

В данной работе были рассмотрены следующие метафоры из понятийной сферы «человеческий организм»: сердце, рука, голова, лицо, жизнь и рост, а также дети. Были проанализированы 79 экономических статей из французских газет «Le Figaro» и «Le Monde», «La Tribune». В настоящее время человек все чаще предстает экономикой в виде человеческого тела, с особенностями его развития и функционирования. Подобно человеку, субъекты экономической деятельности и экономические процессы наделены когнитивными способностями, могут болеть, умирать, у них обнаруживаются метафорические головы, ноги, руки и другие части тела.

Было выявлено, что при переводе метафор часто возникают трудности, которые обусловлены особенностями метафоры и спецификой ее реализации в публицистических текстах (в слове, словосочетании, предложении и фрагменте текста), различиями в картине мира у разных народов, а также особенностями языка источника и языка перевода. Поэтому некоторые метафоры весьма сложно, а иногда, и невозможно перевести на другой язык. Основными же приемами перевода метафоры являются калькирование, генерализация, конкретизация, смысловое развитие, описательный метод.

Изучение особенностей функционирования метафор в различных понятийных сферах является новым направлением в лингвистике. Его перспективы мы видим в изучении специфики внутриязыковых заимствований и, в частности, метафор в иных понятийных сферах, их реализация в различных видах текстов (научных, технических и др.), а также способов их перевода.

©БГЭУ

ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ СП ООО «БЕЛКАСТЕЛЬПЛАСТ»)

М. М. ШОЛОМИЦКАЯ, И. К. РУДАК

Strategy as optimum model of firm allows to optimize process of manufacture and to apply various methods of the strategic analyses

Ключевые слова: стратегия, издержки, валовой доход, стратегический анализ

Стратегия развития предприятия – это документ, в котором сформулирована оптимальная модель фирмы, ее главные высокие цели и способы их достижения при имеющихся ресурсах на заданную перспективу [1, с. 35]. Поэтому в современных условиях важно определить универсальный принцип и инструментальный принятие решений, который позволил бы более гибко подходить к вопросам стратегии и тактики деятельности предприятия и дал бы возможность избежать целого ряда ошибок.

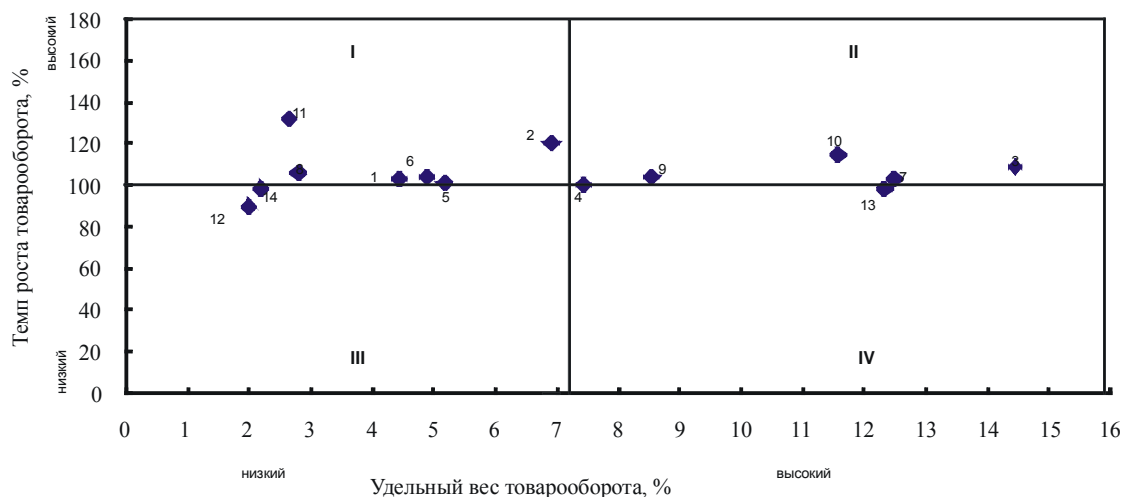


Рисунок 1 – Оценка эффективности продуктового портфеля СП ООО «Белкастельпласт» с использованием матрицы БКГ

Как показывает стратегический анализ, одним из наиболее распространенных инструментов стратегического планирования является построение «портфеля стратегии» – множества альтернативных вариантов развития предприятия, определяемого его производственными возможностями и рыночными тенденциями. Это множество необходимо на случай, когда условия развития изменяются, и реализация выбранной базовой стратегии становится нерациональной. Тогда из «портфеля» выбирается другая стратегия, соответствующая реальным условиям [2, с. 58]. При определении стратегии развития СП ООО «Белкастельпласт» была использована матрица Бостонской консультационной группы (БКГ) (рис. 1).

