

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР
ИННОВАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ
«ОМЕГА САЙНС»**

**СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
МИРОВОЙ И НАЦИОНАЛЬНОЙ
ЭКОНОМИКИ**

**Сборник статей
Международной научно-практической конференции
23 июня 2015 г.**

**Уфа
РИО МЦИИ «ОМЕГА САЙНС»
2015**

УДК 001.1
ББК 60

Ответственный редактор:
Сукиасян Асатур Альбертович, кандидат экономических наук.

С 57
СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ И НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ: сборник статей Международной научно-практической конференции (23 июня 2015 г, г. Уфа). - Уфа: РИО МЦИИ ОМЕГА САЙНС, 2015. – 60 с.

ISBN 978-5-906781-58-1

Настоящий сборник составлен по материалам Международной научно-практической конференции «СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ И НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ», состоявшейся 23 июня 2015 г. в г. Уфа. В сборнике научных трудов рассматриваются современные вопросы науки, образования и практики применения результатов научных исследований

Сборник предназначен для научных и педагогических работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а так же за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

Сборник статей, который построчно размещён в научной электронной библиотеке eLibrary.ru и зарегистрирован в наукометрической базе РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) по договору № 981-04/2014К от 28 апреля 2014 г.

УДК 00(082)
ББК 65.26

ISBN 978-5-906781-58-1

© ООО «ОМЕГА САЙНС», 2015
© Коллектив авторов, 2015

Винокуров Геннадий Михайлович
 доктор экон. наук, профессор ИрГАУ им. А.А. Ежевского
 г. Иркутск, РФ, E-mail: march-kitten@mail.ru
Рафутдинова Анна Владимировна
 магистрант 2 курса ИрГАУ им. А.А. Ежевского
 г. Иркутск, РФ, E-mail: rafutanna@yandex.ru

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПО СИСТЕМЕ ДИРЕКТ-КОСТИНГ

Данная статья безусловно актуальна, так как основной целью деятельности предприятия является получение прибыли, а использование системы «Директ-костинг» позволит обеспечить руководство необходимой информацией для эффективного управления производством, полнее учесть рыночную конъюнктуру при ценообразовании, а также адекватно оценить вклад каждого подразделения в покрытие общих для организации постоянных затрат и формирование желаемого уровня прибыли.

По данной методике в себестоимость отдельных видов продукции включают только переменные затраты. Постоянные затраты учитывают в целом по организации и по окончании каждого месяца списывают на финансовые результаты от основных видов деятельности организации [1, с. 205].

Особенности системы директ-костинг:

1. Разделение затрат на постоянные и переменные позволяет упростить учёт и повысить оперативность получения данных о прибыли.
2. Соединение производственного и финансового учета дает возможность регулярного контроля данных по схеме «Затраты-объем-прибыль».
3. Многостадийность составления отчета о доходах - маржинальный доход представляет собой разницу между выручкой от реализации и переменными затратами.
4. Разработка методики экономико-математического, графического представления и анализа отчетов для прогноза чистых доходов.

На примере СХОАО «Белореченское» используем данную методику по данным табл. 1 и таб. 2:

Таблица 1 - Расчет основных показателей по системе директ-костинг
в СХОАО «Белореченское» за 2013 год

Показатели	Наименование продукции							Итого
	КРС	Птица	Молоко	Яйца	Зерно	Картофель	Прочее по реализации	
Выручка, тыс. руб.	161 139	289 871	531 348	1 874 072	42 68 7	69 483	1 132 615	4 101 2 15
Количество реализованной продукции, ц	12 062	23 509	155 217	582 338	58 529	54 386	100 000	X
Структура реализованно	3,93	7,07	12,96	45,70	1,04	1,69	27,62	100

й продукции, %								
Себестоимость, тыс. руб.	176 092	248 070	483 852	1 557 053	37 912	82 081	1 058 547	3 643 607
Постоянные затраты, тыс. руб.	42 948	77 258	141 618	499 490	11 377	18 519	301 872	1 093 082
Переменные затраты, тыс. руб.	133 144	170 812	342 234	1 057 563	26 535	63 562	756 675	2 550 525
Цена 1 ц, тыс. руб.	13,3 6	12,33	3,42	3,22	0,73	1,28	11,33	X
Постоянные затраты на 1 ц, тыс. руб.	3,56	3,29	0,91	0,86	0,19	0,34	3,02	X
Переменные затраты на 1 ц, тыс. руб.	11,0 4	7,27	2,20	1,82	0,45	1,17	7,57	X
Маржа на 1 ц, тыс. руб.	2,32	5,06	1,22	1,40	0,28	0,11	3,76	X
Точка безубыточности, тыс. руб.	247 209	188 099	397 900	1 146 442	30 068	217 319	909 466	2 890 948
Запас финансовой прочности, тыс. руб.	- 53,4 1	35,11	25,11	38,83	29,56	-212,77	19,70	29,51

Таблица 2 - Расчет основных показателей по системе директ-костинг в СХОАО «Белореченское» за 2014 год

Показатели	Наименование продукции						Прочее по реализации	Итого
	КРС	Птица	Молоко	Яйца	Зерно	Картофель		
Выручка, тыс. руб.	259 767	315 278	545 036	2 000 510	23 790	55 712	1 457 524	4 657 617
Количество реализованной продукции, ц	18 576	25 230	151 200	594 539	31 454	42 088	100 000	X
Структура реализованной продукции, %	5,58	6,77	11,70	42,95	0,51	1,20	31,29	100
Себестоимость, тыс. руб.	236 741	286 256	479 221	1 714 215	21 266	78 668	1 382 804	4 199 171
Постоянные затраты, тыс. руб.	86 653	105 171	181 814	667 332	7 936	18 584	486 203	1 553 693
Переменные	150	181	297	1 046	13	60 084	896 601	2 645

затраты, тыс. руб.	088	085	407	883	330			478
Цена 1 ц, тыс. руб.	13,98	12,50	3,60	3,36	0,76	1,32	14,58	X
Постоянные затраты на 1 ц, тыс. руб.	4,66	4,17	1,20	1,12	0,25	0,44	4,86	X
Переменные затраты на 1 ц, тыс. руб.	8,08	7,18	1,97	1,76	0,42	1,43	8,97	X
Маржа на 1 ц, тыс. руб.	5,90	5,32	1,64	1,60	0,33	-0,10	5,61	X
Точка безубыточности, тыс. руб.	205232	247093	400176	1399923	18049	-236846	1263369	3596425
Запас финансовой прочности, %	20,99	21,63	26,58	30,02	24,13	525,13	13,32	22,78

Проанализируем показатели СХОАО «Белореченское» за 2009-2014 гг. (табл. 3):

1. Валовая маржа это разница между выручкой от продаж и переменными затратами. Желательно, чтобы ее хватало не только на покрытие постоянных расходов, но и на формирование прибыли. За период 2009-2014 гг. валовая маржа в СХОАО «Белореченское» покрывала постоянные расходы и позволяла получить прибыль.

Таблица 3 - Расчет порога рентабельности, запаса финансовой прочности и силы воздействия операционного рычага в СХОАО «Белореченское» за 2009-2014 гг.

Показатели	Годы						Отношение 2014 г. к 2009 г., %
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
Выручка от реализации, тыс. руб.	2 786 297	3 122 593	3 477 765	3 672 380	4 101 215	4 657 617	167
Переменные издержки, тыс. руб.	1 673 160	1 823 259	2 127 091	2 333 223	2 550 525	2 645 478	158
Маржинальный доход, тыс. руб.	1 113 137	1 299 334	1 350 674	1 339 157	1 550 690	2 012 139	181
Коэффициент валовой маржи	0,4	0,42	0,39	0,36	0,38	0,43	108
Постоянные издержки, тыс. руб.	717 068	781 396	911 611	999 952	1 093 082	1 553 693	217
Порог	1 794	1 877	2 347	2 742	2 890	3 596	200

рентабельнос ти, тыс. руб.	895	871	249	176	948	425	
Запас финансовой прочности, %	35,58	39,86	32,51	25,33	29,51	22,78	Измени е составит - 13%
Прибыль, тыс. руб.	396 069	517 938	439 063	339 205	457 608	458 436	116
Сила воздействия операционног о рычага	2,81	2,51	3,08	3,95	3,39	4,39	156

2. Коэффициент валовой маржи характеризует долю валовой маржи в выручке организации. Тем выше он, тем меньше использование прямого труда на предприятии. За 2014 г., по сравнению с 2009 г., доля валовой маржи в выручке исследуемого предприятия увеличилась на 0,03 пункта.

3. Порог рентабельности – это такая выручка от реализации, при которой предприятие уже не имеет убытков, но ещё не имеет и прибылей. За 2014 г. он увеличился на 100%, по сравнению с 2009 г., и составил 3 596 425 тыс. руб., т.е. себестоимость продукции предприятия увеличилась.

