

1. ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ КОНТРОЛЛИНГА ПРИ ПРОВЕДЕНИИ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ

Эффективная ассортиментная политика предусматривает постоянный контроллинг и регулирование производственной программы и товарной номенклатуры предприятия.

Осуществление контроллинга в этой сфере маркетинговой деятельности нацелено на предупреждение снижения объема продаж и принятие мер по улучшению товарного ассортимента фирмы на рынке. Разработке таких мер предшествуют тщательное исследование и анализ причин снижения объема продаж, затоваривания и уменьшения прибыли. Объективными причинами снижения объема продаж являются старение товара, изменение вкуса потребителей и обострение конкуренции на товарном рынке. Устранение этих причин требует, как правило, значительных затрат. Если фирме не удастся стабилизировать положение своего товарного предложения на рынке, то она должна разработать стратегию элиминации товара/

Задача стратегии элиминации товара состоит в выделении таких товаров, которые выглядят сомнительными с точки зрения дальнейшей привлекательности на рынке и подлежат переаттестации. Результаты проверки таких товаров представляют собой основу для принятия решений относительно дальнейшей судьбы товаров: оставлять их в товарной номенклатуре или снимать с производства и выводить с рынка. При подготовке решений целесообразно проводить анализ программы сбыта в целом и анализ положения каждого товара на рынке.

Для исследования программы сбыта могут использоваться сведения о результатах анализа (структура оборота, издержек, структура покупателей, возрастной ценз использования товара и др.). При этом выявленные сомнительные товары необходимо подвергнуть анализу их жизненного цикла, установить уровень эффективности их дальнейшего производства.

Стратегия элиминации не означает однозначного решения об уходе с рынка или закрытии производства вообще. Возможны следующие решения: выявление «стареющих» товаров; разработка мероприятий для функционирования фирмы в условиях стадии спада; изъятие товара (товаров) из номенклатуры и продолжение деятельности с оставшимся ассортиментом; снятие товара с рынка. При выборе стратегического решения необходимо учитывать то, что производство товара связано с вовлечением различных ресурсов фирмы, а также возможность глубокого изучения сложившейся ситуации, для чего могут использоваться данные учета и контроля производственно-коммерческих показателей и стратегического анализа возможной ситуации на рынке.

При выборе стратегии маркетинга возможно обоснование следующих решений: увеличение инвестиций для укрепления позиций на рынке; локализация инвестиций до выявления определенности экономического положения в отрасли; переброска инвестиций с менее выгодных рынков в прибыльные ниши; закрытие производства и ускоренная распродажа основных средств. Для выявле-

ния сомнительных и «стареющих» товаров могут создаваться группы по анализу рентабельности товара и тенденций конъюнктуры на рынке. После анализа составляются рейтинговые табличные формы по каждому товару с указанием возможных объемов продаж и прибыли. Руководство фирмы изучает эту информацию и принимает решение.

Для принятия решения об исключении товара из товарной номенклатуры рассматриваются следующие возможности: продажа товара другим фирмам (если товар обладает популярностью); ускоренная распродажа оставшихся товарно-материальных запасов; обслуживание бывших потребителей. Ускорению элиминации товара могут способствовать нарушения в производственном процессе; ослабление действия маркетинговых мероприятий; изменение структуры потребностей на рынке; изменение предписаний и правил в коммерческом праве.

Таким образом, эффективность функционирования субъекта хозяйствования, его конкурентоспособность на рынке зависят не только от масштаба деятельности и эффективности использования отдельных ресурсов, но и в значительной степени от ассортимента реализуемой продукции, степени его оптимальности с точки зрения соотношения цен, получаемой прибыли и текущих затрат в разрезе отдельных видов продукции.

2. МАРКЕТИНГ

Что такое маркетинг?

Многие полагают, что маркетинг – это лишь реклама и продажи. И это неудивительно: каждый день на нас обрушиваются сотни рекламных роликов, объявлений в газетах и сообщений о распродажах. Однако реклама и продажи – это лишь составные части маркетинга. Они существуют как два неотъемлемых компонента маркетинга.

Маркетинг – социальный и управленческий процесс, направленный на удовлетворение нужд и потребностей как отдельных индивидов, так и общественных групп посредством создания, предложения и обмена товаров и услуг.

Маркетинг – рыночная концепция управления производственно-сбытовой деятельностью предприятия, направленная на изучение рынка и конкретных запросов потребителей.

