

**УПРАВЛЕНИЕ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ
В ПРЕДПРИЯТИЯХ ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ****И.В. Нагорная****Научный руководитель – В.В. Кривошей, к.э.н., доцент
Харьковский государственный университет питания и торговли
г. Харьков, Украина**

Деятельность предприятий связана с непрерывным осуществлением денежных операций. Денежные средства предприятия – один из важнейших самостоятельных объектов финансового анализа, который проводится с целью оценки финансовой стойкости и платежеспособности предприятия и последующего планирования и управления финансово хозяйственной деятельностью.

Имеются остатки средств, независимо от источников их формирования, характеризуют финансовую способность предприятия к проведению хозяйственной деятельности, является необходимым условием ее проведения или текущего обслуживания. Имеющиеся денежные средства выступают факторами, которые лимитируют объемы деятельности предприятия, а также возможность проведения определенные. Отсутствие денег на момент возникновения потребности в них осложняет проведение запланированной деятельности, или вообще обуславливает невозможность ее продолжения.

В условиях неплатежеспособности, экономического кризиса, а также развития теневой экономики, наличное обращение испытывает постоянный контроль со стороны налоговых органов, банков, а также самого предприятия. В этих условиях очень важно правильно организовать управление движением наличности, оптимизировать денежные потоки предприятия. Отчет о движении денежных средств складывается с целью предоставления пользователям финансовой отчетности полной, правдивой и беспристрастной информации об изменениях, которые происходили в денежных средствах предприятия и их эквивалентах за отчетный период. На основании полученной информации об источниках и направлениях денежных потоков предприятия появляется возможность: оценивать, прогнозировать и сравнивать денежные потоки предприятия; изучать состояние предприятия, погашать обязательство и выплачивать дивиденды; исследовать денежные и неденежные направления деятельности предприятия; обнаруживать причины несоответствия прибыли денежным поступлениям и расходам.

Без правильной, своевременной оценки операций с денежными средствами, из-за отсутствия системы планирования не возможна работа ни одного предприятия, которое стремится к поддержанию определенной конкурентной репутации.

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ**Д.А. Пролейчик, А.В. Полосикова****Научный руководитель – А.И. Канашевич, к.э.н., доцент
Могилевский государственный университет продовольствия
г. Могилев, Республика Беларусь**

Принимаемые решения о совершенствовании и развитии технологий об объемах и структуре инвестиций в развитие продовольственного комплекса невозможно без обоснованного прогноза рынка пищевых продуктов.

В числе основных факторов, которые в ближайшее время будут определять динамику объема спроса, а следовательно и развития рынка пищевых продуктов, изменение его структуры могут быть выделены следующие:

- рост численности населения планеты;
- рост доходов населения;
- глобализация рынка вообще и рынка пищевых продуктов в частности.

На основе синергетического подхода, доктор физико-математических наук, профессор С.П. Капица показал, что численность населения Земли изменяется нелинейно и в настоящее время идет в режиме с обострением. Если к началу XX века численность населения Земли достигла 1,5 миллиардов человек, то к концу века она составила несколько более 6 миллиардов человек. В дальнейшем режим роста численности населения с обострением сохранится до демографического перехода, который наступит в начале XXII века. Расчеты на основе метода С.П. Капицы показывают, что к 2020 году численность населения возрастет как минимум до 7,3-7,5 миллиардов человек, то есть возрастет примерно на 20%. Соответственно возрастет спрос и на продовольствие.

Данные расчеты совпадают с небольшими отклонениями с прогнозами Международного института прикладного системного анализа (IIASA), Мирового банка и ООН. Следовательно, в ближайшее время потребность в пище возрастет соответственно.

Существенное влияние на рост платежеспособного спроса населения на продовольствие окажет экономическое развитие и рост доходов населения. По прогнозам, в ближайшее десятилетие доходы в среднем будут ежегодно возрастать на 3,5%, против 1,6% в конце XX века.

При этом доходы будут более быстрыми темпами расти в странах низкого и среднего уровня развития. Поскольку, в этих странах наблюдается «недосдание», то следует ожидать, что с ростом доходов начнет расти спрос на продовольствие, прежде всего за счет продуктов с высоким содержанием белка. При ныне существующей эластичности спроса по доходам на продовольствие в этих странах можно ожидать увеличения объема спроса на продовольствие за счет данного фактора не менее чем на 5%. Таким образом, объем спроса на продовольствие возрастет к 2020 году не менее, чем на 25%.

Рассмотренные выше факторы благоприятны для достаточно мощного по потенциалу и развитию продовольственного комплекса Беларуси. Однако глобализация рынка пищевых продуктов, ожидаемое вступление страны в ВТО несомненно породит ряд угроз для пищевой промышленности: потребуется повышение конкурентоспособности производимой продукции, систематического обновления ее ассортимента, а также дифференциация и адаптация к потенциальным рынкам сбыта.

УДК 637.5

УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКОЙ ПРЕДПРИЯТИЯ, ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕГО ОТХОДЫ МЯСНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

М.А. Коршунова

Научный руководитель – Т.Г. Струк, к.э.н.

Академия управления при Президенте Республики Беларусь

г. Минск, Республика Беларусь

В условиях рынка предприятие самостоятельно принимает решение о выборе стратегии и тактики проведения ассортиментной политики. Каждое предприятие может предложить рынку один товар или несколько его видов, одну или несколько товарных линий, совокупность которых представляет собой ассортимент. Формирование и реализация экономически эффективной ассортиментной политики является ключевым направлением адаптации промышленных предприятий к изменяющейся рыночной среде.

Методически правильный подход к оценке эффективности ассортиментной политики основан на понимании процесса формирования ассортиментной политики как управленческой технологии, главная задача которой состоит в обеспечении постоянного повышения