

Так же, должно отметить, что в настоящее время функции нашего государства сводятся к обеспечению наилучших условий для действия механизма рыночной организации заработной платы.

Заработная плата является одним из важнейших элементов, влияющих на жизнь и благосостояние человека. Достойная заработная плата является стимулом для того чтобы работники качественно и в срок, выполняли свои обязанности. Поэтому государству необходимо стимулировать работников, используя необходимые системы организации оплаты труда. Благодаря проведенному стимулированию государство получит более замотивированных в работе специалистов, тем самым повысит качество работ/услуг, а также получит больше денежных средств от продажи более конкурентной продукции. Также при повышении благосостояния граждан их покупательная способность увеличится, тем самым они будут покупать продукцию более высоких ценовых сегментов, и будет повышаться спрос на продукцию. Благодаря данным действиям будут привлечены инвесторы которым будет выгодно вкладывать свои средства в предприятия и этим благоприятно повлияют на экономическое развитие государства

Необходимо помнить, что простые люди костяк, на котором стоит государство. Нужно делать все для повышения заработной платы, уровня жизни и довольства населения, ведь заработная плата играет неосценимую роль в развитии экономики государства, подъема благосостояния народа.

Список использованных источников

1. Алексеенко Л.Ф., Заикин А.Н., Локтев В.Г., Матусевич В.И, Морова А.П., Шевченко С.В., Л.Ф. Яновская / Организация заработной платы. Опыт, проблемы, рекомендации. – Минск: НИИ труда, 2002. – 399 с.
2. Глушков И.Е. / Бухгалтерский учет на современном предприятии. Эффективное руководство по бухгалтерскому учету. – Москва: КНОРУС, Новосибирск: ЭКОР-книга, 2004
3. Матусевич В.И./ Формы и системы оплаты труда в условиях перехода к рыночным отношениям. / В.И. Матусевич [и др.]. – Минск: НИИ труда, 2006.
4. Официальная статистика / Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата по областям и г. Минску [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by> – Дата доступа: 09.11.2022.

Д.К.Сидорук, Т.В.Кривицкая
Брестский государственный технический университет
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ

D.K.Sidoruk, T.V.Krivitskaya
Brest state technical university
IMPROVEMENT OF THE COMMERCIAL ACTIVITY OF A TRADING ENTERPRISE

Аннотация. В данной статье рассмотрены рыночные механизмы управления коммерческой деятельностью принимаемые в отношении объектов торговой деятельности в Республике Беларусь. Раскрыты такие понятия как система управления коммерческой деятельностью торгового предприятия, инструменты и методы маркетинга, коммерческие процессы, осуществляемые в торговле.

Annotation. This article discusses the market mechanisms of commercial activity management adopted in relation to objects of commercial activity in the Republic of Belarus. Such concepts as the commercial activity management system of a trading enterprise, marketing tools and methods, commercial processes carried out in trade are disclosed.

Ключевые слова: КОММЕРЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ, ИНФОРМАЦИЯ, СУБЪЕКТЫ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ, ИНСТРУМЕНТЫ И МЕТОДЫ МАРКЕТИНГА.

Keywords: COMMERCIAL PROCESSES, INFORMATION, BUSINESS ENTITIES, MARKETING TOOLS AND METHODS.

На сегодняшний день перед Республикой Беларусь стала необходимость увеличения темпов роста экономики, создание конкурентных преимуществ и удовлетворения потребительского спроса при сокращении расходов. Торговля – одна из самых важных сфер деятельности, где предприятия вынужденные адаптироваться к рыночным и конкурентным условиям. Необходимость самостоятельно решать вопросы коммерческого бизнеса, имеющие ответственный характер, что требует понимания проблем, которые стоят перед каждым субъектом хозяйствования, а также принятия грамотных решений, основанных на грамотном подходе. Исследование международных рынков, перспектив глобальной конкурентоспособности и возможностей отдельных отраслей экономики интегрироваться в глобальные цепочки создания добавленной стоимости. Выявление и распространение лучших практик стимулирования активности субъектов. Построение практикоориентированных моделей реализации отраслевых проектов для субъектов, совершенствования направлений стимулирования их активности.

Коммерческие взаимоотношения могут сформироваться в условиях свободы экономических субъектов бизнеса, умения управлять рисками коммерческой деятельности, сформировать такие организационные структуры коммерческой деятельности, способные адаптироваться к изменяющимся ситуациям. К тому же свобода в коммерческих отношениях может быть ограничена условиями внешнего окружения, коммерческими секретами и объективными факторами. Система контроля представляет собой систему ориентированной на рынке, которая означает не только организации взаимосвязанных структур, внедряемых в нее процессов торговых предприятий, но также их сочетание со всеми факторами внешней среды.