Маркетинг – это процесс, заключающийся в прогнозировании потребностей потенциальных покупателей и в удовлетворении этих потребностей путем предложения соответствующих товаров – изделий, технологий, услуг и т. д.

К *основным видам* маркетинговой деятельности относятся:

- исследования (потребителя, товара, рынка);
- планирование; ценовая политика; упаковка; комплекс маркетинговых коммуникаций;

- сбытовая деятельность (работа со штатом товаропроводящей сети, тренинги, контроль, организация специальных систем продажи, мероприятия по оптимизации продажи на местах и т. д.);
- выработка системы распределения товара по сбытовым точкам;
- международные операции;
- послепродажное обслуживание.

Целью современного маркетинга является не продажа товара или услуги любым способом (включая обман покупателя), а удовлетворение потребностей клиентов.

Цель маркетинга – привлекать новых клиентов, обещая им высшую потребительскую ценность, и сохранять старых клиентов, постоянно удовлетворяя их меняющиеся запросы.

Основная задача маркетинга – понять нужды и потребности каждого рынка и выбрать те из них, которые их компания может обслуживать лучше других. Это позволит компании производить товары более высокого качества и тем самым увеличивать объемы продаж и повышать свои доходы путем лучшего удовлетворения потребностей целевых покупателей.

3. ЧТО ТАКОЕ ПРИБЫЛЬ?

Прибыль – это количество полученной выгоды в виде материальных благ или денежных активов после вычета всех затрат, связанных с хозяйственной деятельностью, производством, доставкой.

Существуют понятия «грязная» прибыль и «чистая».

Грязная прибыль – это сумма всех доходов за вычетом затрат, связанных с производством, доставкой, амортизацией оборудования, выплатой заработной платы наемным рабочим, кроме вычета налогов.

Чистая прибыль, или окончательная прибыль, – это сумма доходов, полученная с вычетом всех налогов.

Прибыль с точки зрения капитализма означает прибавочную стоимость произведенного товара или предоставленной услуги, безвозмездно присвоенную капиталистом и не выплаченную наемным рабочим. Говоря простыми словами, под прибылью понимают величину прибавочной стоимости к произведенному товару или оказанной услуге.

Показатель прибыли характеризует рентабельность бизнеса. Чем рентабельнее бизнес, тем выше получается прибыльность (рост, преумножение, увеличение) при обороте вложенного капитала.

Любой бизнес предполагает эффективный оборот вложенного капитала, иначе организация бизнеса не имеет смысла и ведет к банкротству.

Динамика развития бизнеса напрямую зависит от прибыли.

Прибыль выполняет определенные *функции*:

- 1) *стимулирующая*, как фактор развития производства;

2) *воспроизводственная*, как показатель разницы между доходами и затратами;

3) *контрольная*, как критерий оценки эффективности деятельности экономического объекта.

От прибыли зависит динамика развития бизнеса, и именно эта категория отражает финансовую результативность хозяйственной деятельности фирмы, компании, предприятия.

Часть прибыли идет на развитие компании, то есть повышение заработной платы и стимулирование работников, улучшение условий трудовой деятельности, закупку нового оборудования, развитие социальной инфраструктуры. Другая часть способствует повышению благосостояния владельцев предприятия или компании.

4. РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ

Рынок ценных бумаг, или фондовый рынок, – система экономических отношений между теми, кто выпускает и продает ценные бумаги, и теми, кто их покупает и становится их владельцами.

Фондовый рынок регулирует многие рыночные процессы: посредством него обеспечивается перелив капитала из одной отрасли (региона) в другую отрасль (регион), что позволяет проводить своевременные структурные преобразования в экономике, повышать её адаптационную способность к новым условиям глобализации.

Развитый фондовый рынок располагает для этих целей эффективными финансовыми инструментами мобилизации сбережений и их конвертации в инвестиционные ресурсы.

Фондовый рынок способствует повышению уровня ликвидности финансов предприятий, поддерживая гарантийную долю ликвидных ценных бумаг в их портфеле. Фондовые индексы (Доу-Джонса, NASDAQ и др.) служат барометром рыночной конъюнктуры, давая макроэкономическую характеристику и отражая состояние определенного сектора фондового рынка и экономики в целом.

Самым важным изменением последнего десятилетия в сфере торговли ценными бумагами явилась динамично развивающаяся интеграция национальных фондовых рынков в единой мировой фондовый рынок. Главной составляющей этого процесса стала интеграция международного фондового рынка и национальных стран с переходной экономикой. Именно в этот период появилась теория управления международным портфелем.

