

6. Об оценке степени риска наступления банкротства : постановление М-ва экономики Респ. Беларусь, М-ва финансов Респ. Беларусь от 7 авг. 2023 г. № 16/46 // ілех: інформ. правая сістэма (дата абрачэння: 30.09.2024).

СНИЛ «ИДЕЯ»

У.Д. Горбачевская, С.А. Садовничек, Е.А. Тискова

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н.Н. Кириенко

УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИЕЙ ПРОДУКЦИИ НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ

Учетно-аналитическое обеспечение управленческих решений позволяет организациям разрабатывать методы минимизации затрат, создавать информационную базу для анализа затрат, формировать ценовую политику, проводить расчеты с контрагентами, отслеживать поступление иностранной выручки на счета, оценивать платежеспособность покупателей и получать информацию для заключения договоров с контрагентами.

В современной экономике предприятия с высокой конкуренцией стремятся расширять бизнес за пределы национальных границ и выходить на внешний рынок. Это расширение связано с особенностями управления реализацией продукции, где конкурентоспособность зависит от качества, цены, сроков поставки и маркетинговой стратегии. Крупные предприятия применяют многокомпонентную систему аналитики затрат и доходов, что помогает анализировать факторы конкурентоспособности и принимать эффективные управленческие решения.

Подготовка плановой и отчетной информации осуществляется в разных формах, что требует перевода отчетов в планы. Управление затратами на различных этапах производства подразумевает единые требования к информации и методам планирования. В соответствии с нормами законодательства Республики Беларусь конкуренция — это состязательность хозяйствующих субъектов, при которой самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке [1].

Выход на внешний рынок может быть сложной задачей для любого предприятия, и управление затратами играет ключевую роль в данном процессе. Проведение анализа конкурентной среды на внешнем рынке поможет в определении, какие группы затрат необходимо уменьшить для достижения конкурентного преимущества.

Научный подход к управлению затратами на предприятии поможет в достижении высокой конкурентоспособности, а также обеспечит рацио-

нальное использование имеющихся ресурсов, что впоследствии приведет к достижению высоких экономических показателей и возможности выхода на внешний рынок.

На основе анализа различных источников информации можно сделать вывод о том, что конкурентоспособность продукции — это способность продукции выделяться среди аналогичных товаров благодаря более точному соответствию характеристик требованиям рынка и предпочтениям потребителей. Также неотъемлемой частью повышения конкурентоспособности является проведение ценовой политики с учетом минимизации затрат, позволяющей усилить рост конкурентоспособности.

Для выпуска и реализации конкурентоспособной продукции необходим системный подход к управлению затратами. Концепция системного подхода строится на соблюдении нескольких принципов, которые являются неотъемлемой частью для создания экономической конкурентоспособности предприятия:

1. Управление затратами по отдельным видам деятельности;
2. Управление затратами на всех этапах бизнес-процесса;
3. Разработка методов минимизации затрат с сохранением высокого качества продукции.

Разделение затрат по отдельным видам деятельности позволяет сформировать полную и достоверную информацию о производственных процессах. Определение величины затрат по их видам является основным показателем оценки эффективности производства отдельных видов продукции. Для данной цели, в соответствии с действующим типовым планом счетов бухгалтерского учета и инструкцией по его применению, учет затрат ведется по следующим видам производств и направлениям: основное производство, вспомогательные производства, обслуживающие производства и хозяйства. Для этого предназначены синтетические счета третьего раздела «Затраты на производство» Типового плана счетов [2, с. 94].

Конкурентоспособность продукции во многом определяется соотношением цены и качества, для чего необходимо гармоничное сочетание снижения затрат на производство продукции с сохранением ее высокого качества. Разработка методов минимизации затрат с сохранением качества продукции предполагает системный подход, предусматривающий необходимость анализа производственного процесса, чтобы выявить области, где можно снизить затраты без ущерба для качества продукции.

Взаимоотношения с контрагентами (покупателями) являются важнейшим аспектом учетно-аналитического обеспечения управления реализацией продукции на внешнем рынке. Для проведения ценовой политики с учетом минимизации затрат предварительно нужно провести анализ затрат на производство и реализацию продукции, дать оценку ценовой эластичности спроса и определение оптимальной цены, разработать стратегии ценообразования, учитывающие минимизацию затрат и максимизацию прибыли, а также провести анализ показателей эффективности ценовой политики, таких как объем продаж, прибыль и доля рынка.

Для этого необходимо проанализировать договоры с контрагентами, выявить условия поставки и оплаты, а также оценить риск неисполнения обязательств контрагентами.

В Республике Беларусь расчеты с контрагентами могут осуществляться различными способами, регулируемые законодательством, а осуществление расчетов с контрагентами требует знания законодательных требований, использования надлежащих способов и соблюдения определенных процедур. Расчеты в иностранной валюте допускаются только при наличии соответствующего разрешения, получение которого зависит от специфики сделки и вида контрагента.

Для обеспечения безопасности и эффективности расчетов целесообразно проведение анализа контрагента, заключение письменного договора, соблюдение законодательства и отслеживание изменений законодательства в области платежных отношений. Эффективная оценка платежеспособности покупателей — это элемент стратегии управления рисками. Платежеспособность покупателей напрямую влияет на финансовую устойчивость компании, так как неоплаченные счета могут привести к значительным финансовым потерям. Поэтому оценка платежеспособности покупателей (контрагентов) является одним из ключевых аспектов учетно-аналитического обеспечения управления реализацией продукции на внешнем рынке.

Первым шагом в оценке платежеспособности является анализ финансовых отчетов контрагентов. Изучение балансов, отчетов о прибылях и убытках, а также денежных потоков предоставляет ценную информацию о финансовой устойчивости компании. Этот анализ позволяет выявить потенциальные проблемы, такие как высокая задолженность или недостаток ликвидности, которые могут повлиять на способность контрагента выполнять свои обязательства.

