

Бюджетирование представляет собой комплекс действий по подготовке проекта бюджета и его исполнению, а также подведение итогов по его исполнению и контролю над расходованием бюджетных средств. При построении новой модели бюджетирования, ориентированного на результат, финансовые ресурсы должны распределяться с учетом достижения конкретных, общественно значимых целей в соответствии с приоритетами государственной политики.

Для реализации данного подхода, необходимо четко определить конечные цели, и только потом, из ряда имеющихся альтернативных вариантов достижения намеченного, выбрать самую оптимальную программу, в которой прямые и косвенные выгоды для общества максимально превосходят затраты на их реализации.

Впервые подобные подходы были внедрены в США в 1949 году в виде доклада комиссии Гувера о формировании программно-целевого бюджета. Особенность состояла в том. Что объединялось несколько государственных организаций при выполнении определенной программы. А в 1977 году было внедрено «планирование с нуля», когда министерства и ведомства разрабатывали несколько вариантов достижения одного и того же результата при одинаковых затратах. Обоснование расходов на следующий год осуществлялось не на базе предыдущих затрат, а путем доказательства их необходимости.

Цель и принципы использования программно-целевого метода в бюджетном процессе Украины определяет утвержденная государством концепция об использовании данной методики [4].

Выводы: программно-целевой метод предполагает оценку ожидаемых результатов деятельности органов власти и мониторинг. Оценка ожидаемых результатов на стадии подготовки проекта бюджета позволит оптимизировать структуру бюджетных расходов на базе анализа ожидаемых затрат и результатов реализации программы.

Элементами такого метода бюджетирования является:

- цель бюджетной программы;
- направления деятельности;
- результативные показатели.

Выбор оптимального пути решения рассматриваемых проблем позволит создать сбалансированную и устойчивую систему управления финансовыми ресурсами, на базе которой будет осуществляться развитие региональной экономики.

Источники и литература

1. Джаферова Л.Р. Теоретические предпосылки формирования эффективного механизма управления финансовыми ресурсами региона // Культура народов Причерноморья. – №52. – Т.2. – Август, 2004. – С.51.
2. Казаков В.А. Межбюджетные отношения здравого смысла // Финансы. – №8. – С.6.
3. Афанасьев М. Бюджетирование, ориентированное на результат (Новые тенденции) // Вопросы экономики. – 2004. – С.130.
4. Про схвалення Концепції застосування програмно-цільового методу в бюджетному процесі. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 14 вересня 2002 р. За №538-р.

Джаферова С.Э.

ЛОГИСТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ СБЫТА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Постановка проблемы. Проведение экономических реформ ставит серьезные задачи перед отечественными предприятиями, созданными в последнее десятилетие. Возникновение и становление большинства этих предприятий происходило стихийно, в условиях дефицита на определенные виды товаров и услуг, несовершенной правовой базы, слабого контроля со стороны государственных органов. Однако в достаточно короткие сроки экономическая политика привела предприятия, производящие товары к необходимости конкурировать не только с отечественными, но и с достаточно качественными и дешевыми импортными товарами. С каждым годом растут требования к качеству продукции и услуг со стороны потребителя.

Все это говорит о том, что стадия стихийного развития предприятий завершена и заставляет предпринимателей и руководителей все чаще обращаться к научным разработкам, строить свой бизнес в соответствии с законами цивилизованного рынка.

Одним из инструментов в управлении деятельностью предприятий может выступать логистика, которая предлагает совершенно новый подход к организации эффективного функционирования системы обслуживания потребителей.

По нашему мнению под логистикой можно понимать объективный бизнес-процесс, протекающий на уровне структурных подразделений предприятий, в целях оптимизации управления материальными и информационными потоками, снижения затрат и увеличения прибыли.

Цель статьи – показать сущность системы сбыта, раскрыть значение логистического моделирования в системе управления ресурсами предприятия, а также проанализировать некоторые аспекты логистического моделирования сбыта.

В современных условиях диапазон видов деятельности, охватываемый логистикой, постоянно расши-

ряется, включая не только внутрифирменную, но и межфирменную логистическую интеграцию и координацию.

Сбытовые системы являются продуктом деятельности человека. Значительная роль человека в организации системы сбыта, вовсе не исключает действие объективных сил и факторов. Напротив, создание эффективной системы сбыта, возможно, на диалектическом сочетании объективных закономерностей и субъективных желаний. Если желания не противоречат законам общества, их реализация становится наиболее вероятной.