В настоящее время практически каждая из крупнейших финансовых структур формирует свой портфель с соблюдением условия содержания в нем ценных бумаг отдельной страны пропорционально капитализации её фондового рынка в мировой капитализации. Так, фондовый рынок в США занимает 42 %, Японии – 15 %, Великобритании – 9 %, других высокоразвитых государствах – 23 %, возникающих рынках – 11 %.

Главная задача фондового рынка страны – это мобилизация свободных денежных средств мелких, средних и крупных инвесторов, необходимых для реализации соответствующих проектов.

5. НАЛОГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

Налоговое законодательство Республики Беларусь закрепляет обязанность плательщика уплачивать причитающиеся налоги и налоговые платежи. В частности, статья 2 Налогового кодекса Республики Беларусь (далее – НК) определяет, что каждое лицо обязано уплачивать законно установленные налоги, сборы (пошлины), по которым это лицо признается плательщиком.

Налоговое планирование – это легальный путь уменьшения налоговых обязательств, основанный на использовании законодательно предоставленных возможностей в области налогового законодательства с помощью разработки и внедрения различных законных схем снижения налоговых отчислений за счет применения методов стратегического планирования финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Следует отметить, что целью налогового планирования является оптимизация налогообложения, а не просто уплата минимальных сумм налогов предприятием. И все же в силу неоднозначности положений законодательства граница между планированием и уклонением подчас может быть размыта. Соблюсти эту границу, оставшись в рамках закона, - важнейшая задача налогоплательщика.

6. ПОНЯТИЕ ОБ ИНФРАСТРУКТУРЕ

В современных условиях рыночной экономики огромная и все возрастающая роль принадлежит инфраструктуре регионов. Именно действующая производительная и социальная инфраструктура регионов из года в год увеличивает объем поставляемых услуг населению и другим отраслям экономики страны.

Длительный период общественного развития привел к тому, что во всех странах была сформирована целая индустрия такого рода услуг, которую можно характеризовать применительно к территории как потенциал сферы обеспечения регионального развития. Автономная деятельность данной инфраструктуры более выгодна обществу, каждой из отраслей народного хозяйства, ибо позволяет повысить качество, сократить время и издержки по видам выполняемых работ.

Все многообразие работ по обеспечению экономического развития классифицируют через собирательный термин «инфраструктура». Первоначально этот термин появился в строительстве и понимался прежде всего как основа, фундамент. Начиная с 40-х годов XX века он стал широко использоваться в военной терминологии как синоним различных вспомогательных служб и систем, которые способствовали бы успешным действиям разных армейских

соединений.

7. ИНФРАСТРУКТУРА

В экономической литературе термин «инфраструктура» впервые стал широко использоваться в начале 50-х годов XX века. Сначала он трактовался как комплекс условий, которые обеспечивают благоприятное развитие предпринимательства в основных отраслях экономики и для удовлетворения нужд населения. Однако переход от планово-административной системы экономики к рыночной потребовал коренного уточнения и глубокого исследования этого понятия, подчеркивая его специфику и особенности.

Наши исследования показывают, что настало время, наконец, выделить инфраструктуру региона в самостоятельную отрасль экономики, которая складывается в процессе углубления и развития общественного разделения труда. Специфика отраслей инфраструктуры состоит в том, что они не производят материальной продукции (товаров), а предоставляют услуги. Учитывая это, многие исследователи относят инфраструктуру к сфере услуг.

Основной функцией инфраструктуры региона является создание благоприятных условий для успешного функционирования отраслей материального производства и как следствие – экономики в целом. Их характер неоднороден, а значит, неоднородна и сама инфраструктура.

8. ВИДЫ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНА

Инфраструктуру региона можно разделить на 5 групп:

1) *производственную*, которая включает комплекс отраслей, обеспечивающих внешние условия производства (транспорт, связь, электро-, газо-, водоснабжение, складское хозяйство);

2) *социальную*, охватывающую здравоохранение, пассажирский транспорт, жилищно-коммунальное хозяйство, розничную торговлю, общественное питание, культуру, образование;

3) *финансово-кредитную*, в которую входят банки, фондовые и валютные биржи, инвестиционные фонды;

4) *экологическую*, реализуемую в комплексе деятельности, обеспечивающем благоприятную природную среду для развития общественного производства и охрану окружающей среды от негативных последствий экономической деятельности человека;

5) *управленческую*, в круг интересов которой входят наука, информация, правовая и законодательная деятельность, государственный аппарат и др.

