

работ, услуг (за вычетом налогов и сборов, включаемых в выручку)» и показателями статьи «Себестоимость реализованных товаров, продукции, работ, услуг». Объект обложения налогом на прибыль рекомендуем квалифицировать как налогооблагаемая прибыль. Такой подход позволяет в самом названии показателя прочесть методику его расчета, что особенно важно в организации аналитической работы на практике.

Прибыль, остающаяся у организации после уплаты налогов и других платежей в бюджет, поступает в ее полное распоряжение. До 1998 г. Данный показатель идентифицировали, как использовано прибыли, в период 1999-2004 гг. – нераспределенная прибыль, 2005-2006 гг. – как прибыль к распределению. С 2007 г. и по настоящее время этот показатель называется чистой прибылью.

Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь «Об утверждении форм бухгалтерской отчетности» чистая прибыль представляет собой величину конечного финансового результата организации, подлежащий реформации и покрытию или распределению в соответствии с законодательством или учетной политикой организации: ежемесячно, ежеквартально или в конце отчетного года.

Хотелось отметить, что согласно МСФО бухгалтерская прибыль – это чистая прибыль или убыток за период, до вычета расходов по уплате налога.

Согласно белорусскому законодательству бухгалтерская прибыль – разность между полученной выручкой и бухгалтерскими издержками (явными). Ее величина тождественна балансовой прибыли.

Определение бухгалтерской прибыли по МСФО отличается от понятия, которым используются белорусские экономисты, однако можно увидеть его связь с определением и понятием чистой прибыли. Поэтому при переходе на МСФО необходимо урегулировать понятия основных терминов.

Инструменты повышения конкурентоспособности предприятия.

Автор: Полякова Алиса Владимировна, студентка кафедры экономики УО «Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого»;

Руководитель: Трейтъякова Елена Витальевна, старший преподаватель кафедры экономики, УО «Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого»

В последнее десятилетие в Беларуси конкуренция между компаниями-производителями товаров массового производства перешла от конкуренции товаров и их утилитарных характеристик к ценовой и качественной конкуренции. Все большее значение приобретает способность компании обеспечить наиболее оптимальное для целевого потребителя соотношение качества товара и его цены. Снижение себестоимости товара достигается путем оптимизации производства, но конечная цена и уровень качества обслуживания напрямую зависят от эффективности управленческих бизнес-процессов, происходящих в компании.

Во избежание снижения качества продукции вследствие значительного снижения себестоимости товара, наиболее эффективным является снижение и оптимизация затрат на товаропродвижение. Так, проведенные исследования показали, что более 70% цены товара составляют расходы, непосредственно на управление логистикой, вследствие чего каждый руководитель должен быть заинтересован в оптимизации логистических процессов в компании. Причем здесь акцент следует делать даже не на снижение затрат на логистику, а именно на оптимизацию логистических процессов. В противном случае неизбежно происходит снижение качества обслуживания потребителей, в то время, как закономерным следствием оптимизации управления логистикой является и оптимизация затрат на логистику в целом. Таким образом, логистика становится незаменимой для белорусских предприятий.

Развитие логистики на современном этапе обуславливает разработку системы контроля этих процессов – контроллинг, консультирование – логистический консалтинг и совершенствование - бенчмаркинг.

Схема контроллинга в логистической системе:



Контроллинг — это непрерывный мониторинг деятельности предприятия, призванный обеспечить корпоративную прозрачность.

"Логистический консалтинг" можно охарактеризовать как оказание интеллектуальных услуг в области предоставления помощи руководителям предприятий в разработке комплексных и системных решений логистических проблем с целью оптимизации логистических систем.

Основными методами решения поставленных задач в рамках проведения логистического консалтинга являются:

- * моделирование бизнес-процессов с использованием методологий IDEF и ARIS;
- * экспертные методы;
- * моделирование деятельности предприятий в области логистики с помощью вероятностно-статистических методов имитационного моделирования;
- * методы эвристического анализа и синтеза;
- * методы линейного, нелинейного, динамического и стохастического программирования для решения оптимизационных экономических задач;
- * методы структурного анализа и структурной оптимизации.

В проектах по логистическому консалтингу большое значение имеет качество материально-технической базы проведения исследований. К ней можно отнести средства фиксации и перемещения информации (цифровой фотоаппарат, видеокамера, диктофон и др.), программное обеспечение, среди которого необходимо отметить средства моделирования логистических бизнес-процессов (ARIS, ERwin/BPwin, Rational Rose).

В общем виде можно предложить такую схему подхода к проведению логистического консалтинга:

1. Анализ первичных требований заказчика и разработка плана проведения работ.
2. Диагностика логистической системы компании.
3. Анализ текущей ситуации в сфере логистики на предприятии, выявление "узких мест" и перспективных направлений логистизации.
4. Выработка рекомендаций по оптимизации.
5. Внедрение выработанных предложений по оптимизации.
6. Контроль за внедрением и подготовка заключительного отчета.
7. Послепроектное сопровождение бизнеса.

Перспективным является создание консалтинговых структур, как отдельных единиц, так и на самом предприятии на основе аутсорсинга аналитических и инновационных

функций. Это позволит предприятиям, не имеющим возможности содержать специалистов соответствующего уровня, внедрять новейшие достижения в области логистики, сосредоточившись на основных функциях предприятия.

Таким образом, логистический консалтинг является новым элементом в инфраструктуре бизнеса, призванный помочь руководителям предприятий во внедрении новых логистических методов управления, что позволит добиться конкурентных преимуществ за счет снижения доли логистических затрат и повышения качества обслуживания клиентов. Экономическая эффективность от данного вида услуг будет напрямую зависеть от профессионального уровня сотрудников консалтинговых структур, их технического оснащения и вовлеченности клиентов в процесс.

Бенчмаркинг - элемент стратегии повышения конкурентоспособности предприятия, подразумевающий эталонное сопоставление.

Методика бенчмаркинга, включает семь этапов:

1. Оценка организации и определение областей для улучшений.
2. Определение предмета эталонного сопоставления.
3. Поиск эталонной компании и выбор формы эталонного сопоставления.
4. Сбор информации.
5. Анализ информации, определение ограничений по реализации проекта и разработка плана внедрения.
6. Внедрение полученного опыта в деятельность организации.
7. Повторная самооценка и анализ улучшений.

Реализация плана постоянного совершенствования помогает повысить эффективность внедряемого процесса или метода, а в случае успешного осуществлении проекта и достижения запланированных результатов позволяет перейти к поиску новых возможностей для эталонного сопоставления.