарушений реализации планируемых управленческих решений.

При формулировании системы количественных и качественных показателей деятельности организации следует учитывать, что основополагающей целью торговой организации является устойчивое экономическое развитие. Это дает основание сформулировать понятие кризиса экономического развития, к выявлению которого и сводится задача экономической диагностики. В связи с этим качественные показатели должны отражать экономический рост, развитие организации. Но при этом для обеспечения достоверности, полноты оценки все показатели должны быть количественно измеримы на основе статистических методов.

Взаимосвязь количественных и качественных показателей может быть диагностирована с применением различных инструментов и приемов. К основным можно отнести формирование матриц роста с расчетом коэффициента стабильности, а также стандартных и субъективных мультипликативных моделей роста. Наиболее известной стандартной мультипликативной моделью является широко известная модель Du Pont, которая основывается на оценке важнейшего с точки зрения инвесторов показателя – рентабельности собственного капитала. С одной стороны, она позволяет определить участие трех основных факторов в обеспечении рентабельности капитала. С другой – показатель рентабельности собственного капитала, вычисленный по формуле Du Pont, может выступать и как признак кризиса экономического развития, хотя в этой роли он очень ненадежен и его значение не выходит за рамки экспресс-диагностики состояния развития организации.

С целью большей адаптации формулы Du Pont для целей диагностики кризиса экономического развития торговых организаций на ее основе может быть построена матрица роста. Полученный таким образом обобщающий показатель может свидетельствовать о стабильности (или нестабильности) роста основных экономических показателей во взаимосвязи количественных и качественных характеристик.

Субъективные мультипликаторы позволяют учесть специфические характеристики, которые не учитываются стандартными методами анализа и диагностики. Действенным инструментом диагностики кризиса экономического развития торговой организации может стать модель, построенная с использованием статистической теории распознавания образов. Для ее построения применительно к выявлению кризиса экономического развития может быть использован коэффициент экономического роста как со-

вокупность трех показателей: рентабельность собственного капитала, коэффициент реинвестирования, коэффициент роста собственного капитала на конец отчетного периода. В результате построения и применения модели может быть сделан достаточно точный и обоснованный вывод о том, является ли оцениваемая торговая организация преуспевающей или кризисной по признаку экономического развития.

*Волосевич Ю.В.
УО БГЭУ (Минск)*

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Франчайзинг представляет собой современную модель партнерских отношений, которая становится преобладающей в бизнесе. По данным Международной франчайзинговой ассоциации, он используется более чем в 70 странах мира; его методы могут эффективно применяться более чем в 75 различных отраслях хозяйства.

Смысл и ориентация франчайзинга на успех для всех его участников – факторы, которые отличают его от других концепций бизнеса. Данная форма организации бизнеса создает объективные предпосылки для достижения целей двух партнеров, поскольку каждая сторона получает определенные преимущества. Сотрудничество предпринимателей на основе франчайзинга – система, которая предполагает наличие разнообразных дополнительных услуг и льгот.

Для малого и среднего бизнеса в Беларуси франчайзинг представляет собой один из способов выхода на внешние рынки, в частности, на международный рынок услуг. Беларусь заинтересована в развитии таких сфер бизнеса, как отели, системы быстрого питания, автосервис, арендные и деловые услуги, отдых, развлечения и путешествия, в которых франчайзинг может применяться наиболее широко и с высокой эффективностью, способствуя их быстрому развитию. Участвуя во франчайзинговых соглашениях с известными зарубежными производителями услуг, белорусские бизнесмены могут оказать влияние на решение таких важных проблем экономики, как создание новых рабочих мест, обеспечение мирового качества услуг, поступление валюты, а также способствовать повышению деловой активности в стране. Использование франчайзинговой системы может оказать существенное влияние и на формирование конкурентоспособного туристического рынка страны.

Для развития франчайзинга в Беларуси имеются достаточно широкие возможности, но для их реализации необходимы определенные условия. Нужна законодательная инициатива по разработке закона о франчайзинге. Необходимо включение в правительственную программу поддержки малого предпринимательства системы развития франчайзинга. Очень важно создание системы налоговых льгот для франчайзи, системы льготного кредитования франчайзи. Требуется создание сети учебно-консультационных центров по франчайзингу.

Вольнец Н.И., УО БГЭУ (Минск)

ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ РАЗНЫХ СТРАН

На поведение покупателей и потребителей всех стран мира влияют, в сущности, одни и те же внешние и внутренние факторы. Однако содержание этих факторов, а также