

Своевременное погашение дебиторской задолженности позволяет избежать организации необходимости пополнения оборотных средств путём кредитования в банке и выплаты дополнительных затрат по процентам.

УДК 338.512

Роль управленческого учета в экономике

Марцева С.В.

Белорусский национальный технический университет

Одной из важных задач в области экономики производственных организаций является оптимизация затрат на производство и реализацию продукции, входящих в себестоимость. Для её решения необходимо своевременное получение полной, детализированной и достоверной информации о затратах, позволяющей руководству принимать оптимальные управленческие решения и своевременно выявлять экономические резервы.

Поэтому будущее современного менеджмента невозможно без оперативной системы управления затратами, которая, влияя на рентабельность и конкурентоспособность реализуемой продукции. Информация об издержках производства, получаемая в системе традиционного для Республики Беларусь бухгалтерского учёта, недостаточна и не оперативна для принятия управленческих решений, требующих анализа прибыльности и рентабельности видов выпускаемой и реализуемой продукции. Несоответствие традиционной системы учёта потребностям управления создало предпосылки к появлению на отечественных предприятиях управленческого учета. Не следует воспринимать управленческий учёт как что-то новое для отечественной экономики. Управленческий учёт в той или иной степени присутствует в каждой организации. На отечественных предприятиях детально проработаны вопросы, связанные с планированием основных экономических показателей, анализом отклонений фактических данных от плановых, разработкой и применением нормативного метода учёта.

Суть управленческого учета заключается в соединении разрозненных наработок эффективного управления в единую систему и направление её на повышение финансового результата организации. Американские ученые Б.Нидлз, Х.Андерсон, Д.Колдуэлл, определяя сущность управленческого учёта, отмечают, что «управленческий учёт охватывает все виды учетной информации, которая измеряется, обрабатывается для внутреннего использования руководством». Руководство предприятия решает, в каких разрезах классифицировать затраты, насколько детализировать места возникновения затрат и как их увязать с центрами ответственности. От правильности оценки затрат, возникающих у субъекта

предпринимательской деятельности, зависит точность и объективность управленческого учета, а значит, и объективность принимаемых стратегических и тактических управленческих решений.

УДК 378.339.138

Частно-государственное партнерство в сфере территориального маркетинга

Матяс И.Д.

Белорусский национальный политехнический университет

В развитии стратегия территориального маркетинга особое положение занимает частно-государственное партнерство. Именно такой подход и развивает большинство стран, добившихся на этом поприще успеха. В Беларуси представителем частного бизнеса, занимающего самую активную позицию в продвижении брендов товаров и услуг Беларуси и бренда самой Беларуси, является группа компаний SATIO. Компания проводит ежегодный Международный фестиваль территориального маркетинга и брендинга OPEN. В 2010 г. эксперты компании совместно со специалистами Открытого Университета Великобритании провели анализ ситуации, сложившиеся в стране. Исследователи использовали немалое количество маркетинговых инструментов: SWOT-анализ (в контексте имиджа); контент-анализ; экспертное мнение; фокус-групповые исследования; факторизацию (как один из основных методов); инструменты позиционирования (в том числе антогонистического); методику 3D-моделирования сквозной бренд-идентичности. И, как отметила по итогам анализа Жанна Гринюк (в то время возглавлявшая SATIO), в рамках использования последнего метода, было выяснено, что в построении логической цепочки (*имеем*) → (*развиваем*) → (*ценим*) у белорусов наблюдается большой разрыв между «имеем» и «ценим». Было подтверждено, что главное послание белорусов, т.е. наше главное «имеем» - это социально-экономическая стабильность. Причем, это послание не просто проходит через официальные источники, оно присуще большинству белорусов - пусть и «консервативно, но гарантировано». Также в ходе исследования была определена основная ценность представителей Республики Беларусь, а именно - добросовестность и добропорядочность. Что же касается звена «развиваем», было определено, что жители Беларуси открыты к изменениям, пусть и не радикальным, что они ценят инновации. Как итог вышесказанному была сформулирована основная мысль: Беларусь - молодое суверенное государство, ориентированное на человека, стабильное, открытое к изменениям.

Не смотря на отсутствие конкретного результата – создания бренда страны и разработки четкой стратегии позиционирования Беларуси, нет сомнений в том,