

СНИЛ «Гандаль»

Р.И. Григорович

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А.В. Владыко, канд. экон. наук, доцент

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПРИБЫЛИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Диверсификация и осуществление ассортиментной политики обрели особую значимость в условиях свободной рыночной экономики, при возможности свободного выбора направления деятельности. Диверсификация ассортиментной политики подразумевает анализ данных о сегментах рынка и их особенностях, товарах, уровне платежеспособности потребителей, покупательских предпочтениях, динамике цен, макроэкономических тенденциях, уровне внешнеэкономических связей с зарубежными государствами [1]. При осуществлении диверсификации ассортиментной политики также необходимо провести анализ производственных факторов, которые включают: необходимость организации безотходного производства сырья, схожесть технологий производства изделий, позволяющую полнее использовать установленное оборудование, экономию затрат на масштабах производства [2]. Анализ всех вышеперечисленных факторов необходим для определения условий безубыточной работы и управления прибыльностью с целью оптимизации налогообложения, прогнозирования возможных вложений собственных средств в развитие организации.

К основным факторам, определяющим конечный результат производственной программы продукции по ее ассортименту, относятся прибыль и ее прирост. Для начала проводят операционный анализ, который включает анализ безубыточности. В его основе лежат действия по определению промежуточных показателей, позволяющих поэтапно отделить выручку от затрат предприятия [1]. Проведя данный анализ можно моделировать разные комбинации объема производства, издержек и прибыли, а затем выбрать ту комбинацию, которая позволит организации создать условия для расширенного воспроизводства. Следующим шагом является освобождение от условно-постоянных затрат. Равенство прибыли нулю соответствует безубыточности предприятия. Показатель порога рентабельности можно рассчитывать не только по всему предприятию, но и для отдельного вида продукции. Считается, что любая организация заинтересована в превышении выручки над порогом рентабельности. В таком случае будет обеспечено наращивание прибыли. Однако в производственной и сбытовой деятельности нужно учитывать тот факт, что превышению порога рентабельности есть предел, после преодоления которого будет следовать резкий рост постоянных затрат.

Таким образом, корректировка и обновление ассортимента выпускаемой и реализуемой продукции оказывают значительное влияние на конечные результаты деятельности коммерческой организации. При осуществлении диверсификации ассортимента в отечественной практике проводят анализ безубыточности и расчет порога рентабельности. Данный анализ помогает определить обоснованную цену на планируемую продукцию, а также необходимый для безубыточной работы объем производства новых наименований продукции.

Источники

1. Ассортиментная политика: слабое звено в формировании прибыли [Электронный ресурс] // Энциклопедия маркетинга. — Режим доступа: https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/assort_profit.htm.

2. Ассортиментная политика предприятия и ее влияние на формирование прибыли [Электронный ресурс] // Studwood.ru — учебные материалы онлайн. — Режим доступа: https://studwood.ru/1833288/marketing/assortimentnaya_politika_predpriyatiya_vliyanie_formirovanie_pribyli.

СНИЛ «Гандаль»

А.Д. Гуцко, Р.А. Вилкойть

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **О.П. Ефимова-Стадник**,
канд. экон. наук, доцент

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАРОВ

В настоящее время отрасль общественного питания является одним из самых быстроразвивающихся и перспективных направлений. Отрасль представляет большое количество организаций, удовлетворяющих широкий комплекс социально-экономических потребностей населения. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, на начало 2019 г. доля баров в общем количестве объектов по Беларуси составила 9,3 %, при этом доля баров среди ресторанов, кафе, мини-кафе и баров составила 23 %.

Проведем оценку эффективности на основе данных лобби-бара отеля «Минск» за 2018 г.:

Уровень расходов на реализацию.....	37,4 %
Уровень доходов от реализации.....	64,3 %
Рентабельность продаж	26,9 %
Рентабельность расходов на реализацию.....	71,8 %
Удельный вес выручки лобби-бара в выручке службы питания гостиницы	8,9 %