Система контроля представляет собой систему ориентированной на рынке, которая означает не только организации взаимосвязанных структур внедряемых в нее процессов торговых предприятий, но также их сочетание со всеми факторами внешней среды. Управление торговой деятельностью имеет свою непосредственную задачу внести определенные упорядоченности в процессы торговли, организовать взаимодействие сотрудников, которые участвуют в процессах торговли, добиться согласованности, координации деятельности. При этом руководство направлено на повышение эффективности процессов коммерческого обслуживания и достижение конечной цели предприятия. Также стремительно меняются условия работы самой торговой компании. Таким образом, управления должно быть определено параметрами и переменными их величинами в торговом предприятии [1].

Организация основана на общем принципе и методе менеджмента, что обеспечивает согласованность подразделений, то есть они обладают в какой-то степени самостоятельностью. В то же время их действий следует координировать и согласовывать в течение времени, что обеспечивает единство торговой системы, взаимосвязь коммерческой деятельности и целей торговой компании. Коммерческие мероприятия формируются и изменяются в зависимости от интересов и потребностей предприятия. Таким образом, функции контроля коммерции реализуются в соответствии с целями торговой компании. Организация контроля коммерческой деятельности должна быть направлена на вертикальную и горизонтальную связь, что обеспечит комплексный подход к управлению. С точки зрения комплексности учитываются все факторы влияния на решение управленческих решений в сфере коммерческого бизнеса. При этом необходимо достичь стабильности и надежности управления бизнесом и обеспечить адаптивность структуры контроля. Внутренние и внешние условия подвергаются постоянным изменениям. Таким образом, важным является гибкость системы управления бизнесом в условиях изменений и изменений в окружающей среде.

На основе управленческой информации получают результаты управляющих воздействий. Управление торговой деятельностью не может быть отделено от систем управления, выполняющей еще функции по технологическому, экономическому и финансовому аспектам. Таким образом, для того чтобы построить структуру управления бизнесом, необходимо учитывать совместимость и согласованность всех элементов, которые образуют целостную структуру управления бизнесом. Таким образом, организациям сферы услуг следует особо уделять внимание управлением спросом с учетом этих ограничений. Поставщик услуг может сотрудни-

чать с крупными группами для того, чтобы одновременно обслуживать большее число клиентов[2].

Например, чтобы обслуживать растущее количество покупателей можно увеличить эффективность работы, обучая персонал эффективнее работать на рабочем месте. Услуги существенно отличаются от изделий и имеют особые свойства и характеристики. Но многие способы, принципы и методы реализации товаров используются и для услуг, а также большинство операций по реализации услуг также могут применяться.

В рыночных условиях коммерческие успехи предприятия и жизнь их полностью зависят от возвращения вложенных в них средств через производство товаров и сервисов, поэтому главная задача предприятия заключается в исследовании и возможной полной эксплуатации рыночных возможностей. Успешно выполнять коммерческую работу в сложной и разнообразной рыночной ситуации может только хорошо подготовленные кадры. В руководстве торговых и коммерческих предприятий должны находиться квалифицированные сотрудники. Для того, чтобы выжить торговое предприятие на рынке, необходимо выполнять целый комплекс коммерческих действий, включающий прогнозирование спроса, исследование емкости спроса, рациональную организацию хозяйства, рекламную деятельность и реализацию своих услуг [3].

Также нужно уметь выявлять открывающиеся возможности рынка, ни одна торговая компания не может долго опираться на свой нынешний товар и услугу, его ассортимент, свои рыночные рынки. Коммерческие действия предприятий подвергаются постоянным изменениям, не только из-за технологического развития, но и из-за изменений потребностей потребителей в целом. Свободный выбор потребителя лучшим образом помогает сохранить различные формы продажи продукции: но с каждым годом предпочтение потребителя меняется, и порой он начинает отказываться от того, что ему хотелось вчера. Поэтому ни один способ сбыта не имеет решающих преимуществ перед другими формами, и никто не может быть уверен, что этот способ реализации услуг или товаров открывает дорогу к долгосрочному успеху. Тем более, что всегда может появиться нововведение, основанное на других методах обслуживания потребностей потребителей [4].

Эффективное коммерческое обслуживание возможно только при наличии своевременных и правдоподобных данных о рынке, и управление торговой деятельностью не может быть отделено от системы менеджмента торговой организации, поскольку они представляют собой целостное управление. При оказании услуг необходимо учесть их особенности коммерческих сделок, которые применяются для продажи товаров, применяются и для услуг.

В условиях рынка предприниматель не только должен выполнять все коммерческие задачи, но должен быть направлен на потребителей и их запросы. Коммерческие действия в условиях рынка при высоком уровне насыщенности товарами должны быть направлены на комплексное исследование рынка, а также требования к товару и услуге, эффективное руководство процессами коммерческой деятельности.

