

понденты заполняли по приглашению в социальных сетях. С помощью дисперсионного анализа сопоставлена частота потребления молочных консервов у мужчин и женщин. Оказалось, что в среднем различия между частотой покупки молочных консервов между половыми группами незначительны и маркетологам не имеет смысла дифференцировать продвижение продукции по полу потребителя. С помощью корреляционно-регрессионного анализа исследована зависимость важности для потребителя известности марки от важности цены, которые выступают в качестве критериев принятия решения о покупке. Связь важности цены и важности известности марки не установлена. Кластерный анализ показал, что оба выделенных кластера оценивают продукцию ОАО «Рогачевский МКК» достаточно высоко, но предприятию следует ориентироваться в своем рыночном позиционировании на первый кластер, так как в нем оценки по показателям сравнительно выше.

Выявленные особенности и закономерности развития молочного рынка и потребительского поведения позволили разработать ряд мероприятий по совершенствованию коммуникационной политики ОАО «Рогачевский молочноконсервный комбинат», реализация которых позволит предприятию повысить свою рыночную позицию и конкурентоспособность.

Литература

1. *Голубкова, Е.П.* Маркетинговые коммуникации: учебное пособие / *Е.П. Голубкова*. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финпресс, 2003. – 304 с.
2. *Романов, А.А.* Маркетинговые коммуникации / *А.А. Романов*.— М.: Эксмо, 2006. – 432 с.

©ПГУ

РАЗРАБОТКА ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Р.В. КЕРИМОВ

НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ – С.В. КОСТЮКОВА, КАНДИДАТ ЭКОН. НАУК, ДОЦЕНТ

Рассмотрены роль и место процесса разработки финансовой стратегии предприятия в системе финансового менеджмента. Изучены методики, применяемые для проведения стратегического анализа организации. Разработан алгоритм проведения стратегического анализа организации. Предложена методика расчета интегрального индекса стратегической оценки факторов внутренней среды организаций; разработана методика оценки отраслевой доли рынка организаций на основании оценки ее валовой добавленной стоимости

Ключевые слова: стратегия, разработка, анализ, методы, алгоритм, управление, интегральный индекс, методика

Развитие рыночных отношений в отечественной экономике характеризуется динамичностью происходящих изменений, их неустойчивостью и противоречивостью, что порождает многие проблемы в хозяйственной и финансовой деятельности предприятий. Хозяйствующим субъектам для обеспечения коммерческого успеха становится недостаточным оценивать лишь текущее состояние экономики и финансов предприятия. Данные факторы приводят к возрастанию значимости разработки стратегии деятельности в целях обеспечения конкурентоспособности с учетом многовариантности и нестандартности деловых решений.

Особое значение приобретает планирование деятельности предприятия, построение финансовой стратегии его деятельности, которая определяет направления использования финансовых ресурсов предприятия, источники их финансирования и в целом возможности его развития. Необходимость построения финансовой стратегии предприятия, в свою очередь, влечет за собой выбора методов разработки финансовой стратегии предприятия, их адаптивности, гибкости и пригодности.

В ходе работы было выяснено, что стратегический финансовый анализ зачастую носит несистемный и фрагментарный характер, а используемые для его проведения методики не пригодны для получения данных, на основании которых могут формироваться полноценные стратегии. В этой связи в части направлений совершенствования методов анализа предлагается усовершенствовать существующие методы, собрав их в единый алгоритм для решения вышеназванной проблемы. Разработанный алгоритм может быть рассмотрен как универсальное средство для проведения стратегического анализа предприятий. Полностью адаптированный под специфику деятельности промышленной отрасли, алгоритм включает в себя весь спектр существующих методов анализа – от расчетных до матричных и индексных, что в совокупности с включенными в его состав практическими мероприятиями делает его универсальным и адаптированным для практического применения инструментом проведения стратегического анализа организации.

Так же в качестве направлений совершенствования методов анализа рассмотрено практическое действие методики оценки доли рынка предприятия на основании его валовой добавленной стоимости (включена в состав алгоритма).

Одновременно автором предлагается усовершенствованная методика по оценке внутренних факторов организации с использованием интегрального индекса. Методика предполагает расчет индекса стратегической оценки факторов внутренней среды для каждого из выбранных факторов, а на ее основе интегрального индекса. Практическая направленность разработанного метода состоит в том, что потенциальные стратегии, построенные компанией на основе этого метода, позволят оценить собственную позицию на рынке, т.е. приведенный автором метод позволит организациям строить конкурентные стратегии с учетом выделения наиболее сильных компонентов в собственной организации.

Значимость каждого предлагаемого направления совершенствования состоит в том, что на основе применения методов организация может выстроить обоснованную стратегию дальнейшего развития, с четким пониманием собственной доли и места на конкретном рынке региона или отрасли.

©БГСХА

ФИНАНСОВОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С БЮДЖЕТОМ И ПУТИ ИХ РАЗВИТИЯ НА ПРИМЕРЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ «ЗА РОДИНУ» ГЛУБОКСКОГО РАЙОНА ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ

А.И. КИРИЛЛОВА

НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ – Н.Н. ДАВИДОВИЧ, СТАРШИЙ ПРЕПОДАВАТЕЛЬ.

В этой статье рассматривается анализ финансового взаимодействия организации с бюджетом и поиск возможных путей совершенствования налоговой системы в Республике Беларусь

Ключевые слова: Бюджет, налоги, финансы

Одним из важнейших документов, регулирующих экономическую жизнь общества, является бюджет, который воспринимается как важнейший юридический закон экономической деятельности.

Бюджет – совокупность экономических отношений, связанных с формированием и использованием централизованного бюджетного фонда государства

Бюджет как основной финансовый план страны составляется и утверждается ежегодно, и состоит из 2-ух частей: доходов и расходов

В соответствии с Бюджетным кодексом Республики Беларусь доходы бюджетов классифицируются по трем группам: налоговые доходы; неналоговые доходы; безвозмездные поступления [1].

Налоговые доходы на 85–90 % формируют налоги и сборы. Именно поэтому государство в лице контролирующих и налоговых органов контролирует, чтобы все плательщики своевременно и в полном объеме платили налоги

Налоговая система Республики Беларусь характеризуется достаточно большим количеством налогов и сборов. Выделяют республиканские, местные налоги и налоги и сборы предусмотренные особым режимом налогообложения.

На примере сельскохозяйственного унитарного предприятия «За Родину» рассмотрим порядок налогообложения.

СУП «За Родину» перешла на уплату единого налога для производителей сельскохозяйственной продукции с 2011 года. При этом организация остается плательщиком НДС, экологического налога и выступает налоговым агентом по уплате подоходного налога.

Анализ данных, представленных в *таблице 1*, позволяет сделать вывод, что НДС занимает 75 % в структуре платежей в бюджет данной организации.

Таблица 1. Платежи в бюджет СУП «За Родину» Глубокского района, Витебской области

Платежи	2014 г.		2015 г.		2016 г.		Отклонения 2016 г. от 2014 г., руб.
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	
Единый налог для производителей сельскохозяйственной продукции	56	7,7	53	7,2	54	7,0	-2
Экологический налог	–	0	0,4	0,1	–	0	–
НДС по оборотам по реализации товаров, имущественных прав на территории Республики Беларусь	542	74,6	528	72,2	579	75,6	+37
Подоходный налог с физических лиц	129	17,7	150	20,5	133	17,4	+4
Всего	727	100,0	731,4	100,0	766	100,0	+39