Каждый из видов инфраструктуры включает соответствующие производственные фонды, оборотные ресурсы, финансовые и трудовые ресурсы. Например, транспортная система региона состоит из внешнего и внутригородского транспорта.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА НАУКИ

Научно-технический потенциал региона, предприятий, отраслей, фирм характеризует их способность обеспечивать высокие темпы научно-технического прогресса, «выживаемость» в условиях конкуренции. Показателями, характеризующими научно-технический потенциал региона, являются: материально-техническая база науки; научные кадры; фонд открытий, изобретений, образцов; организационно-управленческая структура научной сферы.

Материально-техническая база науки – это сумма средств научно-исследовательского труда, включая научные организации, их оборудование, установки, экспериментальные заводы, цехи, лаборатории, вычислительные центры и др. Их задачи – воплощение научных идей в конкретные технические новшества.

Научные кадры – это исследователи, конструкторы, проектировщики, экспериментаторы и др. Характеризуются прежде всего уровнем профессиональных знаний.

Фонд открытий, изобретений – банк научных знаний, включающий информационную систему, охватывающую научные проекты, банк патентов, авторских свидетельств и других документов, и ее способность к оперативной выдаче информации.

10. ПРОБЛЕМА ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ

В последние годы центральной проблемой белорусской экономики является острая нехватка инвестиционных (финансовых) ресурсов. Республика Беларусь находится на пути своего нового экономического курса. В его основу положена модель социально ориентированной рыночной экономики, позволяющей сочетать свободную частную инициативу, конкуренцию с активной ролью государства, эффективность с высоким уровнем социальной защиты населения. А все это невозможно без активного привлечения иностранных инвесторов на белорусский рынок. Поэтому в Республике Беларусь остро стоит проблема привлечения инвестиций в экономику.

Брестская область, являясь одной из шести областей Республики Беларусь, обладает мощным экономическим потенциалом, производственными и интеллектуальными ресурсами, а также неограниченными возможностями для инвестирования. Благодаря своему выгодному геополитическому положению область может стать трамплином для выхода экспортоориентированной продукции на рынки России и стран СНГ. В данном контексте особую важность имеет режим свободной торговли, действующий между Республикой Беларусь и странами СНГ, который позволяет беспешинно поставлять продукцию, происходящую с территории республики на рынки данных государств. В области имеется хорошо развитая

транспортная инфраструктура.

11. ЭКСПОРТООРИЕНТИРОВАННАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Многие страны в качестве стратегии экономического развития выбирают экспортоориентированную модель развития экономики, которая предполагает развитие национальной экономики с преимущественной ориентацией на внешний рынок, на экспорт.

Суть экспортоориентированной модели развития экономики состоит во всемерном поощрении производств, ориентированных на экспорт своей продукции. Основные поощрительные меры направлены на развитие и поддержку конкурентоспособных экспортных отраслей. Приоритетной задачей считается производство конкурентоспособной продукции и выход с ней на международный рынок. Происходит ориентация промышленности страны на мировую конъюнктуру с целью захвата как можно большей доли мирового рынка.

Необходимо отметить, что важным преимуществом экспортоориентированной модели по сравнению с импортозамещением является: включение страны в мировое хозяйство и доступ к мировым ресурсам и технологиям; развитие сильных конкурентных отраслей экономики, которые обеспечивают мультипликативный эффект развития остальных, «внутренних» отраслей и являются основным поставщиком денежных средств в бюджет; привлечение валютных средств в страну и их инвестирование в развитие производства и сферы услуг национальной экономики.

12. НЕГАТИВНЫЕ ФАКТОРЫ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ЭКСПОРТООРИЕНТИРОВАННОЙ МОДЕЛИ

Как известно, негативные факторы при реализации экспортоориентированной модели связаны в основном с сырьевым экспортом, поскольку чрезмерное его присутствие в структуре экспортируемой продукции грозит привести к примитивизации структуры национальной промышленности, росту коррупции во властных структурах, оттоку людских и финансовых ресурсов из обрабатывающей промышленности страны (что случилось с Венесуэлой).

Это в долгосрочном плане может привести к ослаблению конкурентоспособности обрабатывающей промышленности страны, замедлению темпов экономического роста и уменьшению уровня накапливаемых знаний, поскольку наиболее интенсивно процесс накопления знаний (а, в конечном счете, рост человеческого капитала) происходит в обрабатывающем секторе.

