

тельно шире и направлена на более рациональное, эффективное использование средств и ресурсов, которыми располагает предприятие. Таким образом, разработка бюджетного (текущего) плана превратилась в важное средство улучшения деятельности предприятия в целом. Он даёт возможность получить оценку свободного баланса на будущее, рассчитать прибыли или убытки.

Указанный подход привёл к появлению нового формального документа (вместо ранее составлявшихся текущих планов), который получил название программа-смета. Через эти программы-сметы реализуется гибкость планирования. Они способны реагировать как на внешние факторы, так и на внутренние.

Информационную базу гибкой программы-сметы составляют цены на производимую продукцию и потребляемые ресурсы, ставки амортизационных отчислений, налогов и т.д., нормы расхода производственных ресурсов на единицу продукции и полуфабрикатов и т.п.

Рассмотренный подход успешно реализован на практике при разработке годового бюджетного плана конкретных предприятий. При этом достигнуты согласованные решения по объёмам сырьевых и материальных ресурсов, производственным мощностям, трудовым ресурсам и получены показатели, характеризующие конечные результаты.

<http://edoc.bseu.by>

О.В. Глазкова  
БГЭУ (Минск)

## **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА ЛЕСНОЙ ПРОДУКЦИИ**

Для реализации на практике эффективной внешнеэкономической деятельности в лесном комплексе необходимо формирование механизма связи производственной базы лесного хозяйства Республики Беларусь с мировой хозяйственной сферой включая научно-техническое, технологическое, финансово-кредитное и инвестиционное взаимодействие. Для создания эффективного механизма развития экспорта лесных товаров целесообразно осуществить:

- совершенствование производственной структуры;
- преобразование технологической инфраструктуры;
- насыщение внутреннего рынка товарами лесного хозяйства на основе совместного предпринимательства;

- осуществление мер по созданию правовой базы и организационно-экономических условий для реализации совместно производимой продукции на мировом рынке.

Кроме того необходимо осуществить меры по организации сопряженной деятельности национального лесного комплекса с мирохозяйственной сферой. При этом особое внимание должно быть уделено проблеме оптимального соотношения стоимостных и нестоимостных факторов развития лесного хозяйства.

**Н.И. Голубко**

Гомельский кооперативный институт (Гомель)

## **МАРКЕТИНГ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ**

Современная концепция маркетинга заключается в том, что деятельность предприятия, включающая производство и сбыт продукции, использование материальных и трудовых ресурсов, должна основываться на точном знании потребностей рынка и потребителей. В системе потребительской кооперации в качестве потребителя может выступать как человек, так и организации и учреждения, приобретающие товары в порядке мелкого опта.

Современный маркетинг как составная часть управленческой деятельности охватывает весь процесс товародвижения: от момента производства до конечной реализации товаров. В силу этого определённые функции маркетинга выполняют субъекты потребительской кооперации: производственные предприятия, оптовая и розничная торговля.

**О.С. Голубова**

Белорусская государственная политехническая академия (Минск)

## **ВОЗДЕЙСТВИЕ ИНФЛЯЦИИ НА ВЕЛИЧИНУ ЛИЗИНГОВЫХ ПЛАТЕЖЕЙ**

Инфляция оказывает непосредственное влияние на инвестиционные затраты, производственные издержки и цену реализации продукции, а также напрямую воздействует на величину процентной ставки. В процессе инфляции изменяющаяся цена на товар определяется курсом той или иной денежной единицы. Следовательно, цена товара тесно связана с ростом курса денег. Коэффициент изменения курса белорусского рубля показывает постоянную тенденцию роста стоимости Usd по отношению к Вуб.