Исследования теории и практики как отечественной, так и зарубежной сбытовой деятельности показывают, что логистическое моделирование сбыта, обеспечивает необходимое повышение эффективности сбытовой деятельности при соблюдении определенных принципов, которые называют принципами логистического моделирования.

Основными принципами логистического моделирования сбыта являются:[4]

- системность;
- целостность;
- иерархичность;
- функциональность;
- целенаправленность;
- управляемость;
- адекватность;
- наблюдаемость;
- альтернативность;
- комплексность;

Для изучения свойств логистических систем, с целью управления этими системами и оптимизации их, используют модели. Модель можно определить как нечто искусственное, аналогичное изучаемой действительности, которое может быть создано и изучено с помощью различных средств. Любая модель не может быть всеобъемлющей, она должна быть направлена на решение определенной проблемы, обеспечивать получение решения к заданному моменту времени, так как запоздалое решение может быть ошибочным или вовсе не нужным.

Моделирование основывается на подобии систем или процессов, которое может быть полным или частичным. Основная цель моделирования – прогноз поведения процесса или системы. Ключевой вопрос моделирования – «ЧТО БУДЕТ, ЕСЛИ ...?».

Под логистической моделью понимают любой образ, абстрактный или материальный, логистического процесса или логистической системы, используемый в качестве ее заместителя [1].

Существуют прикладные варианты логистических моделей сбыта, такие как: детерминированные, стохастические и вербальные.

Детерминированные модели, предпочтительны в рамках сбытовых подразделений предприятия; стохастические модели, позволяют учесть влияние на процесс сбыта различных внешних факторов; и, наконец, вербальные модели, строятся на обобщении опыта управления сбытом как сложной логистической системой.

Детерминированность логистического моделирования сбыта объективно заложена в повторяемости сбытовых операций, в наличии стационарных элементов распределительной логистики (например, складов), в возможности стандартизировать требования, предъявляемые к логистическим операциям. Именно возможность стандартизации сбытовой деятельности создает необходимые предпосылки для разработки детерминированных логистических моделей сбыта.

В свою очередь, система стандартов детерминированной логистической модели сбыта может быть представлена как некая совокупность подсистем (рис. 1).

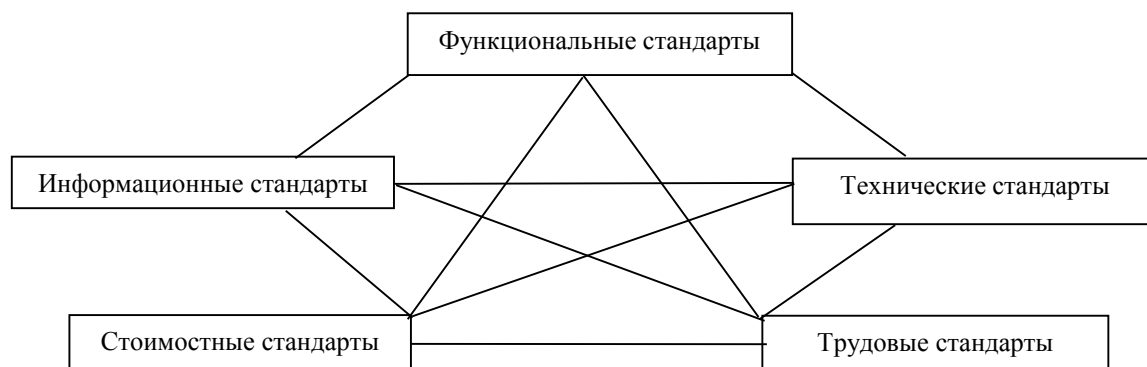


Рис. 1 Система стандартов детерминированной логистической модели сбыта

Подсистема *функциональных стандартов* включает стандарты планирования, учета, анализа, контроля и регулирования сбытовой деятельности предприятия.

Технические стандарты обычно разрабатываются на технологические операции распределительной логистики, включая складирование, погрузочно-разгрузочные работы, транспортировку, прием готовой продукции по количеству и качеству, хранению, подготовку продукции к потреблению, организацию обслуживания потребителей и т.п.

Трудовые стандарты в рамках детерминированных логистических моделей сбыта обычно мало, чем отличаются от стандартизации трудовых процессов в целом на предприятии.

