

Воспользовавшись факторингом, предприятие, отгрузив товар, не дожидаясь оплаты от покупателя, может получить от банка денежные средства в размере дебиторской задолженности за минусом вознаграждения (дисконта). Размер дисконта определяется в абсолютной сумме либо в процентах от суммы денежного обязательства. При этом предприятия, передающие свои денежные требования банку и получающие взамен досрочную оплату за поставленные товары и оказанные услуги, ускоряют оборот своих денежных средств.

Таким образом, факторинговые операции выступают средством, способствующим улучшению финансового состояния организации, упрочению связей между поставщиками и покупателями, а также насыщению товарных рынков конкурентоспособной продукцией.

УДК 001.891.34

**К. Лапшова**

(Республика Беларусь)

Научный руководитель: Н.Н. Киреенко, к.э.н., доцент

Белорусский государственный аграрный технический университет

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «МИНСКИЙ МОЛОЧНЫЙ ЗАВОД №1»**

Молочно-продуктовый подкомплекс занимает в структуре АПК Республики Беларусь значимое место. Одной из важнейших составляющих частей АПК страны, наряду с производством сельскохозяйственной продукции, является перерабатывающая сфера, поэтому как производители сырья, так и торговля, а также население заинтересованы в эффективной деятельности перерабатывающих предприятий.

К концу 2014 года произошло объединение первого и второго молокозаводов. ОАО «Гормолзавод №2». В связи с этим перед заводом стоит ряд проблем, вызванных присоединением убыточного и малорентабельного предприятия.

Учитывая, что разнообразие ассортимента велико и систематически расширяется, то рентабельность и прибыльность завода можно улучшить за счет совершенствования маркетинговой деятельности. Так как для завода фирменная торговля не новое предприятие, то возможно увеличение собственных торговых точек.

Одним из перспективных мест для размещения фирменного магазина является г.п. Смиловичи. На данный момент в городе проживает около 5079 чел. В Смиловичи находится более 20 магазинов, продающих различные виды товаров, ресторан и 2 бара. Все это свидетельствует о платежеспособности населения. Магазинов, специализирующихся на продаже молочной продукции, в данном населенном пункте нет. Кроме того, город находится всего в 33 км от местонахождения ОАО «Минский молочный завод №1», что не влечет существенного увеличения транспортных расходов, и позволяет оперативно реагировать на изменение потребительских вкусов. Проанализировав бизнес-планы строительства аналогичных магазинов в

интернет-источниках, а также, исходя из цен на строительные материалы и др. оборудования, которое необходимо, можно сделать вывод, что на строительство фирменного магазина оценивается ориентировочно в сумму 644 млн рублей. Затраты на строительство магазина представлены в таблице 1:

Таблица 1 – Затраты на строительство фирменного магазина

| Группы статей затрат              | Стоимость, млн руб. |
|-----------------------------------|---------------------|
| Стройматериалы                    | 420                 |
| Холодильное и другое оборудование | 140                 |
| Услуги подрядчика                 | 84                  |
| Всего                             | 644                 |

Определим ёмкость рынка г.п. Смиловичи с учетом норм потребления молочной продукции. Ёмкость рынка – это объём реализованной продукции в течение определённого промежутка времени.

Определяем по следующей формуле:

$$E_p = N * I_1 * 365 K_1 * K_{op} \quad (1)$$

Ввиду того, что не всё население будет приобретать молоко в данном магазине по разным причинам, то около 70 % населения будут являться потенциальными покупателями.

Данные для расчёта ёмкости рынка г. Смиловичи представлены в таблице 2:

Таблица 2 – Ёмкость рынка г. Смиловичи для отдельных видов продукции ОАО «Минский молочный завод № 1»

| Вид продукции | Рациональная норма потребления, кг (Н <sub>п</sub> ) | Коэффициент потребления (К <sub>п</sub> ) | Коэффициент охвата рынка (К <sub>op</sub> ) | Ёмкость рынка, т (E <sub>p</sub> ) |
|---------------|--|---|---|------------------------------------|
| Молоко        | 0,35   | 0,71                                      | 0,94  | 433                                |
| Кефир         | 0,15   | 0,63                                      | 0,91  | 159,4                              |
| Творог        | 0,05   | 0,32                                      | 0,90  | 26,7                               |
| Сметана       | 0,03   | 0,15                                      | 0,95  | 7,9                                |
| Масло         | 0,02   | 0,16                                      | 0,85  | 5                                  |

Согласно рассчитанным данным определим прибыль от реализации продукции. Полученные данные разместим в таблице 3.

Таблица 3 – Реализация продукции на рынке г. Смиловичи

| Наименование    | Себестоимость реализации, млн руб. | Сумма реализации по отпускным ценам, млн руб. | Финансовый результат, млн руб. |
|-----------------|------------------------------------|---|--------------------------------|
| Масло сливочное | 208,9                              | 193   | -15,9                          |
| Молоко          | 2 019,1                            | 2 211,3                                       | 192,2                          |
| Кефир           | 794,8                              | 935,2   | 140,4                          |
| Сметана         | 128,6                              | 138,1   | 9,5                            |
| Творог          | 483,7                              | 558,4   | 74,7                           |
| Итого           |                                    |   | 400,9                          |

Для расчета экономического эффекта за год используют формулу:

$$EE_{\text{в}} = E_{\text{в}} - E_{\text{ис}} * C = 400,9 - 644 * 0,15 = 304,3 \text{ млн. руб} \quad (2)$$

1. Коэффициент общей экономической эффективности капитальных вложений ( $\Xi$ ):

$$\Xi = \frac{400,9}{644} = 0,62 \quad (3)$$

где  $\Pi$  – годовая прибыль;  $K$  – капитальные вложения.

2. Срок окупаемости ( $T$ ):

$$T = \frac{64}{400,9} = 1,6 \quad (4)$$

Таким образом, исходя из вышеизложенного видно, что к концу года предприятие получит дополнительную прибыли от реализации продукции на рынке г. Смилевичи в сумме 400,9 млн рублей. Данное мероприятие расширит, деятельность предприятия, которая сопряжена с маркетинговой активностью организации. Совершенствование маркетинговой деятельности положительно влияет на развитие предприятия. Сопутствует в решении глобальных проблем, как одна и составляющих частей одно масштабного механизма, в нашем случае ОАО «Минский молочный завод №1».

УДК 336.22 (476)

**В. Новикова**

(Республика Беларусь)

Научный руководитель: И.А. Царук, к.с.-х.н., доцент

Белорусский государственный аграрный технический университет

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ ОПТИМИЗАЦИИ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Грамотно построенная налоговая система является залогом экономического успеха любой страны.

Целью исследования является анализ эффективности налоговой системы Республики Беларусь на современном этапе и рассмотрение направлений ее совершенствования.

Налоговые поступления формируют более 70 % доходной части бюджета Республики Беларусь. В последнее время в целях совершенствования налоговой системы Республики Беларусь предпринят ряд реформ, что позволило снизить налоговую нагрузку на экономику почти на 12 % и ежегодно оставлять в распоряжении субъектов предпринимательской деятельности в среднем по 2 % ВВП.

Положительную динамику налоговых преобразований отражает и прогресс Беларуси в отчете Всемирного банка. По показателю «Налогообложение» в последнем докладе «Ведение бизнеса 2016» Республика Беларусь занимает 63 позицию (51,8%), при запланированной Правительством на 2011-2015 гг. не менее чем 70-й.