Кредитная история контрагента — еще один важный показатель его платежеспособности. Изучение предыдущих финансовых обязательств и их выполнения помогает оценить надежность партнера. Покупатели с хорошей кредитной историей, как правило, более дисциплинированы в вопросах оплаты, что снижает риск просрочек и невыполнения обязательств. На основе собранных данных компании могут определить уровень риска, связанный с каждым контрагентом.

Анализ истории предыдущих сделок с контрагентами также играет важную роль в оценке их платежеспособности. Изучение прошлых взаимодействий и платежей позволяет выявить тенденции и закономерности, которые могут указывать на текущее финансовое состояние компании. Такой мониторинг помогает своевременно обнаружить изменения в платежеспособности контрагента и принять необходимые меры. Для его информационного обеспечения в учете организации необходимо предусмотреть создание и поддержание базы данных, содержащей полную историю взаимодействий с каждым контрагентом. Это включает в себя информацию о сроках и суммах платежей, случаях задержек или невыполнения обязательств, а также любые изменения в условиях сотрудничества. Автоматизация сбора и ана-

лиза этих данных с помощью специализированных программных решений позволит оперативно оценивать кредитные риски и принимать обоснованные решения о продолжении или изменении условий сотрудничества. Важно также регулярно обновлять эту информацию и проводить анализ на предмет выявления новых тенденций, которые могут повлиять на финансовую устойчивость контрагента.

Для получения детальной информации о контрагентах необходимо анализировать заключенные с ними договоры. Ключевым моментом является изучение условий поставки, включая сроки, место, упаковку и транспортировку продукции, а также условия оплаты: методы, валюту и проценты за просрочку. Важно учитывать объемы поставки, качество продукции и права сторон, такие как возврат или замена.

Для этого следует создать систему управления договорами, которая будет централизованно хранить контракты и документацию, обеспечивая доступ к ключевым условиям. Оценка риска неисполнения обязательств включает анализ кредитоспособности контрагентов, их финансового положения и истории платежей. Также необходимо учитывать рыночные условия и юридические риски, чтобы минимизировать потенциальные угрозы.

Внедрение системы управления рисками, интегрированной с системой управления договорами, позволит собирать и анализировать данные о контрагентах. Это обеспечит мониторинг изменений в рыночных условиях и законодательства, что поможет своевременно принимать меры по снижению рисков. Интеграция с другими системами учета и управления компании, такими как бухгалтерский учет и управление взаимоотношениями с клиентами (CRM), позволит обеспечить более полное и точное понимание рисков, связанных с контрагентами, и своевременное принятие мер по их снижению.

Успешное управление реализацией продукции на внешнем рынке требует комплексного подхода, включая учет конкурентоспособности, управление затратами и платежеспособностью покупателей. Республика Беларусь, со своей специфической законодательной базой и регуляторными требованиями, предлагает уникальные возможности для компаний, стремящихся расширить свой бизнес на этом рынке. Понимание ключевых аспектов учетно-аналитического обеспечения, включая регулирование иностранной валюты, документальное оформление и соблюдение законодательства, позволяет компаниям эффективно управлять реализацией продукции и минимизировать риски, связанные с международной торговлей.

Создание и поддержание комплексной информационной базы являются неотъемлемой частью современного управления затратами и конкурентоспособностью продукции. В условиях динамичного рынка, где изменения происходят стремительно, компании должны обладать возможностью оперативного анализа и принятия решений, основанных на актуальных данных. Информационная база, объединяющая сведения из различных структурных подразделений, позволяет не только оценивать текущие затраты, но и разрабатывать стратегии их минимизации в будущем.

Для эффективного управления конкурентоспособностью продукции необходимо проводить всесторонний анализ рыночной конъюнктуры. Это включает в себя оценку качества и характеристик продукции по сравнению с аналогичными продуктами конкурентов. На основе этих данных разрабатываются стратегии дифференциации продукции и создаются уникальные предложения, способные привлечь внимание потребителей. В этом контексте информационная база играет ключевую роль, предоставляя данные, которые помогают в разработке таких стратегий.

Однако важно помнить, что информация, хранящаяся в базе, может содержать коммерческую, профессиональную, банковскую и иную охраняемую законом тайну. Это требует особого внимания к вопросам безопасности и конфиденциальности данных, чтобы предотвратить их несанкционированное распространение и использование.

Таким образом, информационная база становится не только инструментом для оценки текущей ситуации, но и стратегическим ресурсом для долгосрочного планирования. Она способствует повышению конкурентоспособности продукции на рынке, позволяя компании адаптироваться к изменениям и эффективно реагировать на вызовы. В конечном счете интеграция и анализ данных становятся основой для устойчивого развития и успеха в конкурентной борьбе.

Источники

1. О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции : Закон Респ. Беларусь от 12 дек. 2013 г. № 94-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 03.04.2024 г. // iLex: информ. правовая система (дата обращения: 17.11.2024).

2. Бухгалтерский управленческий учет в АПК : учеб. пособие / А.П. Михалкевич [и др.] ; под ред. А.П. Михалкевича. — Минск : БГЭУ, 2012. — 383 с.

СНИЛ «Инноватика»

*В.В. Матрашилова, Н.А. Скачко, А.В. Юшкевич,
В.В. Мурашко, В.В. Козырицкий, К.Д. Орехова*

Научный руководитель — магистр экономических наук О.Г. Довыдова

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В работе раскрывается сущность понятия «конкурентоспособность», рассматриваются отдельные расчетные и графические методы оценки, исследуются основные направления повышения конкурентоспособности за счет инновационной деятельности в условиях цифровой трансформации экономики.