Стоимостные стандарты в условиях свободы ценообразования немонополизированного рынка включают различные методики ценообразования на готовую продукцию и услуги, оказываемые потребителям.

Информационные стандарты определяют состав и порядок сбора информации связанной со сбытовой деятельностью, методы и инструменты ее обработки.

Возможности использования детерминированных логистических моделей сбыта в настоящее время существенно ограничены по причинам:

- недостаточное развитие законодательной базы;
- усиление факторов неопределенности и риска сбытовой деятельности в условиях несвоевременности платежей;
- низкая договорная дисциплина.

Кроме того, детерминированная модель сбытовой логистики объективно ограничена рамками предприятия и практически не может быть распространена на внешнюю среду, где жесткая регламентация факторов влияющих на сбыт, по сути, не возможна. Такая модель, ограниченная рамками предприятия, как правило, не работоспособна во внешней среде, так как основные усилия сбытовой службы направлены вовнутрь предприятия.

Большой популярностью пользуются стохастические (вероятностные) модели сбыта.

Однако довольно часто практическое использование логистических моделей данного типа затруднено из-за недостоверности информации о сбытовой деятельности, неуверенной интерпретации внешних и внутренних факторов. Но, пожалуй, главное затруднение заключается в том, что эти модели, как правило, переносят условности предшествующего периода на прогнозируемый отрезок времени, что далеко не всегда продуктивно в сбыте, где велика изменчивость конъюнктуры рынка.

В какой-то мере названные проблемы снимаются при логистическом моделировании сбыта на основе теории массового обслуживания. При этом любая логистическая модель сбыта может быть представлена как разновидность системы массового обслуживания. Рассмотрим две системы:

- модель сбыта без потерь;
- модель сбыта с потерям.

Логистическая модель сбыта без потерь описывает простейшие, обычно двухзвенные каналы распределения, где отношения между продавцом и покупателем непосредственные, а количество покупателей ограничено то ли в силу специфического характера продукта, то ли в силу объективной узости рынка. Схематически эта модель выглядит следующим образом (рис.2).



Рис.2 Схема логистической модели сбыта без потерь [4]

Данная модель надежна до тех пор, пока не произойдут изменения платежеспособного спроса и производственного процесса товаропроизводителя.

Поскольку неизменность спроса и предложения на практике наблюдаются редко, поэтому для большинства логистических моделей сбыта подходят системы массового обслуживания с потерями. На рисунке 3 показаны два рода потерь.

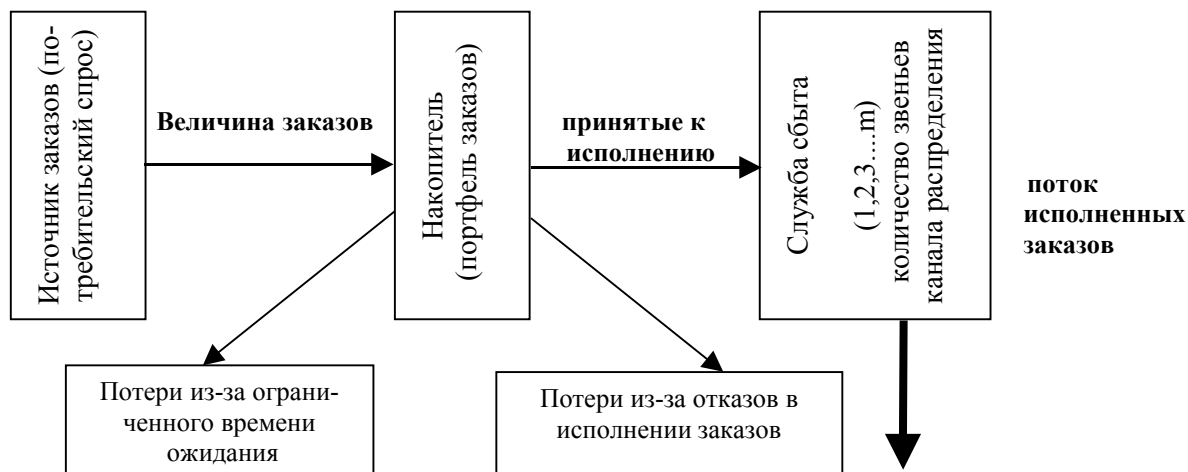


Рис.3 Схема логистической модели сбыта с потерями.[4]

Самыми же распространенными моделями управления сбытом являются вербальные логистические модели, т.е. модели, построенные на обобщении опыта организации управления сбытом. Основным элементом вербальных логистических моделей сбыта являются организационные структуры сбыта, включая и организацию управления сбытовой деятельностью.

