

ПРОБЛЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ

Ценообразование как для малых, так и для всех остальных предприятий является одним из важнейших и наиболее сложных вопросов. Данный вопрос не только интересен с позиции получения прибыли и выживания на рынке данного предприятия, но и важен при определении приоритетов в технической политике в целом.

Определение цены является одной из труднейших задач, стоящих перед любым предприятием. И именно цена предопределяет успехи предприятия — объемы продаж, доходы, получаемую прибыль.

Предприятия малого бизнеса имеют небольшое число сотрудников, и поэтому существуют некоторые особенности ценообразования для таких предприятий. Во-первых, часто малое предприятие не имеет специального отдела, который занимался бы проблемами экономического анализа и ценообразования, и эту работу приходится выполнять руководителю (владельцу) предприятия. Следовательно, нужно экономить время на сложных математических расчетах. Во-вторых, номенклатура продукции таких предприятий, как правило, невелика.

В процессе своей деятельности малый бизнес сталкивается с большим количеством проблем. С одной стороны, отмена лицензирования на многие виды деятельности несколько облегчила деятельность малых предприятий, с другой — высокая степень вмешательства государства в процесс ценообразования и невыполнение программы налоговой поддержки для вновь создаваемых предприятий. Выход на рынок малых предприятий со своей продукцией по конкурентоспособной цене ограничен самим законодательством.

С одной стороны, жестко проноормированы и ограничены затраты, относимые на себестоимость продукции, работ, услуг, и если руководство считает необходимым произвести какие-либо улучшения “сверх нормативов”, то это осуществляется за счет прибыли, остающейся в распоряжении предприятия; с другой — рост цен ограничен предельным индексом роста цен, превысить который без перерегистрации цены, невозможно. В то же время многие белорусские предприятия приобретают сырье, материалы и комплектующие в странах ближнего и дальнего зарубежья, рост цен в которых не так строго ограничен законодательством. Этот двусторонний пресс сокращает и без того небольшую прибыль, остающуюся в

распоряжении предприятия до минимума. В результате налоговая нагрузка с пресловутых 15 % возрастает почти до 30 %.

В качестве наиболее желательных видов помощи со стороны региональной администрации и городских властей являются следующие:

- прямая финансовая помощь;
- налоговые льготы;
- предоставление гарантий по кредитам коммерческих банков;
- содействие в получении оборудования по лизингу;
- обеспечение безопасности;
- привлечение к госзаказам;
- облегчение доступа к производственным помещениям;
- установление кооперационных связей с крупными предприятиями;
- информационная поддержка;
- упрощение налогообложения;
- общее снижение налогов;
- отмена лицензирования;
- обучение бизнесу;
- защита прав собственности, улучшение работы судов.

Важным моментом для малого бизнеса является также возможность получения банковских кредитов. Но достаточно жесткие требования банков, короткие сроки кредитования, банковские проценты, не всегда сопоставимые с уровнем доходности предприятия, делают эту проблему существенной.

О.Б. Пароля, ассистент

БГЭУ (Минск)

КАЧЕСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Качество в современных условиях является важным инструментом в борьбе за рынки сбыта. Именно качество обеспечивает конкурентоспособность не только товара, но и торговых организаций в целом.

На мировом рынке наиболее действенным фактором увеличения конкурентоспособности является улучшение качества товара и предоставляемых услуг. Для этого существуют и разрабатываются системы менеджмента качества или административного руководства качеством. В условиях Республики Беларусь на данный мо-