

В процессе исследования замечено, что в центре г. Минска, естественно, гораздо больше дорогих и уважаемых иномарок. Практически здесь нет "Москвичей" и даже "Жигулей". На окраинных же улицах их можно встретить вкуче с "Фольксвагенами" и "Фордами". Понятно, что в этих местах автомобили "постарше" и менее привлекательные.

Так по результатам социологических исследований выглядит сегодня наш автомобильный рынок, в целом подверженный техническому прогрессу и моде, мировым и европейским тенденциям развития.

Е.О. МАКАЕВА

ВЛИЯНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ ГРУПП АКЦИОНЕРОВ НА ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В АКЦИОНЕРНОМ ОБЩЕСТВЕ

Деятельность акционерных обществ всегда связана с проблемой влияния собственников — держателей акций — на процессы принятия производственных и финансовых решений. Поскольку решения в акционерных обществах принимаются, как правило, голосованием, то соблюдение интересов отдельных акционеров прямо зависит от количества акций, которыми они владеют, и количества голосов, которые дает одна акция. Отсюда неизменно возникают вопросы формы акционерных обществ (открытые или закрытые), контрольного пакета акций, блокирующего пакета акций, "золотой акции", простых и привилегированных акций и др.

Безусловно, обладание контрольным пакетом акций снимает актуальность проблемы принятия решения. Однако возникают ситуации, когда вследствие распределения акций ни один из акционеров не имеет решающего голоса. В этих случаях вопрос контроля за принятием решений связан с оценкой силы влияния отдельных групп держателей акций. Проблема приобретает особую актуальность в ходе приватизации, когда перед государством стоит задача сохранения контроля за предприятием при максимизации доходов от разгосударствления, а перед инвесторами — установление контроля при минимизации затрат на приобретение акций. При этом следует учесть, что инвесторы, особенно зарубежные, крайне негативно воспринимают как сохранение за государством контрольного пакета акций, так и использование практики "золотой акции".

Применение теории открытого голосования как научного инструмента анализа распределения и концентрации силы в комитетных системах позволяет находить оптимальные решения указанной проблемы без использования административных методов управления и не прибегая к приобретению контрольного пакета акций.

Известно, что разделение голосов между группами в комитетах является недостаточной характеристикой их силы или влияния при голосовании по отдельным вопросам.

В 1954 г. Lloyd Shapley и Martin Shubik предположили, что показатель Shapley для кооперативных игр с точки зрения функции характеристики может служить в качестве показателя силы голосования в комитетах. John Banzhaf (1965) и John Coleman (1971) предложили свой индекс силы голосования.

Однако данные индексы можно применять и в отношении акционерных обществ для оценки силы голосования отдельных групп акционеров.

Рассмотрим индексы силы Shapley — Shubik и Banzhaf — Coleman в качестве основного мерила силы голосования в акционерном обществе с "многочисленной" структурой и посмотрим как эти индексы связаны с политикой отдельных групп акционеров в общем их собрании.

Елена Олеговна МАКАЕВА, аспирантка Научно-исследовательского экономического института Министерства экономики Республики Беларусь.

Термин "акционерное собрание" будет употребляться для группы формаций, называемых "группа акционеров", состоящих из членов — "акционеров", у которых процесс принятия решения происходит путем голосования либо за предложение, либо против него. В случаях "один акционер — одна акция", "одна акция — один голос" понятия "количество акционеров" и "количество акций" совпадают. Квота минимума — минимальное количество голосов, необходимое для того, чтобы проект был принят в соответствии с правилами голосования. Правило абсолютного большинства означает, что квота равна 50 % всех голосов в акционерном собрании плюс 1. Количественное большинство означает, что для одобрения проекта необходимо больше, чем абсолютное большинство (обычно 60 % или 66, 67 % голосов).

Предположим, что:

- а) каждый акционер имеет один голос, и поэтому количество голосов той или иной группы акционеров равно количеству акционеров;
- б) все акционеры одной группы всегда голосуют одинаково;
- в) если несколько групп акционеров голосуют совместно, можно говорить о создании коалиции.

Распределение голосов между группами акционеров в собрании не является достаточным показателем силы или влияния. Это ясно видно на примере акционерного собрания с тремя группами, владеющими ста акциями (табл. 1).

