

Можно утверждать, что появление новых методов в области финансового управления предприятием вызвано изменениями, которые происходят как в финансовой сфере самих предприятий, так и изменениями, происходящими в окружающей предприятие социальной сфере. Другими словами, в современной действительности спектр возможностей, предоставленных предпринимателю, изменяется с большей скоростью. Существование этих постоянных и быстрых изменений и влечет необходимость использования методов, главными особенностями которых являются гибкость и приспособляемость. Теория нечетких множеств и является таким методом, практическое использование которого позволяет развивать традиционные элементы финансового управления, адаптируя их к новым потребностям учета неопределенности будущего. Способы, традиционно используемые в бухгалтерии для оценки имущественного состояния за какой-то период, могут быть преобразованы в элементы управления, направленные в будущее. Баланс, коэффициенты и т.д. могут использоваться для выбора одной из стратегий с эффективной внутренней финансовой структурой в среднесрочном и долгосрочном планах. То есть речь идет об использовании схем для адекватного подхода к будущим неопределенным ситуациям исходя из показателей, которые традиционно использовались в финансовом менеджменте.

Таким образом, можно сделать вывод: нечеткая логика позволяет осуществлять формальное описание финансовых отношений, при этом увеличивая связь между эволюцией реальных процессов и схемами, выработанными для их описания. Поэтому в современных условиях ее использование в финансовом анализе не только оправдано, но и является первостепенной необходимостью.

ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В. Паина

*Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации, Гомель*

Вначале было слово, затем появились газетные объявления и печатные афиши, позже к ним добавились красочные фотографии. Так родилась современная реклама, в XX в. которой мощными союзниками стали радио, телевидение, Интернет.

Сегодня реклама повсюду. В ней все самое новое, самое нужное, самое красивое. Ее основная цель – продать. Продать товар. Продать идею. Продать образ жизни.

Иностранные компании тратят огромные деньги на развитие рекламной индустрии. Мы уже не представляем нашу жизнь без товаров «Philips», которые всегда заботятся о нас. Мы неразлучны со сникерсом, диролом и кока-колой. А что мы знаем о белорусской рекламе?

Иногда рекламу белорусских товаров вообще трудно назвать таковой. Она непривлекательна, однообразна, трудно воспринимается. Отдельные рекламные

объявления зачастую не соответствуют элементарным нормам этики, идут вразрез с рекламным законодательством. Многие отечественные предприятия и вовсе отказываются от рекламы, ссылаясь на слабое финансовое положение. А может потому оно и слабое, что эти предприятия работают по старинке и не применяют новые технологии, в том числе и рекламные. Не пора ли поучиться у тех, кто смог достичь хороших результатов за счет использования рекламы? Думается, что давно пора.

Хорошим примером является Гомельское коммунальное оптово-розничное унитарное предприятие «Облторгсоюз» – самое крупное торговое предприятие Гомельской области и республики, которое своей прибыльной работой способствует реализации Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2001-2005 гг. За 10-летнюю историю существования ГКОРУП «Облторгсоюз» наладил устойчивые связи более чем с 3 тыс. отечественных и зарубежных партнеров, открыл около 40 магазинов и предприятий общественного питания, организовал собственное производство напитков и копченостей. Ярким подтверждением известности предприятия является то, что информация о нем представлена в каталоге «Бизнес-Беларусь». Однако и это не предел. Для развития торговых отношений ГКОРУП «Облторгсоюз» открыл постоянный сайт в Интернете, который является его визитной карточкой. За счет организации выездной торговли о гомельском предприятии стало известно в Москве, Орле и Смоленске. Вскоре о нем узнают жители и других российских регионов.

Достижения ГКОРУП «Облторгсоюз» получили достойную оценку: Министерство торговли присудило ему Почетную награду «Бронзовый Меркурий», предприятие удостоено авторитетных международных наград – золотого приза «За коммерческий престиж» (Клуб лидеров торговли г. Мадрид, Испания), Почетного приза «Евромаркет-98» (г. Брюссель, Бельгия).

