

пожара является вероятностной характеристикой и в большинстве случаев зависит от человеческого фактора. Поэтому, осуществляя профилактику, предотвратить пожар невозможно, можно только уменьшить вероятность его возникновения.

Возникший пожар может нанести значительный ущерб. Исследования английских специалистов показали, что потери от пожара в течение первых 10 мин. возрастают медленно, а затем растут в ускоряющемся темпе. Из этого следует, что имеет смысл содержать пожарные подразделения. И чем выше их плотность расположения, техническая оснащенность, тем успешнее будет выполнение возложенных на них задач. Мировая статистика свидетельствует, что чем выше расходы на пожарные подразделения, тем ниже ущерб.

В Республике Беларусь на пассивную защиту тратится 6/7 всех средств, которые расходуются на систему пожарной безопасности, или около 1% от ВВП. Другими словами, республика 3 дня в год работает только на обеспечение пожарной безопасности.

Вызывает интерес использование при организации оптимальной структуры пожарной безопасности математического моделирования, а также заслуживает внимания использование экономических рычагов управления системой пожарной безопасности. Последние позволяют повысить безопасность не жесткими административными мерами, а благодаря заинтересованности предпринимателей. К таким мерам можно отнести: противопожарное страхование; льготное налогообложение на средства, затрачиваемые на профилактические мероприятия; лицензирование продукции; дифференцированная выплата субъектами хозяйствования на содержание пожарных подразделений и т.д.

Главная задача состоит в создании такой системы с помощью экономических, правовых, морально-психологических рычагов управления, которая могла бы значительно снизить пожарные риски, гибель людей, материальный ущерб и быть оправданной с точки зрения затрат.

Астраханцев С.Е.
ГГТУ им. П.О. Сухого (Гомель)

КОММЕРЧЕСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Коммерческий кредит можно охарактеризовать как кредит, предоставляемый в товарной форме продавцами покупателям в виде отсрочки платежа за проданные товары. Реализация товаров в кредит стала обычным способом ведения дел для промышленных компаний развитых стран, предложение кредитных услуг является орудием конкуренции при привлечении клиентов. Поскольку многие компании активно используют коммерческий кредит, нужно учитывать влияние соответствующих решений на потоки денежных средств, величину капитала, рост объема продаж и кредитоспособность. Главная задача предприятия-поставщика в этой области - правильное управление своей кредитной политикой при реализации продукции.

Активное использование предприятиями-поставщиками Республики Беларусь коммерческого кредита, при отсутствии в хозяйственной практике механизмов, которые придали бы ему подвижность, мобильность, обращаемость, привели к возникновению инертной массы неплатежей. Для решения возникшей проблемы необходимо усовершенствовать механизм коммерческого кредитования субъектов хозяйствования за счет внедрения современных подходов по управлению дебиторской задолженностью.

Одним из вопросов, вытекающих из современной ситуации в экономике РБ и который необходимо решить при разработке кредитной политики, является механизм ценообразования товаров, реализуемых с отсрочкой платежа (на условиях коммерческого кредита). В условиях инфляции дебиторская задолженность покупателей, как и многие другие активы и пассивы, обесценивается. В связи с этим, при формировании цены, необходимо учитывать потери от ее обесценения. Наличие дебиторской задолженности, а тем более ее рост, ведут к возникновению потребности в дополнительных источниках средств, т.е. к необходимости увеличивать кредиторскую задолженность, что, в свою очередь, ухудшает финансовое состояние предприятия. При использовании коммерческого кредита у предприятия-поставщика возникает кредитный риск, т.е. риск неисполнения покупателем своих обязательств.

Для совершенствования механизма ценообразования товаров, реализуемых на условиях коммерческого кредита предприятия-поставщика, необходимо разработать методологические подходы к формированию цен, учитывающие: условия реализации продукции; фактор времени (временной лаг); уровень инфляции; дополнительные финансовые издержки по обслуживанию кредита; кредитный риск предприятия-поставщика.

Бабанский А.В.
БГЭУ (Минск)

СИСТЕМА НЕПРЕРЫВНОГО УЛУЧШЕНИЯ ПРОДУКТОВ И ПРОЦЕССОВ (СНУПП)

Система непрерывного улучшения продуктов и процессов (СНУПП) направлена на достижение следующих целей:

1. Развитие и активизация организационной структуры.
2. Развитие потенциальных способностей, улучшение рабочих показателей.
3. Получение полезных результатов – материальных и нематериальных.

Приоритетной целью СНУПП является мотивизация сотрудников на активное участие. Независимо от должности и функции, любой сотрудник в состоянии решать свои проблемы и вносить предложения, если он чувствует, что в рамках его деятельности основную роль играет его собственная инициатива.

Вторая цель СНУПП состоит в развитии человеческого потенциала предприятия. Эта задача может решаться в различных направлениях. В любом случае предприятие должно сначала по-