Мы получили, что комплектующие изделия, вошедшие в I сегмент, занимают 27,6% от всего товарооборота, II сегмент составляет наибольшую долю товарооборота – 48,1%, а наименьшую – 4,3% III сегмент, 20% – IV сегмент. Следовательно, необходимо развивать комплектующие изделия, вошедшие во II сегмент. Таким образом, проведя с помощью матрицы БКГ анализ структуры развития предприятия, руководство может убедиться, насколько эффективно развитие каждого из имеющихся в ассортименте предприятия комплектующего изделия, а также принять экономически обоснованное решение по каждому изделию (продолжать их выпуск либо сократить).

Литература

1. Володько О. В. Формирование и реализация стратегии устойчивого развития предприятия: Теория и методология: Монография. Мн.: ООО «Мисанта», 2006. 217 с.
2. Друкер П. Ф. Эффективное управление: Учеб. М.: Гранд, 2001. 158 с.

©БГСХА

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННО-СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «МОЛОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ» г. ГОМЕЛЯ

Ю. В. СМЕРНОВА, М. Ф. РУДАКОВ

In submitted article the question is the largest the enterprise of Gomel – Open Society « Dairy products », working in Byelorussia under the trade mark « Millers the Meadow ». With the purpose of perfection of industrial - marketing activity of the enterprise the actions directed on increase of efficiency of his functioning have been offered

Ключевые слова: производственно – сбытовая деятельность, эффективность, анализ конкурентоспособности, емкость рынка, стимулирование сбыта

Объектом исследования явилось крупнейшее молокоперерабатывающее предприятие – ОАО «Молочные продукты» г. Гомеля, работающее под торговой маркой «Мельников Луг».

С целью совершенствования производственно – сбытовой деятельности предприятия были разработаны мероприятия, направленные на повышения эффективности его функционирования:

- Был проведен запланированный опрос 100 человек различных возрастных и социальных групп, основной целью которого было изучение потребительских предпочтений покупателей молочной продукции г. Гомеля. Важнейшим критерием для потребителя при выборе продукции остается качество, а сроки и цена играет второстепенную роль. Продукцию предприятия потребители предпочитают после молочных продуктов Брестского и Минского молочных заводов.
- Был проведен анализ конкурентоспособности предприятия на рынке молочной продукции. Лидером на рынке молочной продукции является ОАО «Савушкин продукт». На втором месте – гормолзавод №1 г. Минска. ОАО «Молочные продукты» г. Гомеля занимает третье место среди представленных молочных заводов.
- Было проведено исследование и рассчитана емкость рынка продукции. Самый большой процент освоения емкости рынка – по сметане – 79,5%. По остальным видам молочной продукции емкость рынка колеблется от 14,3% (кефир) до 45,3% (творог), что создает для предприятия возможности для значительного увеличения резерва производства.
- Был проведен SWOT – анализ и предложена перспектива развития предприятия по параметру «Сильные стороны – Возможности».
- Был разработан бизнес-план инвестиционного проекта «Установка технологической линии по производству традиционного и зерненого творога». Потребность в инвестициях составила – 1231810 евро. Проект окупится через 3,5 года. Выручка от реализации продукции составит 7614,3 млн. рублей; чистая приведенная стоимость проекта – 1907,9 млн. рублей; индекс рентабельности – 1,52; норма прибыли по предприятию – 1,7; диапазон безопасности – 67%.
- Была составлена модельная программа развития предприятия на основе экономико-математического моделирования. Получили увеличение реализации продукции по таким каналам как экспорт и уровень республики. Выручка возросла на 12,4%, затраты снизились на 11,7%. Вследствие чего прибыль увеличилась на 14477,4 млн. руб.
- Была разработана методика стимулирования сбыта молочной продукции предприятия на основе ABC – анализа покупателей молочной продукции. Масло, глазированные сырки, сыры жирные мелкие, цельное молоко входят в группу А и характеризуются значительным вкладом в формировании выручки. Кисломолочная продукция, сливки и сметана входят в группу В и их также, как и продукцию группы А, нужно оставить в ассортименте. Остальные продукты – сырки и сырковая масса, творог, ДМ, казеин, прочая продукция, входящие в группу С характеризуются незначительным вкладом в формировании выручки.
- В целях стимулирования продаж был разработан план дегустации продукции исключительно в маркетинговых целях с целью ознакомления потребителей молочной продукции с существующим на ОАО «Молочные продукты» г. Гомеля ассортиментом.