

СЕКЦИЯ ЭКОНОМИКИ

РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ

О. В. Авраменко (УО «ГГУ им. Ф. Скорины»)

*Научн. рук. О. И. Полякова,
ассистент*

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в настоящее время возрастает значение разработки методов продвижения продукции на внешний рынок и повышение конкурентоспособности предприятия. Гомельский стеклозавод имени М. В. Ломоносова является одним из старейших и ведущих предприятий стекольной промышленности страны, так как имеет самые большие производственные мощности по производству листового полированного стекла по FLOAT-технологии.

Сезонные колебания спроса на стекло, отсутствие достаточной информированности целевой аудитории за пределами РБ, большие объемы производства и малая емкость внутреннего рынка привели к тому, что на предприятии ОАО «Гомельстекло» сложилась угрожающая стабильности предприятия обстановка со сбытом готовой продукции. Такое положение вещей требовало принятия кардинальных решений в области маркетинга. В связи с этим на предприятии была разработана программа выхода из кризисной ситуации, которая наряду с технологическими и производственными мероприятиями включила мероприятия по стимулированию сбыта.

Однако принимаемых мероприятий недостаточно. Для выхода из создавшейся неблагоприятной ситуации можно предложить следующие стратегические направления, которые позволили бы более успешно продвигать продукцию на внешнем рынке:

- 1) необходимость повышения стабильности выпуска продукции высоких марок;
- 2) снижение себестоимости производимой продукции;
- 3) развитие материальной базы товаропроводящей сети с целью получения возможности формирования буферного запаса и получения максимальной прибыли в период повышенного сезонного спроса;
- 4) концентрация производственных и коммерческих усилий на основных целевых рынках – Беларусь, Россия, Украина, Польша. Данная концентрация усилий предприятия обусловлена географическим положением ОАО «Гомельстекло», а также уровнем цен на географически доступных рынках. Оптимальный радиус доставки стекла потребителю завода не должен превышать 600 км, тогда предприятие может рассчитывать на максимальную прибыль.

Предложенные мероприятия могут положительно сказаться на конкурентоспособности продукции предприятия на внешнем рынке.

ПЕРЕОЦЕНКА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ: СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ

Е. О. Богатырчук (УО «ГГУ им. Ф. Скорины»)

*Научн. рук. О. И. Харламова,
ст. преподаватель*

Переоценка – уточнение восстановительной стоимости основных средств с целью приведения к современному уровню рыночных цен. Правильно проведенная переоценка – это самый простой способ улучшить финансовое состояние предприятия и оптимизировать налогообложение.

Результатом ежегодного применения многими предприятиями индексного метода переоценки с использованием коэффициентов пересчета стоимости, доводимых Министерством статистики и анализа Республики Беларусь, стало существенное завышение стоимости основных средств.

Завышенная стоимость активов, в свою очередь, влечет:

– завышение амортизационных отчислений, включаемых в себестоимость продукции, которая в результате становится неконкурентоспособной;

– переплату суммы налога на недвижимость, поскольку налогооблагаемая база в виде стоимости основных фондов значительно завышена и может отличаться от реальной рыночной стоимости на несколько порядков.

С другой стороны, если балансовая стоимость основных средств предприятия занижена, то увеличивается сумма налога на прибыль. А предприятие, занижая суммы амортизационных отчислений, лишается тем самым возможности пополнить в должной мере амортизационные фонды и аккумулировать средства для закупки нового оборудования.

Переоценка 2010 прямым методом позволяет приблизить балансовую стоимость имущества к рыночной и оптимизировать налогообложение. Многие предприятия воспользовались предоставленным им правом. Как следствие, финансово-экономические возможности организации расширяются, что особенно актуально в ситуации недостатка свободных финансовых ресурсов. Законодательство Республики Беларусь позволяет урегулировать эту проблему проведением переоценки основных средств по состоянию на 1 января 2010 года методом прямой оценки с использованием рыночных методик.

О ВОПРОСАХ ОРГАНИЗАЦИИ ОПЛАТЫ ТРУДА В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

М. А. Вишнякова (УО «ГГУ им. Ф. Скорины»)

Научн. рук. И. В. Глухова,

ассистент

Оплата труда – основной мотив трудовой деятельности и денежный измеритель стоимости рабочей силы. Однако ее размер не всегда соответствует выполняемой работе и квалификации работника. Именно поэтому необходима дифференциация в оплате труда сотрудников организации. В мировой практике сформировались три модели организации труда и заработной платы работников: японская, евро-американская и китайская.

В соответствии с японской моделью должность работника и его заработная плата увязывается с возрастом. Эта модель исторически сложилась в Японии и связана с традициями этой страны. В Японии существует система пожизненного найма, когда фирма фактически принимает на работу будущих выпускников колледжей и университетов, контролируя процесс их обучения. Данной системе пожизненного найма свойственен существенный недостаток – отсутствие стимулирующей роли оплаты труда как для молодых сотрудников, которые, обладая даже высоким уровнем профессионализма, не могут повысить свой статус в организации, так и для более старших работников, которые не заинтересованы в повышении эффективности работы.

Евро-американской модели свойственна увязка должности и заработной платы со стажем работы в данной фирме. Отличие от японской модели состоит в том, что работники, не соответствующие занимаемой должности, обычно подлежат увольнению, а не понижению в должности. В целом этой модели присущи те же недостатки, что и японской: отсутствие четко выраженной мотивации у работников к более эффективной работе. Главное соответствовать своей должности, а с увеличением стажа работы будет и повышение в должности, и увеличение заработной платы.

В китайской модели применяется система дифференциации работников по результатам экзаменов. По результатам аттестации работникам присваиваются квалификационные