4. Запас финансовой прочности определяется как разница между достигнутой выручкой от продаж и порогом рентабельности. Если выручка от продаж опускается ниже порога рентабельности, то финансовое состояние предприятия ухудшается. Как в 2014 г., так и в 2009 г. периоде финансовое положение предприятия было устойчивым и запас финансовой прочности составил 22,78% и 35,58%, соответственно.

5. Сила воздействия операционного рычага определяется как отношение валовой маржи к прибыли. Действие операционного рычага проявляется в том, что любое изменение выручки от продаж порождает более сильное изменение прибыли [2, с. 28]. В 2014 г. сила воздействия операционного рычага составила 4,39, а в 2009 г. – 2,81. Это означает, что в 2014 г. увеличение выручки на 1% могло привести к увеличению прибыли на 4,39%, а в 2009 году увеличение выручки на 1% могло привести к увеличению прибыли на 2,81%.

Для характеристики эффективности работы предприятия в целом, доходности различных направлений деятельности (хозяйственной, финансовой, предпринимательской) в экономическом анализе рассчитывают показатели рентабельности [4, с. 76-77].

Для анализа рентабельности издержек в целом по предприятию используется следующая факторная модель (1):

$$R = \frac{\Pi}{3} = \frac{BP \cdot \bar{D}_y - H}{\sum(K_i \cdot V_i) + H} = \frac{\sum(K_{общ} \cdot V_{\partial_i} \cdot C_i) \cdot \sum(V_{\partial_i} \cdot (C_i - V_i) / C_i) - H}{\sum(K_{общ} \cdot V_{\partial_i} \cdot V_i) + H} \quad (18)$$

Прибыль (числитель дроби) в формуле рассчитан при разных значениях факторов в таблице 4, для расчета использованы таблицы 1 и 2.

Последовательно заменяя плановый (базисный) уровень каждого факторного показателя на фактический и сравнивая результат расчета до и после замены каждого фактора, можно определить изменение уровня рентабельности за счет объема реализованной продукции

$K_{общ}$, ее структуры $\mathcal{V}\partial_i$, цены Π_i , удельных переменных расходов V и суммы постоянных затрат H :

$$R_{нл} = \frac{\sum(K_{общнл} \cdot \mathcal{V}\partial_{нл} \cdot \Pi_{нл}) \cdot \sum(\mathcal{V}\partial_{нл} \cdot (\Pi_{нл} - V_{нл}) / \Pi_{нл}) - H_{нл}}{\sum(K_{общнл} \cdot \mathcal{V}\partial_{нл} \cdot V_{нл}) + H_{нл}} \cdot 100\% = \frac{456\,767}{3\,643\,607} \cdot 100 = 12,54\%;$$

$$R_{учл1} = \frac{\sum(K_{общф} \cdot \mathcal{V}\partial_{нл} \cdot \Pi_{нл}) \cdot \sum(\mathcal{V}\partial_{нл} \cdot (\Pi_{нл} - V_{нл}) / \Pi_{нл}) - H_{нл}}{\sum(K_{общф} \cdot \mathcal{V}\partial_{нл} \cdot V_{нл}) + H_{нл}} \cdot 100\% = \frac{534\,260}{3\,745\,628} \cdot 100 = 14,26\%;$$

$$R_{учл2} = \frac{\sum(K_{общф} \cdot \mathcal{V}\partial_{иф} \cdot \Pi_{иф}) \cdot \sum(\mathcal{V}\partial_{иф} \cdot (\Pi_{иф} - V_{иф}) / \Pi_{иф}) - H_{нл}}{\sum(K_{общф} \cdot \mathcal{V}\partial_{иф} \cdot V_{нл}) + H_{нл}} \cdot 100\% = \frac{497\,008}{3\,402\,869} \cdot 100 = 14,61\%;$$

$$R_{учл3} = \frac{\sum(K_{общф} \cdot \mathcal{V}\partial_{иф} \cdot \Pi_{иф}) \cdot \sum(\mathcal{V}\partial_{иф} \cdot (\Pi_{нл} - V_{нл}) / \Pi_{иф}) - H_{нл}}{\sum(K_{общф} \cdot \mathcal{V}\partial_{иф} \cdot V_{нл}) + H_{нл}} \cdot 100\% = \frac{939\,036}{3\,402\,869} \cdot 100 = 27,60\%;$$

$$R_{учл4} = \frac{\sum(K_{общф} \cdot \mathcal{V}\partial_{иф} \cdot \Pi_{иф}) \cdot \sum(\mathcal{V}\partial_{иф} \cdot (\Pi_{иф} - V_{иф}) / \Pi_{иф}) - H_{нл}}{\sum(K_{общф} \cdot \mathcal{V}\partial_{иф} \cdot V_{иф}) + H_{нл}} \cdot 100\% = \frac{916\,680}{3\,738\,968} \cdot 100 = 24,52\%;$$

$$R_{ф} = \frac{\sum(K_{общф} \cdot \mathcal{V}\partial_{иф} \cdot \Pi_{иф}) \cdot \sum(\mathcal{V}\partial_{иф} \cdot (\Pi_{иф} - V_{иф}) / \Pi_{иф}) - H_{ф}}{\sum(K_{общф} \cdot \mathcal{V}\partial_{иф} \cdot V_{иф}) + H_{ф}} \cdot 100\% = \frac{456\,069}{4\,199\,171} \cdot 100 = 10,86\%.$$

Таблица 4 – Издержки по реализованной продукции
в СХОО «Белореченское» за 2013-2014 гг.

Показатели	Сумма, тыс. руб.
а) в 2012 году $\sum(K_{нл} \cdot V_{нл}) + H_{нл} = (12\,062 \cdot 11,04 + 23\,509 \cdot 7,27 + 155\,217 \cdot 2,20 +$ $+ 582\,338 \cdot 1,82 + 58\,529 \cdot 0,45 + 54\,386 \cdot 1,17 + 100\,000 \cdot 7,57) + 1\,093\,082 =$ $= 2\,550\,525 + 1\,093\,082$	3 643 607
б) при фактическом объеме продаж, но при плановой структуре и плановом уровне переменных и постоянных затрат $\sum(K_{нл} \cdot V_{нл}) \cdot Kp.n. + H_{нл} = 2\,550\,525 \cdot 1,04 + 1\,093\,082$	3 745 628
в) при фактическом объеме и структуре продаж, но при плановом уровне переменных и постоянных затрат $\sum(K_{иф} \cdot V_{нл}) + H_{нл} = (18\,576 \cdot 11,04 + 25\,230 \cdot 7,27 + 151\,200 \cdot 2,20 + 594\,539 \cdot 1,82 +$ $+ 31\,454 \cdot 0,45 + 42\,088 \cdot 1,17 + 100\,000 \cdot 7,57) + 1\,093\,082 = 2\,309\,787 + 1\,093\,082$	3 402 869
г) фактически при плановой сумме постоянных затрат $\sum(K_{иф} \cdot V_{иф}) + H_{нл} = (18\,576 \cdot 8,08 + 25\,230 \cdot 7,18 + 151\,200 \cdot 1,97 + 594\,539 \cdot 1,76 +$ $+ 31\,434 \cdot 0,42 + 42\,088 \cdot 1,43 + 100\,000 \cdot 8,97) + 1\,093\,082 = 2\,645\,886 + 1\,093\,082$	3 738 968
д) в 2013 году $\sum(K_{иф} \cdot V_{иф}) + H_{ф} = (18\,576 \cdot 8,08 + 25\,230 \cdot 7,18 + 151\,200 \cdot 1,97 + 594\,539 \cdot 1,76 +$ $+ 31\,434 \cdot 0,42 + 42\,088 \cdot 1,43 + 100\,000 \cdot 8,97) + 1\,553\,693 = 2\,645\,886 + 1\,553\,693$	4 199 171

