

ный центр маркетинга и конъюнктуры цен и др.) в основном ориентированы на ВЭД и в большинстве своем представляют доски объявлений, что явно недостаточно и не соответствует современному уровню развития технологии. Основная проблема данного направления заключается в том, что для его успешного функционирования необходимо привлечение существенного числа субъектов хозяйствования в короткие сроки.

А.В. Кисляк, ассистент

БГЭУ (Минск)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АНАЛИЗА ИСТОЧНИКОВ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ В ХЛЕБОБУЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ

В условиях рыночных отношений имеются два основных источника получения прибыли, хлебобулочная отрасль не является исключением.

Первый — это монопольное положение предприятия по выпуску хлебобулочной продукции или уникальности продукта. Поддержание этого источника на относительно высоком уровне предполагает проведение постоянной новации продукта. Здесь следует учитывать такие противодействующие силы, как антимонопольная политика государства и растущая конкуренция со стороны других предприятий и фирм.

Второй источник связан с производственной и предпринимательской деятельностью. Эффективность его использования зависит от знания конъюнктуры рынка и умения постоянно адаптировать под нее развитие производства. Здесь, по сути, все сводится к маркетингу. Величина прибыли в хлебобулочной отрасли в данном случае зависит:

- во-первых, от правильности выбора производственной направленности предприятия по выпуску продукции (выбор продуктов, пользующихся стабильным и высоким спросом);

- во-вторых, от создания конкурентоспособных условий продажи своих товаров и оказания услуг (цена, сроки поставок, обслуживание покупателей, послепродажное обслуживание и т.д.);

- в-третьих, от объемов производства (чем больше объем продаж, тем больше масса прибыли);

- в-четвертых, от ассортимента продукции и снижения издержек производства.

Однако получение прибыли в условиях рынка всегда связано с риском — над предприятием постоянно висит угроза потерять вложенный капитал целиком или частично. Именно поэтому в теории и на практике используется понятие «предпринимательская прибыль», которая по своей величине должна быть больше, чем процент, получаемый по вкладам в банк.

По своему содержанию понятие «риск» относится как к хозяйственной, коммерческой, так и к финансовой деятельности. Полностью избе-

жать риска в предпринимательской деятельности практически невозможно, но существует система методов смягчения его отрицательных последствий. К ним относятся самострахование (создание резервных фондов), участие в венчурных компаниях, хеджирование, заключение фьючерсных сделок и т.д.

Исследование показало, что специфическим фактором, влияющим на уровень прибыли в хлебобулочной отрасли является свежесть хлеба. По мере утери качества и свежести хлебобулочных изделий магазины вынуждены сдавать продукцию обратно на заводы, причем им оплачивается половина от стоимости возврата, что в итоге сказывается на величине прибыли. В дальнейшем черствая продукция идет обратно в производство, перерабатывается и добавляется в новую продукцию, снижая при этом ее качество.

По мнению автора, целесообразен вариант отказа от возврата черствой продукции на заводы. При этом магазинам можно предложить проводить разнообразные акции, устанавливать скидки и распродажи продукции, утратившей качество и свежесть. Также необходимо более тщательно анализировать объемы заказов, пути подвоза продукции для сокращения затрат.

Здесь также немаловажен принцип «время — деньги»: чем быстрее и полнее поступление доходов от реализации хлебобулочных изделий, тем эффективнее вся деятельность. Поэтому не следует пренебрегать дифференцированной в зависимости от сроков реализации и прогноза насыщения рынка уценкой, в том числе сезонной, периодической или разовой (временное падение доходов окупится высвобождением средств за счет ускорения их оборота), предпочтительной отгрузкой своей продукции наиболее надежным и быстрым плательщикам и другими мерами воздействия.

С.А. Клещева, ст. преподаватель

ПФ БГЭУ (Пинск)

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Качество принимаемых решений целиком зависит от качества прогнозирования тенденций развития предприятия, которое, в свою очередь, определяется качеством анализа текущей ситуации, а для этого необходима информация, которую можно использовать для принятия обоснованных деловых решений.

Информационной базой для анализа деловой активности предприятий являются бухгалтерская и статистическая отчетность предприятий. Несмотря на серьезные изменения, коснувшиеся системы показателей статистики предприятий, аналитические возможности статистики и возможности использования ее показателей пока еще ограничены, что требует дальнейшего совершенствования этой системы.