Если речь идет о правиле 50 % большинства при условии "одна акция — один голос", то все 3 группы акционеров находятся в одинаковых условиях в процессе голосования (любая коалиция двух групп побеждает, ни одна из групп не может победить).

В действительности же при определенных обстоятельствах (если две большие группы акционеров 1 и 3 находятся на противоположных сторонах спектра акционерной политики) роль группы 2 может стать ключевой. Отличная ситуация наблюдается в случае количественного большинства, скажем 60 %. Тогда акционерная группа 2 не имеет никакого влияния при голосовании, а для одобрения какого-либо проекта необходима совместная работа групп 1 и 3.

Отсюда видно, нужен поиск таких показателей, которые описывают распределение силы между группами акционеров лучше, чем данные, касающиеся количества акций той или иной группы. Одними из самых известных таких показателей являются Shapley — Shubik и Banzhaf — Coleman индексы силы.

Для иллюстрации логики Shapley и Shubik показателя силы голосования (SS индекс силы) представлено акционерное собрание, состоящее из четырех групп акционеров (табл. 2).

На собрание представлено несколько проектов, по которым акционеры будут голосовать "да" или "нет". Предположим, что для одобрения проекта необходимо абсолютное большинство голосов (в нашем случае 51 голос). Предположим, что к одобрению проекта больше всего будет предрасположена группа 2, далее группа 4 и группа 1, наименее предрасположена к одобрению группа 3. Тем самым группа акционеров 2 станет первой группой, которая при одобрении проекта присоединится к коалиции, за ней последует группа 4. В этот момент проект все еще не пройдет и может пройти в случае присоединения к коалиции более благосклонной из групп — группы акционеров 1. Поиск поддержки группы 1 может, однако, требовать значительных изменений первоначального проекта, также группа 1 будет иметь значительное право принимать решение о форме, в которой проект будет одобрен, если пройдет. Группа акционеров 1 имеет в данной ситуации решающий голос.

В абстрактной ситуации при отсутствии информации о возможном создании коалиционной формации Shapley и Shubik для измерения абстрактной силы голосования говорят о необходимости рассмотрения всех возможных вариантов. В каждом варианте будет один ключевой член (как группа акционеров 1), как указано выше коалиция меньшинства станет коалицией большинства только тогда, когда к ней присоединится ключевой член. В качестве измерителя показателя силы

Таблица 1

Группа акционеров	Количество акций
1	49
2	2
3	49

Таблица 2

Группа акционеров	Количество акций
1	20
2	25
3	38
4	17

голосования члена будем считать вероятность того, что член будет ключевым, и предположим, что все варианты коалиции будут равновероятны.

Для нашего четырехчленного акционерного собрания (табл. 2) с правилом абсолютного большинства существует $4! = 24$ возможных варианта коалиции большинства (см. матрицу).

123*4	213*4	31*24	412*3
124*3	214*3	31*42	413*2
13*24	23*14	32*14	421*3
13*42	23*41	32*41	423*1
142*3	241*3	34*12	43*12
143*2	243*1	34*21	43*21

В каждом варианте укажем ключевую группу акционеров. Группа 3 является ключевой в 12 из 24 случаев, каждая из оставшихся групп является ключевой только в четырех вариантах. Shapley – Shubik индексы силы члена π являются 4 из 24 (или $1/6$) для группы 1; 4 из 24 (или $1/6$) для группы 2; 12 из 24 (или $1/2$) для группы 3 и 4 из 24 (или $1/6$) для группы 4:

$$\pi = (\pi_1, \pi_2, \pi_3, \pi_4) = \{1/6, 1/6, 1/2, 1/6\}.$$

Таким образом, сила голосования групп существенно отличается от их доли в общем количестве голосов акционерного собрания. Так, группа 3 при голосовании имеет силу практически владельца контрольного пакета акций, хотя у нее в наличии всего 38 % голосов. Силы же голосования групп 1, 2, 4 равны, несмотря на разницу в количестве акций.