Аналогичным образом по формуле (2) анализируем рентабельность продаж (предпринимательской деятельности):

$$R = \frac{\Pi}{BP} = \frac{BP \cdot \overline{\Delta y} - H}{BP} = \frac{\sum(K_{общ} \cdot \mathcal{V}\partial_i \cdot \Pi_i) \cdot \sum(\mathcal{V}\partial_i \cdot (\Pi_i - V_i) / \Pi_i) - H}{\sum(K_{общ} \cdot \mathcal{V}\partial_i \cdot \Pi_i)} \quad (2)$$

$$R_{нл} = \frac{\sum(K_{обцнл} \cdot V_{\partial нл} \cdot U_{нл}) \cdot \sum(V_{\partial нл} \cdot (U_{нл} - V_{нл}) / U_{нл}) - H_{нл}}{\sum(K_{обцнл} \cdot V_{\partial нл} \cdot U_{нл})} \cdot 100\% = \frac{456\,767}{4\,101\,215} \cdot 100 = 11,14\%;$$

$$R_{учл1} = \frac{\sum(K_{обцф} \cdot V_{\partial нл} \cdot U_{нл}) \cdot \sum(V_{\partial нл} \cdot (U_{нл} - V_{нл}) / U_{нл}) - H_{нл}}{\sum(K_{обцф} \cdot V_{\partial нл} \cdot U_{нл})} \cdot 100\% = \frac{534\,260}{4\,306\,276} \cdot 100 = 12,41\%;$$

$$R_{учл2} = \frac{\sum(K_{обцф} \cdot V_{\partial ф} \cdot U_{нл}) \cdot \sum(V_{\partial ф} \cdot (U_{нл} - V_{нл}) / U_{нл}) - H_{нл}}{\sum(K_{обцф} \cdot V_{\partial ф} \cdot U_{нл})} \cdot 100\% = \frac{497\,008}{4\,265\,264} \cdot 100 = 11,65\%;$$

$$R_{учл3} = \frac{\sum(K_{обцф} \cdot V_{\partial ф} \cdot U_{ф}) \cdot \sum(V_{\partial ф} \cdot (U_{нл} - V_{нл}) / U_{ф}) - H_{нл}}{\sum(K_{обцф} \cdot V_{\partial ф} \cdot U_{ф})} \cdot 100\% = \frac{939\,036}{4\,657\,617} \cdot 100 = 20,16\%;$$

$$R_{учл4} = \frac{\sum(K_{обцф} \cdot V_{\partial ф} \cdot U_{ф}) \cdot \sum(V_{\partial ф} \cdot (U_{ф} - V_{ф}) / U_{ф}) - H_{нл}}{\sum(K_{обцф} \cdot V_{\partial ф} \cdot U_{ф})} \cdot 100\% = \frac{916\,680}{4\,657\,617} \cdot 100 = 19,68\%;$$

$$R_{ф} = \frac{\sum(K_{обцф} \cdot V_{\partial ф} \cdot U_{ф}) \cdot \sum(V_{\partial ф} \cdot (U_{ф} - V_{ф}) / U_{ф}) - H_{ф}}{\sum(K_{обцф} \cdot V_{\partial ф} \cdot U_{ф})} \cdot 100\% = \frac{456\,069}{4\,199\,171} \cdot 100 = 10,86\%.$$

Таблица 5 - Результаты факторного анализа рентабельности
в СХОАО «Белореченское» за 2014 год

Факторы	Расчет влияния	Изменение рентабельности, %
Общий объем продаж	14,26-12,54	+1,72
Структура продаж	14,61-14,26	+0,35
Цены на продукцию	27,60-14,61	+12,99
Себестоимость продукции	10,86-27,60	-16,74
В то числе:		
переменные затраты	24,52-27,60	-3,08
постоянные затраты	10,86-24,52	-13,66
Итого	10,86-14,26	-3,40

Рентабельность предпринимательской деятельности в целом уменьшилась на -0,28% (10,86%-11,14%). В том числе за счет изменения:

- общего объема продаж: $\Delta R_{\kappa} = 12,41 - 11,14 = 1,27\%$;
- структуры продаж: $\Delta R_{\rho} = 11,65 - 12,41 = -0,76\%$;
- цен на продукцию: $\Delta R_{\eta} = 20,16 - 11,65 = 8,51\%$;
- удельных переменных затрат: $\Delta R_{\nu} = 19,68 - 20,16 = -0,48\%$;
- постоянных затрат: $\Delta R_{\pi} = 10,86 - 19,68 = -8,82\%$.

Для оценки эффективности использования ресурсов, потребляемых в процессе производства, применяются показатели рентабельности (по данным табл. 6). Показатели рентабельности более полно, чем прибыль, отражают окончательные результаты хозяйствования, так как их величина показывает соотношение эффекта с наличными или использованными ресурсами [3, с. 99-102].

Сравнивая показатели рентабельности за 6 лет, с 2009 по 2014 г., прослеживается уменьшение во всех категориях. Ухудшение положения СХОАО «Белореченское» может быть вызвано рядом факторов, связанных с деятельностью Общества: снижение уровня бюджетной поддержки; снижение покупательской способности населения; влияние власти

на хозяйственную деятельность общества путем сдерживания цен на продовольствие; факторы риска, связанные с производством продукции растениеводства и животноводства.

Таблица 6 – Показатели, характеризующие прибыльность СХОАО «Белореченское» за 2009-2014 гг.

Показатели	Способ расчета	Годы						Отношение 2014 г. к 2013 г., %
		2009	2010	2011	2012	2013	2014	
Рентабельность продаж	(Прибыль от продаж / выручка от продаж) □ 100%	14,2 1	16,5 9	12,6 2	9,24	11,1 6	9,84	88,20
Бухгалтерская рентабельность от обычной деятельности	(Прибыль до налогообложения / выручка от продаж) □ 100%	20,6 7	20,3 4	18,2 8	15,4 8	20,5 7	17,2 1	83,65
Чистая рентабельность	(Чистая прибыль / выручка от продаж) □ 100%	20,6	19,8 5	17,9 4	15,0 7	20,3 5	16,8 6	82,83
Экономическая рентабельность	(Чистая прибыль / средняя стоимость активов) □ 100%	14,2 5	13,1 6	10,9 8	8,58	11,9 3	10,3 7	86,91
Рентабельность собственного капитала	(Чистая прибыль / средняя стоимость собственного капитала) □ 100%	19,2 8	17,6 9	15,4	12,2 2	16,5 6	13,8 9	83,87
Рентабельность затрат	(Прибыль от продаж / себестоимость) □ 100%	16,6 2	27,9 4	19,8 8	13,6 6	16,6 7	14,8 6	89,14

Изменение рентабельности продаж в 2014 г., по сравнению с 2009 г., составило -4,37%. В 2014 году на единицу реализованной продукции приходилось 9,84% прибыли. На это повлияло увеличение выручки. Но, т.к. выручка возросла за счет увеличения себестоимости, и как следствие цены, этот результат в заслугу предприятия мы не ставим.

Таким образом, изменение бухгалтерской рентабельности от обычной деятельности в 2014 г., по сравнению с 2009 г. составили 0,49%. В 2014 г. уровень прибыли составил -3,46%. Изменение экономической рентабельности за 2009-2014 гг. составило -3,88%. Тем не менее в 2014 г. СХОАО «Белореченское» имущество использует достаточно эффективно. Рентабельность собственного капитала также эффективно используется.

Рентабельность затрат сократилась за 6 лет и изменения составили -1,76%, в 2014 году уровень прибыли на 1 рубль составил 14,86%.

Список использованной литературы:

1. *Бобылева, А. З.* Финансовый енеджмент: Проблемы и решения / *под ред. А. З. Бобылевой.* М.: Изд-во Юрайт, 2011 г. – 903 с.
2. *Борискина, И. П.* Системы учета неполной себестоимости «директ-костинг». Преимущества и недостатки / *И. П. Борискина* // Известия тильского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2013. - № 3-1. – С. 26-30.
3. *Винокуров, Г. М.* Современное состояние сельскохозяйственного производства и перспективы его развития в Иркутской области / *Г. М. Винокуров.* – Иркутск: ИрГСХА, 2011. – 164 с.
4. *Тхамонова, С. М.* Управленческие аспекты калькуляции себестоимости продукции / *С. М. Тхамонова* // Science Time. – 2014. - № 2 (2). – С. 70-77.

© Винокуров Г. М., Рафутдинова А. В.

УДК 339

Даудова Зарема Алиевна
Студентка 3 курса
г. Ставрополь, РФ
E-mail: d-z96@mail.ru

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ В МЕЖДУНАРОЖНОМ МАРКЕТИНГЕ

Международный маркетинг по праву считается «высшей школой маркетинга». Это объясняется, прежде всего, тем, что экспорт во все времена отличается высоким уровнем организации торгового дела, а предприятия, работающие на внешний рынок, наиболее остро чувствуют необходимость применения достижений маркетинга [1, с. 135].

В настоящее время, благодаря стремительному развитию международного маркетинга и свойств его достижений на внутренних и внешних рынках, увеличивается необходимость в формировании инвестиционного рынка, рассмотрения сегментов его предприятий и задействованных инвестиционных проектов.

С позиций инвесторов преобладает следующая сегментация предприятий:

- отраслевая – привлекательными отраслями выступают нефтехимия и телекоммуникации;
- по формам собственности – главным фактором является доля государства в уставном капитале предприятия;
- по размерам предприятий – проекты малого и крупного бизнеса.

По мнению исследовательских институтов, вузов и предпринимателей, сегментация предприятий характеризуется развитием маркетинговой стратегией продвижения и развития инвестиционного проекта.