Эта ситуация в современной экономической теории получила название «голландской болезни». Стагнация же в обрабатывающей промышленности способна привести к ее отставанию от мирового технологического развития и необходимости импортировать новую технику, что практически обнуляет эффект от сырьевого экспорта, поскольку ставит экономическое развитие страны в зави-

симось от иностранных производителей.

13. ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА

Зарубежная практика регулирования экономической деятельности экспортеров показала, что стимулирование экспорта, как правило, осуществляется в рамках трехуровневой системы. Первый уровень – внешнеэкономическая и внешнеторговая политика, второй – конкурентная политика на внутреннем рынке, третий – национальная промышленная политика.

Внешнеэкономическая, в частности внешнеторговая политика, направлена на обеспечение роста экспорта и обеспечения импортными ресурсами на выгодных для резидентов страны условиях, также внешнеэкономическая политика должна обеспечивать эффективные механизмы перемещения через национальные границы капитальных ресурсов и труда, приток инвестиций и т. п.

Внешнеэкономическая политика представляет верхний пласт государственного регулирования экспорта, который является квинтэссенцией всей системы экономического регулирования и характеризует вектор взаимодействия с международным экономическим сообществом. Во всех развитых странах для эффективной внешнеэкономической политики создана платформа в виде внутриэкономических механизмов, регулирующих конкуренцию и развитие отраслей промышленности и сельского хозяйства.

14. ЭКСПОРТ ПРОМЫШЛЕННЫХ ТОВАРОВ

Экспорт промышленных товаров рассматривается многими развитыми странами как серьезная угроза для их собственных отраслей. В качестве ответной меры они часто воздвигают торговые барьеры. Даже если текущие барьеры находятся на низком уровне, развивающиеся страны могут чувствовать, что для них слишком рискованно расширять свой экспорт подобных товаров из-за боязни будущего повышения барьеров. Признавая эту проблему, ВТО всеми силами стремится обеспечить доступ развивающимся странам на рынки богатых стран мира.

Прошлые успехи развивающихся стран, таких, как Малайзия и Южная Корея, в экспорте промышленных товаров не означают, что другие развивающиеся страны достигнут подобного успеха. Когда все новые развивающиеся страны попытаются экспортировать готовую продукцию, они столкнутся со всевозрастающей конкуренцией между собой.

Другая проблема состоит в том, что если более открытая торговая политика влечет за собой снятие или снижение мер валютного контроля и контроля над движением капитала, страна может стать более уязвимой перед спекулятивной атакой. Это было одним из главных факторов кризиса в Восточной Азии в конце 1998 года.

15. РИСКИ ЭКСПОРТА ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Экспорт промышленной продукции, товаров, оборудования может оказаться очень рискованной стратегией для развивающихся стран. Возможно, что лучшая надежда на будущее может быть связана с ростом торговли промышленной продукцией между развивающимися странами. Таким путем они могут получить выгоды от специализации и экономии от масштабов, которые приносит с собой торговля, одновременно осуществляя производство для растущего рынка. Осуществимость подобного подхода зависит от того, смогут ли развивающиеся страны договориться между собой о проведении политики открытой взаимной торговли.

Во многих странах существовало слабое регулирование и надзор за работой банковской системы, слишком маленькая прозрачность в бухгалтерской отчетности и деловой практике и слишком незначительная ответственность перед акционерами.

Многие из этих экономик страдали от негибкости рынков капитала и труда. Обанкротившиеся фирмы часто выкупались правительством. Это создавало и субъективный риск: фирмы могут продолжать неэффективную деятельность или осуществлять рискованные проекты, зная, что, если они попадут в беду, в дело всегда вступит правительство.

16. ПОДДЕРЖКА ЭКСПОРТА

Опыт показал, что, если в целом политика экономического роста, вызванного вторичной ориентацией на экспорт, была правильной, средства его достижения были гораздо более противоречивыми. Политика открытой торговли, подкрепленная эффективным контролем финансового сектора и объединенная с корпоративной прозрачностью, является эффективной с большей вероятностью, чем политика государственных указаний в деле финансирования и лицензирования, пользующихся расположением компаний, особенно если такие компании оказывают поддержку правительству.

На экспортную активность страны влияют уровень ее экономического развития, участие в ВТО, ОЭСР, Евросоюзе и других организациях, общая ситуация в мире. Методы поддержки экспорта выбираются на основе определенных критериев: установления наиболее перспективных с этой точки зрения секторов экономики; выявления внутренних и внешних барьеров; выяснения возможностей для продвижения товаров на внешний рынок; определения территориальных приоритетов на основе оценки потенциала экспорта конкретного региона; выработки форм и методов содействия.