Основным конкурентом данного индекса является индекс силы Banzhaf – Coleman (BC индекс силы), отличающийся рассуждениями. Для его расчета необходимо записать все коалиции большинства, и в каждой из них определить решающий голос (если он существует), т.е. тот голос, который путем изменения своего голосования превращает коалицию большинства в коалицию меньшинства. Для совета акционеров из табл. 2 все возможные коалиции представлены в табл. 3.

Таблица 3

1	2	3	4	51	
20	25	38	17		
+	+	+	+	100	W
+	+	+	-	83	W
+	+	-	+	62	W
+	+	-	-	45	L
+	-	+	+	75	W
+	-	+	-	58	W
+	-	-	+	37	L
+	-	-	-	20	L
-	+	+	+	80	W
-	+	+	-	63	W
-	+	-	+	42	L
-	+	-	-	25	L
-	-	+	+	55	W
-	-	+	-	38	L
-	-	-	+	17	L
-	-	-	-	0	L
2	2	6	2		
				12	

Поскольку при каждом голосовании идет деление на две части: те, которые голосуют "за" и те, которые голосуют "против", либо воздерживаются, обозначим коалицию "за" +, а коалицию "против" -. Существует 2^n коалиций. В нашем случае их 16.

Звездочкой обозначим членов с решающим голосом в коалиции большинства (англ. Swing). Видно, что группа акционеров 1 дважды находится в положении с решающим голосом, группа 2 тоже дважды, группа 3 шесть раз и группа 4 дважды. В собрании акционеров существует 12 возможных решающих голосов.

Предположим, что при любом голосовании все возможные коалиции равновероятны. Тогда силу каждого члена можно определить как меру числа решающих голосов. Индексы силы ВС для групп акционеров будут выглядеть следующим образом:

$$\pi^{BC} = \{1/6, 1/6, 1/2, 1/6\}.$$

В данном случае они получились равными индексам SS.

Таким образом, вышеописанные индексы можно применять для анализа и прогноза распределения силы в акционерных обществах, а также для проектирования возможных вариантов развития той или иной ситуации. Результаты анализа и прогнозирования могут быть использованы для оптимизации приватизационных процессов в форме акционирования и проведении разумной политики на рынке акций.

ЛИТЕРАТУРА

- Banzhaf J.F.* Weighted Voting Doesn't Work: A Mathematical Analysis// Rutgers Law Review. 1965. No. 19.
Coleman J. Control of Collectivities and a Power of a Collectivity to Act. New York, 1971.
Shapley L.S. A Value for n-Person Games: Annals of Math, Studies No. 28. 1953.
Shapley L.S., Shubik M. A Method for Avaluating the Distribution of Power in Cornmittee System// American Political Science Review. 1954. No. 48.

А.П. БОБОВИЧ

УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ ТОВАРОВ В РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

На современном этапе развития экономики Республики Беларусь особую актуальность приобретают вопросы улучшения управления ассортиментом товаров народного потребления. Между тем в настоящее время эта проблема решается далеко не в полной мере. Предприятия промышленности недостаточно учитывают изменения спроса при формировании своих производственных программ. А торговля в условиях спада производства не в состоянии оказать должного воздействия на промышленность по совершенствованию производимого ассортимента товаров.

Управление ассортиментом в предприятиях розничной торговли различных форм собственности — это основной и один из самых сложных процессов, протекающих в коммерческой деятельности. В нем очень тесно взаимосвязаны такие этапы коммерческой деятельности, как информационное обеспечение коммерческой деятельности, определение потребности в товарах, выбор партнеров для установления хозяйственных связей и каналов продвижения на рынок, коммерческая деятельность по установлению хозяйственных связей между партнерами, организация оптовых закупок товаров, коммерческая деятельность по организации розничной продажи товаров, рекламно-информационная работа, оказание услуг и управление товарными запасами. Поэтому процесс управления ассортиментом является центральным звеном в сложной и многоуровневой цепочке содержания коммерческой деятельности розничного торгового предприятия. От его результатов во многом зависит, какой товар будет предложен потребителю и в каком объеме, а все этапы коммерческой деятельности, в конечном итоге, направлены на выполнение именно этой задачи. Изучение процесса управления ассортиментом необходимо рассматривать по аналогии с понятием "управление", которое можно трактовать как в широком, так и в узком смысле слова.

Андрей Павлович БОБОВИЧ, аспирант Гомельского кооперативного института.