Для привлечения инвестиций необходимы документы, которые подробно разъясняют инвестиционный проект. Разработка документов представляет собой бизнес – планирование, то есть сам процесс развития бизнеса. Основной задачей документа является донесение инвестору информацию о возможностях выгодного инвестирования.

На данный период времени, существуют следующие инвестиционные документы:

- технико-экономическое обоснование – представляет собой буклет или презентацию;
- информационный проспект – простой документ, в виде флайера;
- инвестиционный меморандум – документ, содержащий подробную информацию для демонстрации привлекательности проекта инвесторам;
- бизнес план – описывает основные аспекты и возможности будущего предприятия;
- инвестиционное предложение – документ, предназначенный для ознакомления инвестора с идеей и перспективой развития бизнеса;
- проспект эмиссии ценных бумаг – документ содержащий информацию об инвестировании денег инвестора в ценные бумаги.

Инновация – это развивающийся комплексный процесс создания, распространения и использования новой идеи, которая способствует повышению эффективности работы предприятия[2].

Учитывая данную формулировку, выделяют два исхода инвестиционного проекта:

во-первых, если инвестор главной задачей ставит прибыль, то предприятие, прошедшее этапы рассмотрения и аттестацию инвестирования, должно помнить о долгосрочном доходе, с целью получения максимальной прибыли на протяжении долгого времени для эффективного действия предприятия;

во-вторых, инвестиционные проекты не застрахованы от неудач, в любой момент на одном рынке может появиться конкуренция с перспективной новинкой.

Инвестиционные проекты имеют преимущества в корректировке при меньших финансовых потерях на первых стадиях разработки. Важным является профессиональное обучение персонала, которое приводит к обнаружению новых качеств и возможностей каждого работника, которые способны в дальнейшем принести вклад в предприятие.

Существуют также и проблемы нахождения базовой модели, которые относятся к инвестиционным проектам. Для инновации, в свою очередь, характерно непрерывное улучшение всех процессов моделей на этапах деятельности. В основном выделяют следующие виды усовершенствования моделей инновации:

- реконструкция изделия по опыту его производства;
- внесение изменений в конструкцию;
- модернизация первой модели при помощи нового технологического оборудования;
- организационные структуры.

Таким образом, можно сделать вывод, что в современном мире формируется инфраструктура инвестиционного рынка, повышается качество инновационных проектов и их обоснованность. С помощью процессов международного маркетинга наблюдаются процессы продвижения инвестиционных проектов предприятий на внутренние и внешние рынки.

Список использованной литературы:

1. Каверзин, С.А. Сущность международного маркетинга и его роль в развитии предпринимательства // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2010. № 1. С. 135-138.

2. Официальный сайт электронной библиотеки [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://text.tr200.biz>.

© 3. А Даудова, 2015

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МОДЕРНИЗАЦИИ ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ ЖИВОТНОВОДСТВА В РОССИИ

Аннотация: В данной статье рассматриваются основные аспекты государственной поддержки отечественных производителей машин и оборудования для животноводства, проводится анализ нормативно-правовой базы для функционирования отрасли и выявляются основные тенденции российских дилеров оборудования для животноводства.

Ключевые слова: государственная поддержка оборудования для животноводства; модернизация машин и оборудования; особенности современного российского рынка

Модернизация оборудования в животноводстве - один из факторов повышения производства продукции. Вопрос надежности машин и оборудования в животноводческой отрасли ставится существенно острее, чем такая же проблема в остальных отраслях производства сельскохозяйственной продукции. Это связано с тем, что оборудование и техника обслуживают живые организмы, по этой причине любое несоблюдение параметров технологического процесса незамедлительно отразится не только на продуктивности живых организмов, но и на состоянии здоровья. Для того чтобы гарантировать условия постоянной технологии изготовления товаров животноводства, существенная доля оборудования (для изготовления, доения, уборки навоза и раздачи кормов, привязного и беспривязного стойлового содержания животных.) обязана находиться в неизменной готовности и функционировать в точно определенное время.

Особенности современного российского рынка оборудования для животноводства:

- доминирование зарубежных производителей;
- использование стратегии быстрого реагирования зарубежным производителем;
- низкая степень развитости сервисного обслуживания у российских производителей.

Общий объем рынка сельскохозяйственной техники и оборудования в 2012 году оценивается в 130 млрд рублей. За счет кредитов, предоставленных ОАО "Россельхозбанк" в 2012 году, сельскохозяйственными товаропроизводителями приобретено 35% тракторов, 30% зерноуборочных и 22% кормоуборочных комбайнов от общего количества этих видов техники, закупленных в 2012 году.

В обстоятельствах жесткой конкурентной борьбы российский производитель должен применять абсолютно все ресурсы для снижения себестоимости продукции, что оказывает большое влияние на её конкурентоспособность при вывозе из Российской Федерации, а следовательно, на конкурентные преимущества отечественного сельского хозяйства. С целью дальнейшего формирования современного сельскохозяйственного предприятия нужно иметь вещественно-техническую основу на базе новейших модификаций современной и высокотехнологичной сельхозтехники, а кроме того сформировать все обстоятельства для повышения квалификации технического состава [1, с. 76].

Российские дилеры основных мировых компаний смогли популяризовать сельхозтехнику всеобщих распространенных марок на российском рынке за счет формирования собственной инфраструктуры с целью реализации и обслуживания машин и оборудования, организовав новые рабочие точки, гарантировав собственный штат и технические службы сельскохозяйственных фирм всем необходимым для увеличения

квалификации, необходимой для реализации, сервиса и эксплуатации техники. Их сервисная и сбытовая система весьма значима для отечественного агрария, который эксплуатирует как импортное, так и изготовленное в России оборудование для животноводства.

Стратегия западных производителей - находиться ближе к любому российскому аграрию, моментально откликаться в проблемах поставки запасных частей, гарантийного обслуживания реализованной высокотехнологичной техники

На российском рынке встретились интересы самых серьезных и системных изготовителей сельхозтехники из стран Таможенного союза, Европейского союза и США. При подобных условиях прагматичный владелец делает все, для того чтобы использовать возможность для извлечения прибыли. С одной стороны, Российской Федерации нужно поддержать российского изготовителя сельхозтехники, с другой стороны, весьма немаловажно вовлечь в эту конкурентную борьбу мировых гигантов сферы, чтобы не утратить драгоценное время и уже на сегодняшний день применять все без исключения достижения передовых технологий для увеличения конкурентоспособности нашего сельского хозяйства.

Аграрии, которые в результате платят по счетам, обязаны иметь возможность покупать оборудование и технику высокой надежности по низкой цене, а не наоборот, что можно наблюдать в Российской Федерации по итогам введенной меры.

Полученную прибыль отечественные сельхозмашиностроители могут вкладывать в научно-техническое перевооружение производств, исследование инновационных товаров, создание современных каналов распределения и сервисных центров, соответствующих условиям всемирного уровня. Однако для выполнения этих вопросов необходимы не только денежные ресурсы, технологические процессы, но и большое количество времени, что в нынешних обстоятельствах бесценно для российского агрария. При этом очень важно отметить, что в настоящее время модернизация машин и оборудования для животноводства российского производства совершается за счет применения больших конструкций и девайсов, изготовленных на предприятиях мировых лидеров по сельхозмашиностроению [2, с. 89].

Для поддержки сферы в 1 январе 2013 года пришло в исполнение распоряжение Правительства Российской Федерации о правилах предоставления дотаций. Согласно этому распоряжению из федерального бюджета отечественным сельхозмашиностроителям могут предоставляться дотации для возмещения доли расходов на изготовление и реализацию сельхозтехники в объеме 15% от её стоимости. Однако отечественные сельхозмашиностроители ранее сообщили о том, что отказываются принимать участие в проекте по причине её несовершенства. Вполне возможно, то что Минсельхоз Российской Федерации в результате будет способен выбрать решение, которое станет устраивать все стороны. Чиновники или предусмотрят условия и советы российских сельхозмашиностроителей, или упразднят проект и направят освободившиеся ресурсы на возмещения ставки процентов по выдаваемым кредитам на покупку сельхозтехники, включив туда и зарубежных изготовителей для соответствия нормам ВТО. Подобное решение оказало бы безрезультатное воздействие на рынок.

Модернизация машин и оборудования с интересом основных мировых изготовителей из стран Таможенного союза, Европейского союза и США дает шанс разработать производственную основу, которая будет удовлетворять спрос на отечественном рынке и положительно оказывать влияние на формирование передового сельского хозяйства отечественных производителей, но и выявляет

перспективы с целью вывоза современной высокотехнологичной продукции, произведенной на территории Российской Федерации, в Восточную Европу и страны СНГ [3, с. 83].