Выводы. Анализ практики логистического моделирования сбыта в системе управления позволяет выделить следующие рекомендации по повышению эффективности сбытовых каналов распределения:

1. уменьшить жесткость и схематичность моделей, усилить их конкретность и приближенность к практике;
2. разрабатывать несколько моделей с учетом влияния внешних и внутренних факторов;
3. ориентировать модели на достижение ключевых конечных результатов;
4. постепенно отходить от политики выталкивания товара на рынок к политике рыночной ориентации производства;
5. доводить детализацию моделей до описания задач конкретным исполнителям;
6. постоянно ориентировать сбытовую деятельность на снижение затрат на единицу конечного продукта;
7. не забывать, что в основе логистического моделирования сбытовой деятельности лежит управление не товарными потоками, а людьми.

Источники и литература

1. Гаджинский А. М. Основы логистики. – М.: Маркетинг, 1999.
2. Гаджинский А.М. Практикум по логистике. – М, 1999.
3. Кальченко А. Г. Логистика: Учебник. – К.: КНЭУ, 2003.
4. Костоглодов Д.Д., Харисова Л.М. Распределительная логистика. – М. :«Экспертное бюро», 1997.
5. Логистика / Под ред. Б. А. Аникина. – М.: ИНФРА – М, 1997.
6. Неруш Ю.М. Логистика. – М, 2000.

Жаворонкова О.Р.

КЛАССИФИКАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ БАНКОВСКОЙ УСЛУГИ – ПЕРВЫЙ ШАГ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БАНКА

Из теории маркетинга известно, что, прежде чем начать что-либо производить (товар, услугу), необходимо знать, кому это будет нужно, для того, чтобы без особых усилий реализовать готовый продукт. Если верно утверждение, что маркетинг – это искусство, то, прежде всего, применительно к его элементу – анализу потребителей. Этим вопросом не перестают заниматься целые поколения ученых в области маркетинга и в области психологии. Наиболее яркими из них являются П.Друкер, Д.Ф.Энджел, П.У.Миниард и др., из отечественных это Н.Г. Федько [5], И.В. Алешина [1], Б.А. Соловьев [4] и др.

Постановка проблемы: из-за непостоянства внешних и внутренних факторов, влияющих на поведение человека, анализ потребителей является непрерывным процессом. С развитием уровня НТП возрастают потребности в использовании последних достижений. Поэтому непрерывный анализ потребителей, их потребностей является первым шагом на пути достижения конкурентоспособности в любой сфере. Это в полной мере относится и к банковским услугам. Цель статьи – классифицировать потребителей банковских услуг.

Известно, что банковская услуга специфична. Но она также как и другие услуги и товары создается для того, чтобы ее производитель (банк) получил прибыль через удовлетворение потребностей в конкретной услуги. В связи с этим необходимо регулярно анализировать нужды потребителей, формировать их потребности в банковских услугах, которые может удовлетворить банк. Задача – разработать критерий для классификации потребителей банковских услуг, который наиболее точно характеризует их потребности и возможности.

Современное развитие экономики создает условия, когда у человека возникают потребности в оперативном перемещении денежных средств в любой уголок мира, в сохранности и своевременном доступе к своим сбережениям, в получении финансовой помощи, кредитов, ссуд. То есть возникает необходимость в разработки и применения банками критериев для классификации потребителей, способов воздействия на спрос банковских услуг и методов влияния на потребителей, усовершенствование существующих услуг и разработка новых.

Существуют многие критерии, по которым можно классифицировать потребителей. При классификации потребителей можно использовать собирательный образ с набором моральных и культурных установок, психологических и физиологических характеристик, присущих в большей степени населению данного региона. Незначительные отклонения созданного образа от реальности могут снизить ожидаемый эффект.

Для более точной классификации потребителей банковских услуг необходимо, кроме вышеперечисленных характеристик, также использовать в качестве критерия – потребности и возможности потребителей в конкретных услугах.

Рассматривая каждого человека, как субъект общества с различными присущими только ему характеристиками, необходимо выделить общий признак, который и будет определяющим при выявлении нужд в банковских услугах. Человек, как любой живой организм проходит в своей жизни определенное количест-