Для увеличения товарооборота и повышения спроса населения ГКОРУП «Облторгсоюз» широко использует рекламную деятельность. Есть здесь и свои секреты, некоторыми из которых специалисты по рекламе ГКОРУП «Облторгсоюз» поделились. Необходимо разработать план и график осуществления рекламных мероприятий, продумав все заранее. Оптимальный рекламный бюджет позволяет достичь высоких результатов. По мнению руководства ГКОРУП «Облторгсоюз», экономить на рекламе, чтобы сберечь деньги, все равно, что останавливать часы, чтобы сберечь время. Следуя этому принципу, в 2002 г. ГКОРУП «Облторгсоюз» потратил на рекламу около 45 млн р., за счет чего товарооборот предприятия вырос на 7 % и составил 107 330 млн р.

Для достижения максимальной эффективности необходимо использовать различные виды рекламы. Согласно разработанному плану, «Облторгсоюз» рекламируется по радио, в газетах («Советская Белоруссия», «Гомельская правда», «Звезда» и т.д.), на телевидении (областном и местном), в общественном транспорте, также применяется наружная реклама. Рекламные листовки – сравнительно новый для ГКОРУП «Облторгсоюз» вид рекламы, однако именно он позволяет предприятию «лично» пригласить людей за покупкой, рассказать о новых магазинах и товарах. Благодаря рекламным листовкам покупатели узнали о местонахождении магазинов ГКОРУП «Облторгсоюз», производстве газирован-

ных напитков «Чистая», открытия первого в республике оптового рынка. Периодически «Облторгсоюз» радуется покупателей всевозможными рекламными акциями: сезонными распродажами, лотереями, дегустациями, активно участвует в благотворительности.

Низкие цены ГКОРУП «Облторгсоюз» – это не миф и не рекламная уловка. В магазинах этого предприятия действительно самые низкие торговые надбавки. Качество товаров, подтвержденное соответствующими сертификатами ГКОРУП «Облторгсоюз», никогда не обманывает своих покупателей. Ведь тот, кто хочет достичь успеха, должен работать профессионально.

Законная реклама – гарантия успеха. Рекламное законодательство включает множество нормативно-правовых актов, центральное место среди которых занимает Закон Республики Беларусь «О рекламе». За соблюдением норм рекламного законодательства строго следят специалисты юридического центра ГКОРУП «Облторгсоюз», что позволяет избежать ненужных внереализационных расходов, а, следовательно, благоприятно отражается на прибыли.

Таким образом, качественная и юридически грамотная реклама позволила приобрести ГКОРУП «Облторгсоюз» широкую популярность среди населения и улучшить результаты хозяйственно-финансовой деятельности.

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА НА ОСНОВЕ СОКРАЩЕННЫХ ЗАТРАТ

И. Полохович

Пинский высший банковский колледж

В период перехода экономики к рыночным отношениям возрастает роль ценовой политики, как основного элемента системы маркетинга предприятия. Ценовая политика предприятия подразумевает использование системы обоснования цен, применение различных методов и стратегий их формирования.

В отечественной практике наиболее распространенным является затратный метод, сущность которого заключается в том, что к рассчитанной себестоимости единицы продукции добавляется заданный размер прибыли, а также косвенные налоги и неналоговые платежи. Оценка себестоимости может осуществляться различными способами, причем в мировой практике используются 2 основных способа определения себестоимости: на основе полных и на основе сокращенных затрат.

Значительные преимущества в принятии решений с помощью цен дает калькулирование по сокращенным (переменным) затратам, при использовании которого цена (Ц) будет определяться следующим образом:

$$Ц = Z_{\text{пер.ед.}} + П_{\text{пер.}}$$

где $Z_{\text{пер.ед.}}$ – сумма переменных затрат при производстве единицы продукции, р.; $П_{\text{пер.}}$ – покрытие переменных затрат (или маржинальный доход), р.