Выводы и предложения

1. Отечественный товаропроизводитель использует все возможные ресурсы для повышения конкурентоспособности отечественного сельского хозяйства при экспортно-импортных операциях и удешевления себестоимости собственной продукции.
2. Современное предприятие должно иметь материально-техническую базу с использованием высокотехнологичной техники и оборудования, оно должно предоставить все условия для повышения квалификации персонала.
3. Западные производители моментально реагируют на такие вопросы, как снабжение запчастями и сервисное обслуживание отечественных товаропроизводителей техники и оборудования.
4. Российские дилеры развивают собственную инфраструктуру для продажи и сервисного обслуживания сельхозтехники на отечественном рынке за счет создания новых рабочих мест и необходимых условий для соответствия высоким профессиональным требованиям, необходимым для реализации, сервиса и эксплуатации техники. Российские дилеры контролируют сервисную и сбытовую структуру, которая играет важную роль для отечественных аграриев, пользующихся как импортной, так и отечественной сельскохозяйственной техникой.

Список использованной литературы

1. Метелкин В. Рынок тракторов в России//Экономика сельского хозяйства. №4. 2013. с.76
2. Метелкин В. Рынок комбайнов в России//Экономика сельского хозяйства. №5. 2013. с.89
3. 3. Кондраков Н.П. Учет и анализ эффективности экспортно-импортных операций, 2013. с 83.

© Жнакин А. С.

УДК 657

Кравченко Антон Павлович,
магистрант Воронежского филиала
ФГБОУ ВПО «Российский экономический
университет имени Г.В. Плеханова»
г. Воронеж, РФ,
E-mail: kravchenko_ap1984@mail.ru

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И КЛАССИФИКАЦИЯ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

В современном мире с каждым днем возрастает роль и значение анализа финансового состояния банка, важным элементом которого является анализ доходов и расходов коммерческого банка. Связано это, прежде всего, с такими факторами как: роль банковской системы региона в обслуживании экономических субъектов, расширение

внешнеэкономических и межрегиональных связей, продолжающийся процесс становления и ликвидации отдельных коммерческих банков.

На наш взгляд, важно отметить, что российские банки вынуждены работать в условиях повышенных рисков, чаще чем их зарубежные партнеры. Это связано с недостаточной оценкой собственного финансового положения, доходов и расходов, надежности и устойчивости обслуживаемых клиентов. Доходы и расходы кредитных организаций формируют финансовый результат их деятельности. Точный учет доходов и расходов, финансовых результатов имеет большое значение не только для целей эффективного управления банком, но и оказывает влияние на правильность исчисления налогооблагаемой базы, расчета налогов.

Прибыль кредитных организаций складывается из двух компонентов: доходов и расходов. За счет доходов покрываются все расходы и формируется прибыль, которая направляется на увеличение собственного капитала, создание резервов, уплату налогов, дивидендов. Прибыльность банка зависит от структуры его ресурсов, дороговизны их формирования, от структуры размещения средств, от величины рискованных операций и т.д. Для жизнеспособности банков необходимо, чтобы расходы и убытки от банковских операций покрывались за счет полученных доходов. Рост расходов кредитной организации свидетельствует либо о неблагоприятном состоянии конъюнктуры рынка, на котором банк приобретает кредитные ресурсы, либо об ухудшении руководства деятельностью банка. Поэтому точный и правильный учет доходов и расходов даст возможность своевременно проанализировать их, а также увеличить доходы и сократить расходы и построить работу банка таким образом, чтобы прибыль была максимальной.

Для анализа доходов и расходов очень важна их классификация. Так, к отношению к периоду они подразделяются на доходы и расходы отчетного и будущего периода. По формированию налогооблагаемой базы на прибыль они подразделяются на учитываемые при расчете налогооблагаемой базы и относимые на финансовые результаты деятельности банков. По видам деятельности доходы и расходы классифицируются на полученные и уплаченные от банковской деятельности и не связанные с банковской деятельностью. Они также подразделяются по видам операций (кредитования, валютным операциям, операциям с ценными бумагами и др.). По форме получения доходы делятся на процентные и непроцентные. По видам валют они бывают рублевые и инвалютные и др. виды [4, с. 60-61].

Зарубежные методики анализа доходов и расходов банка в условиях России практически неприменимы или недостаточно эффективны, поскольку существуют определенные противоречия между российской системой ведения бухгалтерского учета и составлением финансовой отчетности и используемыми в западных странах системами. В отечественной практике анализа банковской деятельности также не существует единых методических рекомендаций. Банки и территориальные подразделения Центробанка Российской Федерации ориентированы на собственные разработки и основные показатели, установленные Центробанком Российской Федерации в виде обязательных рекомендаций и нормативов. Поэтому для российских банков весьма актуален вопрос разработки и применения эффективных методов анализа доходов и расходов, соответствующих местным условиям.

Анализ доходов и расходов банка дает возможность изучить результаты деятельности банка, а следовательно, оценить эффективность его как коммерческой организации. Анализ результативности банковской деятельности начинается с

анализа доходов и расходов, а заканчивается исследованием прибыли. Анализ финансовой деятельности банка производится одновременно с анализом ликвидности баланса банка, и на основании полученных результатов делаются выводы относительно надежности банка в целом.

Целью анализа банковской деятельности с точки зрения ее финансовых результатов является выявление резервов, увеличения доходов, сокращения расходов и роста прибыльности банка и на этой основе формулирование рекомендаций руководству банка по проведению соответствующей политики в области пассивных и активных операций.

Следует отметить, что в отличие от стран с развитой рыночной экономикой, где широко информируют общественность не только о размерах прибыли банков, но и об источниках ее формирования, в России малодоступны результаты работы банков, их доходные и расходные составляющие, а иногда и методики определения их рейтингов. В настоящее время вопросами оценки финансового состояния коммерческих банков (в том числе доходов и расходов) занимаются или сами банки, или специальные организации без участия Центробанка Российской Федерации, Министерства финансов, налоговой инспекции.

Наши методики оценки доходов и расходов коммерческих банков отличаются большим разнообразием, в соответствии с существующей практикой анализа финансового состояния. По целевому назначению их можно разделить на группы рейтинговой оценки, ранжирования по одному из показателей деятельности банка, расчета нормативов, оценки имиджа.

Таким образом, правильная и деятельная классификация доходов и расходов кредитных организаций их анализ будет способствовать эффективности операционной деятельности банков.

Список использованной литературы:

1. Алескеров Ф.Т., Солодков В.М. Анализ неоднородности развития и функционирования банковских систем // Доклад на XV Международном банковском конгрессе «Базельские рекомендации: подходы и реализация». – Санкт-Петербург, 2010. – Июнь.
2. Малицкая В.Б., Нечаева С.Н. Исследование современных подходов к определению уровня эффективности / В.Б. Малицкая, С.Н. Нечаева // Вестник Российского государственного торгово-экономического университета. 2010. №7-8 (45). С.35-41
3. Нечаева С.Н. Малицкая В.Б. Оценка факторов экономической эффективности на микро-уровне / С.Н. Нечаева, В.Б. Малицкая // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2010 №3. С.83-88
4. Чиркова М.Б. Доходы и расходы коммерческих банков и их учет / М.Б. Чиркова // Налогообложение, учет и отчетность в коммерческом банке. 2001 №2. с. 61-74.
5. Чиркова М.Б., Коэффициентный анализ финансового состояния банка / М.Б. Чиркова // Бухгалтерия и банки. 2009. №4
6. Чиркова М.Б., Малицкая В.Б. Бухгалтерский финансовый учет: учебное пособие / М.Б. Чиркова, В.Б. Малицкая. – часть 2. – Воронеж, 2010.
7. Чиркова М.Б., Коновалова Е.М., Малицкая В.Б., Анализ хозяйственной деятельности организации; сборник заданий и тестов: учебное пособие / М.Б. Чиркова, В.Б. Малицкая, Е.М. Коновалова. – М.: Эксмо, 2008.

© Кравченко А.П.

РАЗРАБОТКА ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Статья посвящена разработке инновационной стратегии организации. В ней рассматриваются этапы разработки инновационной стратегии в изменяющейся рыночной среде, экономические возможности организации, дается краткая характеристика каждого этапа.

В настоящее время вопрос выбора инновационной стратегии весьма актуален для предприятий, так как в связи с развитием научно-технического прогресса рыночная экономика приобретает все более инновационный характер.

Более 70% роста эффективности общественного производства обеспечивается за счет новшеств. Однако для многих предприятий инновации могут представлять определенную угрозу. Они могут разрабатывать и осваивать различные новшества, но одновременно проявлять неспособность предвидеть последствия новых научно - технических достижений. Это нередко приводит к ухудшению финансово - экономических показателей, потере занимаемой доли рынка и, в конечном счете, даже к банкротству [1].

Инновационная стратегия предприятия должна повышать или поддерживать статус выпускаемой продукции.

Инновационная стратегия – модель поведения компании в рыночных условиях. Инновационная стратегия входит в систему инструментов управления предприятием. Разработка стратегии должна отвечать на следующие вопросы: как достичь целей, как устранить конкурентов, как обеспечить преимущества в конкурентной борьбе, как усилить долгосрочные позиции фирмы [2].

