

- широкое распространение продукции данного предприятия;
- информационная открытость продавца;
- длительность гарантийного срока и простота обмена товара с недостатками.

Предприятию необходимо регулярно, по мере необходимости, вносить качественные изменения в товарный ассортимент, которые во многом должны базироваться на отчетах торговых сетей и исследовании рынка. Политика внесения изменений в ассортимент может базироваться на трех основных подходах:

- вертикальном изменении, являющемся составной частью вертикальной диверсификации деятельности компании и направленном на расширение (сужение) производства, связанного с самостоятельным выпуском тех комплектующих, которые ранее закупались у сторонних поставщиков, а также создании собственной торговой сети;
- горизонтальном изменении, представляющем собой изменение ассортимента в рамках уже проводимой деятельности либо в аналогичных направлениях или выходе на новые рынки без перехода на смежные уровни в рамках кооперации;
- комплексном изменении (диверсификация в обоих направлениях).

<http://edoc.bseu.by>

*Кравцова Г.И.*  
*УО БГЭУ (Минск)*

## **КРЕДИТ И ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ**

Улучшение качества выпускаемой продукции фактически означает увеличение объемов производимой продукции, поскольку единица продукции повышенного качества по своей надежности, прочности, долговечности заменяет несколько единиц продукции обычного качества. Повышение качества равнозначно росту производительности труда, сбережению трудовых, материальных ресурсов, а в конечном счете – лучшее, более полное удовлетворение потребностей общества. Улучшение качества отечественной продукции обеспечивает повышение ее конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках.

В единой системе государственного управления качеством продукции взаимосвязаны технические, экономические, социальные и организационные мероприятия. Среди них важное место отводится стимулированию выпуска продукции, источникам финансирования затрат, связанных с освоением новых изделий и улучшением качества уже изготавливаемых, расширением ассортимента, созданием условий для производства новых товаров, услуг и т.п.

В процессе кредитования хозяйствующих субъектов, осуществления расчетов, организации оборота наличных денег, контроля рублем банки располагают широкими возможностями для воздействия на выпуск, реализацию и поддержание высокого качества продукции. В свою очередь, выпуск и реализация продукции высокого качества являются одним из условий нормального функционирования денежно-кредитной системы страны.

При выдаче кредитов во внеоборотные активы, т.е. долгосрочных кредитов, банки проводят конкурсный отбор объектов кредитования, а при необходимости – экспертизу государственным органами. При конкурсном отборе предпочтение отдается инвестиционным проектам, обеспечивающим производство конкурентоспособной, качественной продукции; проектам по созданию и развитию производства продукции, основанных на новых и высоких технологиях; включенным в государственную программу

импортозамещения и другие государственные программы. Бизнес-планы кредитополучателей включают детальную проработку кредитуемого проекта, обоснование его эффективности и окупаемости; описание продукции, услуг, возможность их реализации, ожидаемые доходы, социально-экономическую значимость проекта и другие данные. При кредитовании учитываются также затраты, связанные непосредственно с созданием условий для производства продукции высокого качества.

Многообразным является банковское взаимодействие на повышение качества продукции в процессе кредитования оборотных активов. При этом на улучшение качества продукции, услуг влияют не только прямые кредиты на эти цели, а практически любые краткосрочные кредиты.

Сложившаяся практика кредитования (особенно краткосрочного) несколько изменила условия получения кредитов: укрупнены объекты, изменено понятие целевого направления, затраты по улучшению качества продукции включены в общий итог кредитуемых затрат. При определении платы за кредит (процента) не всегда учитывается обновление ассортимента продукции, улучшение ее качества.

Сама по себе выдача кредита не гарантирует улучшение качества продукции; здесь большая зависимость от действий кредитополучателей в выполнении их обязательств.

*Кривенкова И.В.  
БРУ (Могилев)*

## **ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРИБЫЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Существуют такие фактора роста прибыли в торговле, как: расширение ассортимента товаров; внедрение инноваций коммерческого характера с целью увеличения объемов продаж новых товаров, пользующихся повышенным спросом; отсутствие страха перед коммерческим риском; обоснованное использование средств, получаемых от экономии затрат.

Значительное влияние на прибыль торгового предприятия оказывает повышение производительности труда работников, обеспечивающее увеличение объема выполняемых работ (услуг). Уровень прибыли находится в прямой зависимости от изменения уровня валового дохода и в обратной – от роста или снижения уровня издержек обращения и налогов. Прибыль тем выше, чем меньше совокупные расходы. Следует отказаться от экономически нецелесообразных и нерациональных расходов, эффективно использовать рабочий труд, машины и оборудование, наилучшим образом распределять финансовые средства между подразделениями и вести четкий контроль за их расходованием.

Важным аспектом роста прибыли торгового предприятия является проведение целенаправленной маркетинговой политики. Маркетинг на предприятии необходим, поскольку только он может обеспечить стабильный и долговременный успех на рынке: привлечь новых покупателей, поставщиков, посредников, открыть новые сферы деятельности, широко использовать новые технологии и, как результат, получить более высокую прибыль. Маркетинговый подход в большинстве своем основывается на установлении долговременных и дружественных коммуникаций с лояльными покупателями.