Чтобы это сделать, необходимо использовать механизмы рынка управления торговой деятельностью, экологически обосновать принятие коммерческих решений, обеспечивая наиболее полный учет интересов конкретного потребителя и с минимальными затратами удовлетворять его. В условиях конкуренции важно усиление коммерческого и маркетингового сопровождения продукции, которое является активным инструментом конкурентного противостояния рынка.

Использование маркетинговых концепций в коммерческих операциях в новых условиях позволит улучшить их эффективность, повысить конкурентоспособность, решить стратегические задачи. Все это ведёт к необходимости адаптации коммерческих операций к условиям рынка, формирования конкурентных преимуществ товаров, концентрации усилий за счет усовершенствования методов продаж и сервиса, расчета коммерческих рисков и принятия упреждающих мер по их уменьшению. Постоянное повышение квалификации персонала, применение стратегического подхода к организации бизнеса, обеспечивающего его динамичный рост на протяжении длительного периода. Эффективное удовлетворение имеющихся потребностей, формирование новых и поиск дополнительных рынков, применение наиболее эффективных инструментов и методов, предлагаемых маркетингом, применение инновационных подходов.

Список использованных источников

1. Баканова, М.И. Экономический анализ в торговле: учебное пособие / под ред. М.И. Бакановой–М.: Финансы и статистика, 2013. – 400 с.
2. Платонов, В.Н. Организация торговли: учеб. пособие / В.Н. Платонов. Минск.: Новое знание, 2012 – 380 с.
3. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь: Закон Респ. Беларусь от 8 янв. 2014 г. № 128-З // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2014. – № 2/2801 в. ред. от 07.01.2021 // Национальный правовой Интернет–портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.by>. – Дата доступа: 29.10.2022.
4. Гринберг, А.С. Информационные технологии управления : учеб. пособие для вузов / А.С. Гринберг. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2014. – 479 с.

**И .С. Парфеев, Т. В. Кривицкая,
Брестский государственный технический университет
ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИНВОЙС-ДИСКАУНТИНГА КАК НОВОГО
ВИДА ФАКТОРИНГОВОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ**

**I. S. Parfeyevets, T. V. Krivitskaya
Brest state technical university
FEATURES OF USING INVOICE DISCOUNTING AS A NEW TYPE OF FACTORING
FINANCING**

Аннотация. В статье рассматриваются специфика применения вида финансирования – инвойс-дисконтинга, оцениваются его преимущества перед обычным регрессивным факторингом, определяются его принципиальные отличия от существующих зарубежных аналогов; оцениваются риски и перспективные потенциалы роста данного вида финансирования.

Annotation. The article examines the specifics of the use of the type of financing – invoice discounting, assesses its advantages over conventional regressive factoring, determines its fundamental differences from existing foreign analogues; assesses the risks and prospective growth potentials of this type of financing.

Ключевые слова: АКТИВ, ДЕБИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ, ФИНАНСИРОВАНИЕ, ИНВОЙС-ДИСКАУНТИНГ, ФАКТОРИНГ, РЕГРЕССИОННЫЙ ФАКТОРИНГ.

Keywords: ASSET, ACCOUNTS RECEIVABLE, FINANCING, INVOICE DISCOUNTING, FACTORING, REGRESSION FACTORING.

В новых экономических условиях хозяйствования и перехода на цифровую экономику - один из главных приоритетов развития Республики Беларусь, происходит процесс разработки новых финансовых инструментов и технологий, что сопровождается применением комбинированных механизмов финансирования с целью управления финансовыми активами предприятия на новом уровне. Дебиторская задолженность является важным компонентом оборотного капитала, а также активом, связанного с юридическими имущественными правами предприятия, включая право на владение. Кроме того, дебиторская задолженность оказывает существенное влияние на общие показатели экономической деятельности предприятия, что влечет за собой пересмотр с одной стороны, кредитной политики предприятия, с другой стороны повышение эффективности управления накопленной задолженности. Кроме того, динамика величины дебиторской задолженности является важной составляющей финансового потока предприятия в виде денежного потока.

Управление дебиторской задолженностью является одной из актуальных проблем многих предприятий, представляющая собой особую функцию финансового менеджмента, целью которого является увеличение экономических выгод компании за счет эффективного использования дебиторской задолженности как финансового актива или экономического инструмента. Причем самым острым моментом здесь выступает вопрос продажи актива и уступки требований на денежные поступления по активу третьему лицу. Как управлять дебиторской задолженностью предприятие определяет самостоятельно - либо собственными силами, либо на основе привлечения сторонних организаций. В основе обеспечения лежит всегда – финансовый