Разработка инновационной стратегии – сложный, многоступенчатый процесс. Он состоит из следующих основных этапов (рисунок 1):



Рисунок 1 – Основные этапы разработки инновационной стратегии

Рассмотрим более подробно каждый этап разработки инновационной стратегии, приведенной на рисунке 1.

Этап 1. Определение миссии. Миссия организации должна отражать ее уникальность и обосновывать ее существование. Миссия является отправной точкой развития организации, то есть формулировка идеи, ради которой создается организация. На основе миссии формулируется общая стратегия развития организации [3, с.128].

Этап 2. Разработка дерева целей. Дерево целей представляет собой структурированный план совокупности целей. Дерево целей дает возможность определить наиболее выгодные комбинации, которые в состоянии обеспечить наилучшую отдачу. Само название «дерево» предусматривает наличие иерархической структуры, которая получается разделением цели общей на подцели [4].

Этап 3. Стратегический анализ. Этот этап интерпретирует стратегическое положение организации с помощью, во-первых, определения изменений, которые возникали в экономическом окружении организации, и выявления их воздействия на организацию и ее деятельность, во-вторых, определения преимуществ и ресурсов организации в зависимости от этих изменений. Основная цель стратегического анализа - оценка ключевых воздействий на нынешнее и будущее положение организации и определение их специфического влияния на стратегический выбор. Одним из результатов стратегического анализа является определение общих целей организации, которые определяют сферу ее деятельности. На основании целей определяются задачи организации [5].

Этап 4. Выбор стратегии. На этом этапе: устанавливаются базовые стратегии развития и их инновационные составляющие, осуществляется подбор и оценка альтернативных инновационных стратегий, осуществляется выбор и формулируется предпочтительная инновационная стратегия. Выбор инновационной стратегии во многом определяется уровнем инновационного развития производства, т.е. перспективными возможностями обновления продукции, технологии, производственного аппарата. Также выбор инновационной стратегии зависит от некоторых факторов:

- научно – технического уровня производства;
- рыночная стратегия организации;
- темпов обновления продукции;
- уровня квалификации персонала;
- размера и эффективности использования капитала;
- финансово – экономического состояния организации.

Этап 5. Этап реализации инновационной стратегии. На данном этапе разрабатываются стратегический проект (состав стратегических изменений и мероприятия по их осуществлению) и план реализации проекта. Особо учитывается инновационный характер преобразований, организуется стратегический контроль процесса реализации проекта, оценивается эффективность процесса реализации и проводится необходимая корректировка проекта, стратегий, цели, миссии.

Разработка инновационной стратегии является задача высшего руководства, но очевидно, что это коллективный, творческий процесс.

Формирование инновационной стратегии организации предусматривает выбор и обоснование направлений инновационной деятельности, объема и структуры

инновационных проектов, срок их выполнения и условий передачи заказчику, оценку состояния организационных структур управления нововведениями.

Необходимо учитывать, что организационно – управленческие изменения, обеспечивающие новое качество организационных структур управления инновационной деятельностью, как правило, влекут за собой расширение сферы их компетенции, и в итоге, повышение общего уровня инновационности организации по сравнению с прежним, а также по сравнению с конкурентами. Это дает толчок к активизации всех сторон ее деятельности для того, чтобы удержать достигнутый уровень и соответственно получить большую долю рынка за счет выпуска более эффективного продукта.

Важным аспектом инновационной стратегии организации должно являться обоснование необходимости принятия новых технологических решений. В современных условиях на первый план выдвигаются три задачи:

Во-первых, резко усложнился процесс выбора производственной технологии в условиях ее динамичного развития.

Во-вторых, каждое предприятие все чаще становится перед дилеммой - закупать ли технологию на рынке или осуществлять собственные технологические разработки.

В-третьих, поскольку сами технологии становятся источником дохода, постольку предприятие должно решать вопрос, продвигать ли свои разработки на рынок или использовать их самим.

Триединство решений требует соответствующей адаптации сложившихся организационных структур предприятия, которые традиционно ориентированы на рассмотрение данных задач изолированно, вне связи друг с другом.

Можно сказать, что разработка инновационной стратегии организационно-экономическим образом связана с производственной стратегией, или стратегией производства предприятия, обеспечивающей выпуск продукции на основе использования новых технологических и технических решений.

Таким образом, разработка инновационной стратегии организации – это неотъемлемая часть успешного ее развития. Для того чтобы достойно конкурировать в современном изменчивом и непредсказуемом мире, необходимо выстроить грамотную и правильную стратегию развития.

Список литературы

1. Вопрос выбора стратегии // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://sci-book.com/fundamentalnaya-filosofiya/vyibore-strategii-innovatsionnogo-razvitiya-55815.html>
2. Дмитриева О.В. Исследование систем управления деятельностью высших учебных заведений: монография / О.В. Дмитриева, В.Н. Фрянов. – Новокузнецк: изд-во СибГИУ, 2010. – 143 с.
3. Дмитриева О.В. Организационно-экономический механизм системы управления социально-экономической деятельностью вуза: монография /О.В. Дмитриева, В.Н. Фрянов. – Новокузнецк.: изд-во СибГИУ, 2009. – 172 с.
4. Экономическая стратегия // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://magak.ru/economica-stroiki/obshaya-informatciya/264-2012-07-13-11-31-54?showall=1>
5. Стратегический анализ // [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://inform.od.ua/articles/examen/strategicheskiy_analiz.htm

© А.А. Макаревич, 2015

Митина Инна Николаевна

Ст. преподаватель Воронежского филиала
ФГБОУ ВПО «Российского экономического
университета имени Г.В. Плеханова»
г. Воронеж, РФ, E-mail: inna.mitina.69@mail.ru

Кравченко Антон Павлович,

Магистрант Воронежского филиала
ФГБОУ ВПО «Российского экономического
университета имени Г.В. Плеханова»
г. Воронеж, РФ, E-mail: kravchenko_ap1984@mail.ru

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Финансовый результат – обобщающий показатель оценки эффективности (неэффективности) деятельности хозяйствующего субъекта на определенных стадиях его формирования. Он представляет собой прибыль или убыток, выявленный за отчетный период на основании бухгалтерского учета всех хозяйственных операций организации и оценки статей баланса.

При формирующихся рыночных отношениях ориентация организации на получение прибыли является неперенным условием для её успешной предпринимательской деятельности, а также критерием выбора оптимальных направлений и методов этой деятельности. Прибыль является источником не только производственного, но и социального развития организации, а также способствует увеличению материальных доходов её работников. Кроме того, за счет прибыли формируется определенная часть доходов государственного бюджета. Прибыль служит также источником увеличения капитала организации и, следовательно, расширения бизнеса. [5,с.29] В современных условиях работы, при становлении и развитии коммерческих организаций, вопросы правильности анализа финансовых результатов становятся наиболее актуальными [4,с.55].

Информация о финансовых результатах деятельности организации формируется в «отчете о финансовых результатах», которые складываются как разница между полученными доходами и производственными расходами.

Доходы и расходы организации в зависимости от их характера, условия получения или осуществления и направления деятельности организации подразделяются на группы:

- доходы и расходы по обычным видам деятельности;
- прочие доходы и расходы.

Анализ финансовых результатов организации в современных научных источниках рассматривается как совершенно самостоятельный элемент комплексного экономического анализа. Причиной этому служит исключительная важность анализа финансовых результатов. Именно благодаря ему появляется возможность улучшения финансового положения организации, а по расчетным результатам принимаются экономически обоснованные решения.

Ведущие специалисты в области экономики анализируют содержание комплексного экономического анализа финансовых результатов в самых различных аспектах. Соответственно мы можем наблюдать существенные различия в подходе к изучению состава, а также последовательности аналитических процедур, которые проводятся при анализе финансовых результатов предприятия.

На наш взгляд, рассматривая методологические основы анализа финансовых результатов и эффективности деятельности организации, необходимо отметить внешний и внутренний анализ финансовых результатов [1, с.120] и выделить три этапа его проведения. На начальном этапе внешнего анализа формируется представление об основополагающих

принципах формирования доходов и расходов организации, отраженных в отчете о финансовых результатах и пояснительной записки к годовой бухгалтерской отчетности.

На следующем этапе выявляются стабильные и случайные факторы, из-за которых произошли изменения, раскрываются причины изменений конечного финансового результата. Последний этап включает в себя углубленный анализ финансовых результатов с привлечением данных управленческого учёта о доходах и расходах в разрезе центров ответственности. На данном этапе крайне важно оценить качество полученного финансового результата, спрогнозировать будущие результаты и проанализировать рентабельность деятельности организации.

