

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-

заботиться о поддержке уже имеющихся талантов и способностей членов организации. Именно они позволяют сотрудникам изменить статус-кво и добиться продвижения вперед.

Третьей целью СНУПП является достижение полезного результата. Предложение должно давать какой-то позитивный эффект, так как вся деятельность предприятия в конечном счете направлена на повышение прибыли. Универсального пути к хорошим результатам не существует. В любом случае все должно начинаться с активного участия сотрудников и развития их потенциала. Оба элемента являются необходимой предпосылкой эффективной системы предложений.

В СНУПП три описанные выше цели соответствуют трем этапам практической деятельности:

1. Побуждение сотрудников к участию.
2. Сотрудники получают возможность развивать свои творческие способности и разрабатывать предложения.
3. Центром внимания становится полезный эффект от внедрения предложений.

Предприятиям, намеревающимся создать у себя систему творческих предложений необходимо учитывать три этапа. Существует огромное количество примеров, когда фирмы сознательно отказывались от этой трехшаговой системы и терпели неудачу.

**Бабushкина Е.П.**

Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации. (Гомель)

## **УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ КАК ЗАДАЧА МЕНЕДЖМЕНТА**

В настоящее время возросла требовательность работников субъекта хозяйствования к условиям и содержанию труда, заинтересованность работников в перспективах роста, повышении квалификации и продвижении по служебной лестнице (карьере). Проявляется интерес к вопросам внутри коллективных отношений, моральной атмосфере в коллективе, т. е. к вопросам создания «рабочего климата» на предприятии. Вследствие чего, все изменения на предприятии требуют затрат и, в частности, расходов на персонал.

Расходы на персонал представляют собой затраты, связанные с привлечением, содержанием и развитием персонала, а также, связанные с максимальным использованием его трудового потенциала. На величину и структуру расходов на персонал оказывают влияние многие факторы. Классифицировать их можно по различным признакам. Так, по отношению к субъекту хозяйствования выделяют внешние и внутренние.

К внешним факторам относятся:

- государственная политика;
- действующее социальное законодательство.

К внутренним факторам следует отнести: