

профессиональной деятельности и к новому социальному окружению;

- проблемы мобилизации кадрового потенциала предприятия на реализацию антикризисной программы.

Необходимо отметить, что от умения менеджера применять свои знания психологии, погашать конфликты, доводить до каждого подчиненного свои требования и разъяснять роль каждого члена коллектива в преодолении кризисной ситуации, сплотить коллектив зависит успех его деятельности.

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ЭЛЕМЕНТ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ

Ю.Е. Климова, ассистент

Могилевский государственный университет продовольствия

Главнейшими факторами здоровой экономики любого предприятия являются способность к росту производительности труда, увеличению прибыли, расширению рынков сбыта, повышению конкурентоспособности, а также увеличению экспорта. Коммерческая деятельность представляет собой один из важнейших элементов механизма управления экономическими отношениями. Коммерческая деятельность имеет место всегда, когда происходит процесс купли-продажи, что, способствует развитию товарно-денежных отношений во всех звеньях сложного экономического комплекса Республики Беларусь. В условиях рыночных отношений предприятия вплотную сталкиваются с необходимостью самостоятельного решения многих сложных задач по реализации коммерческой деятельности, начиная с проблемы организации материального обеспечения, оптимизации производственного процесса и заканчивая успешным сбытом продукции в условиях высокой конкурентоспособности зарубежных товаров и услуг. Дальнейшее развитие рыночных отношений повышает ответственность и самостоятельность перерабатывающих предприятий АПК в выработке и принятии управленческих решений по обеспечению их эффективной работы. Коммерческая деятельность организаций и предприятий перерабатывающей отрасли агропромышленного комплекса охватывает многие вопросы. Это изучение спроса населения и рынка сбыта товаров; организации сбыта, которая должна соответствовать основным направлениям хозяйственной деятельности, а также обеспечивать такое содержание производственной, сбытовой, складской и другой хозяйственной работы, при которой своевременно отгружается продукция потребителю. Кроме этого огромную роль играет оптимальный выбор из большого числа предприятий-поставщиков, предлагающих свою продукцию, которая подходит для данного предприятия, достойных поставщиков сырья и полуфабрикатов, вспомогательных материалов и прочей продукции. Сюда можно включить разработку и представление им заявок и заказов на товары, заключение до-

говоров на поставку сырья, товаров, организацию учета и контроля над выполнением поставщиками договорных обязательств. Главная цель коммерческой деятельности – получение прибыли через удовлетворение покупательского спроса при высокой культуре торгового обслуживания, требует гибкого реагирования на изменения, происходящие на рынке. Покупать и продавать товары нужно так, чтобы любая коммерческая операция обеспечивала предельно возможный уровень рентабельности; чтобы торговый риск был сведен к минимуму; чтобы постоянно укреплялось положение предприятия на рынке, и росло доверие к нему со стороны деловых партнеров. Кроме того, в коммерческой деятельности важно не только заработать деньги, но и с наибольшей эффективностью их использовать для повышения устойчивости предприятия на рынке, обеспечения финансового резерва для быстрого реагирования на случай изменения конъюнктуры рынка. Коммерческие отношения могут развиваться в условиях экономической свободы субъектов деловых отношений, которая предполагает владение капиталом и умение управлять финансами, ориентацию на извлечение максимально возможной для складывающихся отношений прибыли и наиболее выгодные способы ее капитализации, умение управлять коммерческим риском, формирование таких организационных структур коммерческой деятельности, которые способны приспосабливаться к меняющимся условиям, восприимчивость к изменениям в потребностях рынка, полное равноправие партнеров.

Для достижения поставленных в коммерческой деятельности задач необходимо руководствоваться следующими основными принципами: неразрывная связь коммерции с принципами маркетинга; гибкость коммерции, ее направленность на учет постоянно меняющихся требований рынка; умение предвидеть коммерческие риски; выделение приоритетов; проявление личной инициативы; высокая ответственность за выполнение принятых обязательств по торговым сделкам; нацеленность на достижение конечного результата – оптимального размера прибыли.

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПО ВЫХОДУ ПРЕДПРИЯТИЯ ИЗ КРИЗИСА

Н. Н. Козлова аспирант

Белорусский торгово-экономический Университет потребительской кооперации

В ходе деятельности состояние предприятия может изменяться как в лучшую, так и в худшую сторону. В самой неблагоприятной ситуации состояние может стать кризисным. Чтобы предотвратить ухудшение состояния предприятия и не допустить банкротства, на наш взгляд, необходимо исследовать причины такого ухудшения. Для исследования причин кризисного состояния различными авторами предлагается проводить текущий анализ финансового состояния предприятия. Схема анализа представляет