Итак, методологический подход к содержанию экономического анализа финансовых результатов, по нашему мнению, должен иметь следующие основополагающие принципы. Во-первых, проводя анализ финансовых результатов, следует соблюдать логику движения от общего к частному и, далее, к рассмотрению влияния частного на общее. Т.е. сначала анализируются общие показатели финансовых результатов деятельности организации в их динамике, после чего исследуется их структура, определяются изменения в рассматриваемом периоде по отношению к базисному периоду или к бизнес-плану. Затем выявляются факторы, действие которых привело к изменениям, а также показатели, при помощи которых можно дать количественную оценку влияния факторов на изменение финансовых результатов организации.

Список используемой литературы:

1. Ефимова О. В. Финансовый анализ. 4-е изд., перераб. и доп / О. В. Ефимова. М.: Бухгалтерский учёт, 2012. 528 с.
2. Малицкая В.Б., Нечаева С.Н. Исследование современных подходов к определению уровня эффективности / В.Б. Малицкая, С.Н. Нечаева // Вестник Российского государственного торгово-экономического университета. 2010. №7-8 (45). С.35-41
3. Нечаева С.Н. Малицкая В.Б. Оценка факторов экономической эффективности на микро-уровне / С.Н. Нечаева, В.Б. Малицкая // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2010 №3. С.83-88
4. Чиркова М.Б., Малицкая В.Б. Бухгалтерский финансовый учет: учебное пособие / М.Б. Чиркова, В.Б. Малицкая. – часть 2. – Воронеж, 2010.
5. Чиркова М.Б., Коновалова Е.М., Малицкая В.Б., Анализ хозяйственной деятельности организации; сборник заданий и тестов: учебное пособие / М.Б. Чиркова, В.Б. Малицкая, Е.М. Коновалова. – М.: Эксмо, 2008.

© Митина И.Н., Кравченко А.П.

УДК 338.462

Нехайчук Юлия Серафимовна

к.э.н., доцент КФУ им. В.И. Вернадского
г. Симферополь, РФ, e-mail: dimchikn@mail.ru

Нехайчук Дмитрий Валериевич

к.э.н., доцент КФУ им. В.И. Вернадского
г. Симферополь, РФ, e-mail: dimchikn@mail.ru

О ПРОБЛЕМАХ БЮДЖЕТНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

В хозяйственной жизни необходимо соблюдать ряд общепризнанных правил для того, чтобы деятельность экономических субъектов не привела к хаосу и кризису, а наоборот, превратилась в совокупность процессов, обеспечивающих развитие экономики и

повышение уровня жизни населения. Одним из условий функционирования социально-экономического уклада является понимание, общественное признание этих правил и их обязательное соблюдение экономическими субъектами.

В начале XXI века увеличилось количество задач государственного регулирования экономики, к тому же они значительно усложнились. Все большее прикладное значение приобретает проблематика, связанная с качественным улучшением организации и деятельности системы государственного регулирования, определение структурно-экономических основ построения рациональной системы хозяйствования, путей оптимизации разграничения компетенции и ответственности органов государственного управления, тенденций трансформации содержания, функционирования и форм экономического регулирования государства [1].

Учитывая неравномерность регионального развития, присущую всем без исключения странам, повышенное внимание заслуживает именно государственное регулирование развития регионов и прежде всего – местных бюджетов. Финансовая система любой страны гибко реагирует на изменения в реальном секторе. Изменения по размещению производств, размещение населения приводят к изменениям в субъектах и объектах налогообложения, что предполагает соответствующие изменения в системе наполнения и использования бюджетов.

Региональное развитие в современных реалиях требует особо тщательных подходов при регулировании, прежде всего из-за невысокой эффективности экономики во многих регионах страны, а также из-за необходимости перераспределения доходов для достижения примерно одинакового уровня предоставления социальных услуг по всей стране. На наш взгляд, эффективность достижения целей регулирования местных бюджетов зависит от набора форм, методов, инструментов, принципов регулирования, а главное – их обоснованного и комплексного сочетания. Такое сочетание форм, методов, инструментов и принципов и представляет собой механизм регулирования местных бюджетов.

К основным формам регулирования местных бюджетов можно отнести:

1. Комплексное планирование экономического и социального развития региона; реализацию региональных и целевых программ; управления хозяйственной деятельностью государственных предприятий;
2. Бюджетно-налоговую, денежно-кредитную и амортизационную политику; систему социальной защиты населения.

Так, по формам воздействия методы государственного регулирования подразделяются на две группы: методы прямого и косвенного воздействия. В зависимости от средств воздействия выделяют правовые, административные, экономические и пропагандистские методы.

Прямые и косвенные методы регулирования как экономики в целом, так и местных бюджетов в частности – методы прямого воздействия, непосредственно сказываются на функционировании субъектов рынка. Такое влияние используется с помощью административно-правовых инструментов, регламентирующих деятельность субъектов хозяйствования, и экономических инструментов прямого воздействия. Основными инструментами прямого государственного регулирования являются нормативно-правовые акты, макроэкономические планы, целевые комплексные программы. Методы косвенного регулирования регламентируют поведение субъектов рынка не напрямую, а через создание определенной экономической среды, заставляет их действовать в нужном для государства направлении. Опосредованное регулирование предполагает воздействие на экономические интересы.

К методам косвенного регулирования относятся инструменты фискальной, бюджетной, денежно-кредитной, инновационной экономической политики, отдельные элементы инвестиционной политики.

Правовые методы регулирования экономики, и в том числе местных бюджетов, заключаются в деятельности государства по установлению обязательных для выполнения юридических норм (правил) поведения субъектов права. В этом случае принуждение обеспечивается развитием общественного сознания и силой государственной власти [1].

Сосредоточим внимание на актуальных проблемах такого важного звена местных финансов Российской Федерации, как местные бюджеты. Ученые-экономисты на протяжении последних десяти лет пытаются найти эффективные пути для решения проблем использования и формирования средств местных бюджетов, а особенно актуальными являются проблемы реформирования межбюджетных отношений. Это связано с тем, что почти каждое государство в мире сталкивается с проблемой финансового обеспечения административно-территориальных образований. С началом всех структурных преобразований в экономике государства, выросли требования к количеству и качеству общественных услуг, предоставляемых местными органами исполнительной власти. Текущие расходы местных бюджетов – заработная плата работникам бюджетной сферы, содержание медицинских и дошкольных учреждений, социальные выплаты являются крайне тяжелыми для самостоятельного выполнения органами местного самоуправления.

Основной целью реформирования может быть только четкое определение и балансирование финансовых отношений между различными уровнями бюджетной системы государства.

Несмотря на декларативность постулата о соответствии децентрализации управленческих функций децентрализации бюджетных и финансовых ресурсов, следует указать на существующее несоответствие между обязательствами по расходам местных бюджетов и источниками финансирования. Среди трансфертов преобладают дотации, а среди субвенций – субвенции социальной защиты. Дотация, которая является нецелевым трансфертом, с одной стороны, позволяет местным органам тратить средства по собственному усмотрению. Однако, с другой стороны, преимущественное использование дотаций формирует угрозу «распыления» средств среди неприоритетных для данной территории или местности направлений расходов. Несмотря на то, что выбор направлений использования дотаций выравнивания может определяться местными органами власти самостоятельно, на их решение существенно влияет необходимость обеспечения бюджетных программ по финансированию благ и услуг по решению центральных органов власти.

В структуре субвенций, как отмечалось, около двух третей составляют субвенции на выполнение государственных программ социальной защиты населения, кроме предоставления жилищных субсидий и льгот населению для оплаты жилья и коммунальных услуг, взамен субвенции на социально-экономическое развитие составляют незначительную долю.

Для того, чтобы построить бюджетную систему, при функционировании которой учитывались бы интересы регионального развития, необходимо, обратить внимание на принципы теории бюджетного федерализма. Учредителями данной теории в США считают государственных деятелей, ученых А. Гамильтона, Дж. Джея, Дж. Мэдисона [2].

Среди современных западных ученых проблемами бюджетного федерализма занимаются Ч. Тибу, Р. Масгрейв, В. Оатс [3]. Данная теория построена на принципе децентрализации, так как многие функции по предоставлению общественных благ должны предоставляться именно местными органами власти, ведь на местном уровне можно полнее

учесть потребности жителей территориальной общины. Внедрение принципов бюджетного федерализма как в федеративных, так и в унитарных государствах гарантирует получение гражданами определенного государством минимума социальных благ во всех регионах.

Главным является то, что бюджетный федерализм позволяет в условиях относительной самостоятельности каждого бюджета сочетать фискальные, социальные и экономические интересы центра с интересами административно-территориальных единиц и органов местного самоуправления.

Однако при этом надо отметить, что основы финансовой самостоятельности заключаются в оптимальном учете и сочетании интересов государства, органов местного самоуправления, субъектов предпринимательской деятельности и населения. Ничем не ограниченная финансовая независимость имеет такую же негативную суть, как и чрезмерная централизация в использовании финансовых ресурсов.

Незначительное внимание властных структур к указанным проблемам бюджетного регулирования приводит к усилению иждивенческих настроений отдельных регионов относительно государства, незаинтересованности увеличения производственных мощностей других регионов, неэффективному распределению средств и их расходованию. Поэтому реформирование системы межбюджетных отношений должно происходить с учетом всех указанных проблем, с целью рационализации этой системы и повышения эффективности функционирования ее составляющих.

Важной остается роль инвестиционных инструментов влияния государства на экономику регионов, поскольку они не только позволяют прямо влиять на поступления в местные бюджеты, но и контролировать экономическую ситуацию в регионах.

Литература

1. *Воротін, В. С.* Макроекономічне регулювання в умовах глобальних трансформацій : монографія . – К. : Вид-во УАДУ, 2002. – С. 4.
 2. *Шумахер, У.* Финансовий федералізм у Федеративній Республіці Німеччина / Фонд «Україна—США». Програма сприяння парламентові України. – С. 7.
 3. *Masgrave, R.* The Theory of Public Finance. – New York, McGraw-Hill, 1959; *Oats, W.* An Essay on Fiscal Federalism // Journal of Economic Literature. – 1999. – Vol. 37/ – P. 1120–1149.
- © Нехайчук Ю.С., Нехайчук Д. В.

УДК 338.001.36

Нечаев Андрей Сергеевич

доктор экон. наук, профессор ИрГАУ им. А.А. Ежевского
г. Иркутск, РФ E-mail: n-a-s@mail.ru

Кашей Инна Павловна

магистрант 2 курса ИрГАУ им. А.А. Ежевского
г. Иркутск, РФ E-mail: kiska-1313@mail.ru

ОПЕРАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ КАК ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМ РЕЗУЛЬТАТОМ ОТ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ЗАО «ИРКУТСКИЕ СЕМЕНА»

В статье проведен операционный анализ финансового результата от производственной деятельности предприятия, позволяющий оценить зависимость финансовых результатов от

издержек и объемов производства продукции. Операционный анализ служит поиску наиболее выгодных комбинаций между переменными затратами на единицу продукции, постоянными издержками, ценой и объемом продаж.

Ключевые слова: распределение прибыли, постоянные затраты, переменные затраты, издержки производства, операционный анализ, факторный анализ финансового результата.

Операционный анализ является одним из самых простых и эффективных методов оперативного и стратегического планирования. Он основан на отслеживании зависимости финансовых результатов деятельности предприятия от издержек и объемов производства продукции.

Таблица 1 – Разделение затрат на постоянные и переменные по зерну в ЗАО «Иркутские семена» за 2011-2014 гг., тыс. руб.

Показатель	2011г.		2012г.		2013г.		2014г.		2014г. в % к 2011г.	
	тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %
Переменные затраты, в т.ч.:			1507		1328					
материальные затраты	7966	71,0	2	72,0	6	76,0	19491	73,9	11525	244,7
затраты на оплату производственных рабочих										
коммерческие расходы	6054	54,0	6	55,6	3	59,3	15798	59,9	9744	260,9
Постоянные затраты, в т.ч.:										
амортизация	2071	18,5	3256	15,6	2790	16,0	3562	13,5	1491	172,0
затраты на оплату труда управленческого аппарата	159	1,4	181	0,9	133	0,8	131	0,5	-28	82,4
прочие затраты	3254	29,0	5862	28,0	4196	24,0	6879	26,1	3625	211,4
Итого	143	1,3	240	1,1	629	3,6	924	3,5	781	645,4
	182	1,6	270	1,3	210	1,2	358	1,4	176	196,5
	2928	26,1	5369	25,6	3357	19,2	5597	21,2	2669	191,1
	1122	100	2093	100	1748	100	26370	100	15150	235,0

Операционный анализ служит поиску наиболее выгодных комбинаций между переменными затратами на единицу продукции, постоянными издержками, ценой и объемом продаж. Поэтому этот анализ невозможен без разделения издержек на постоянные и переменные.

За четыре года затраты по реализованному зерну увеличились (табл. 1) в 2,4 раза и в 2014 г. составили 26370 тыс. руб., в том числе переменные затраты занимают 74 % удельного веса, а постоянные – 26 %. Переменные затраты возросли в 2,4 раза и в отчетном году составили 19491 тыс. руб. Данное увеличение произошло за счет роста материальных затрат более чем в 2 раза (на 9744 тыс. руб.) и затрат на оплату труда производственных рабочих в 1,7 раза (на 1491 тыс. руб.), а также снижения коммерческих расходов на 18% (на 28 тыс. руб.).

На увеличение постоянных затрат в 2,1 раз (на 3625 тыс. руб.) оказало влияние рост амортизации более чем в 6 раза (на 781 тыс. руб.), затрат на оплату труда управленческого аппарата на 96,1 % (на 176 тыс. руб.) и прочих затрат на 91,1% (на 2669 тыс. руб.).

Наибольший удельный вес в структуре переменных затрат занимают материальные затраты (74 %), а структуре постоянных затрат – прочие затраты (в том числе отчисления на социальные нужды) – около 21% удельного веса.

Таблица 2 – CVP-анализ зерна в ЗАО «Иркутские семена» за 2011-2014 гг.

Показатели	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2014 г. к 2011 г., в %
Выручка от реализации, тыс.руб.	17023	23624	17524	30559	179,52
Переменные затраты, тыс.руб.	7966	15072	13286	19491	244,67
Постоянные затраты, тыс.руб.	3254	5862	4196	6879	211,41
Прибыль (убыток), тыс.руб.	5803	2690	42	4189	72,18
Уд. переменные затраты, руб.	332,5	371,2	395,6	425,3	127,92
Объем продаж, ц	23959	40608	33583	45826	191,27
Цена 1 ц, руб.	711	582	522	667	93,86
Порог рентабельности, ц	8608	27838	33243	28482	330,89
Пороговая выручка, тыс. руб.	6116	16195	17347	18993	310,56
Маржинальный доход, тыс.руб.	9057	8552	4238	11068	122,20
Запас финансовой прочности, %	64,07	31,45	1,01	37,85	59,07
Запас финансовой прочности, тыс.руб.	10907	7429	177	11566	106,04
Эффект операционного рычага	1,56	3,18	100,90	2,64	169,30

Предприятие получает выручку от реализации (табл. 2) как продовольственного, так и зерна на семена. Этот показатель увеличился за анализируемый период на 79 % или на 30559 тыс. руб. В связи с увеличением постоянных и переменных затрат прибыль от продажи зерна в 2014г. снизилась на 1614 тыс. руб. или на 27,8% и составила 4189 тыс. руб. Тем самым эффект операционного рычага увеличился на 69,3%, что говорит о повышении предпринимательских рисков.

Минимальное значение эффекта операционного рычага составило в 2011г. – 1,56, т.е. предпринимательские риски минимальны. Это обусловлено снижением затрат и увеличением прибыли по сравнению с другими годами.

Маржинальный доход значительно снизился в 2014г., по сравнению с 2011г. – на 22,2 %. Порог рентабельности увеличился в 2014г. по сравнению с 2011г. более чем в 3 раза, что

говорит о том, что предприятию необходимо (по сравнению с предыдущими годами) больше производить зерна для того, чтобы покрыть свои затраты.

Таблица 3 – Влияние факторов на эффект операционного рычага от реализации зерна в ЗАО «Иркутские семена» за 2011-2014 гг.

Показатель	2011г.	2014г.	Отклонение (+;-)
Выручка от реализации, тыс.руб.	17 023	30 559	13536
Постоянные затраты, тыс.руб.	3 254	6 879	3625
Переменные затраты, тыс.руб.	7 966	19 491	11525
Прибыль, тыс.руб.	5 803	4 189	-1614
Цена 1 ц, руб.	711	667	-44
Объем продаж, ц	23 959	45 826	21867
Эффект операционного рычага	1,56	2,64	1,08
Изменение за счет:			
а) изменения объема реализации	$((711*45826)/1000-7966)/((711*45826-3254-7966)=1,15$ $1,15-1,56=-0,41$		-0,41
б) изменения цены реализации	$(30559-7966)/(30559-7966-3254)=1,17$ $1,17-1,15=0,02$		
в) изменения переменных затрат	$(30559-19491)/(30559-19491-3254)=1,42$ $1,42-1,17=0,25$		0,25
г) изменения постоянных затрат	1,08-1,42=0,34		-0,34

Запас финансовой прочности в отчетном году составил 37,8 %, что на 26 процентных пункта меньше значения в базисном году, он показывает, что если при изменении рыночной ситуации (ухудшении конкурентоспособности, сокращении спроса) выручка предприятия сократится менее, чем на 37,8%, то предприятие будет получать прибыль, если более, чем на 37,8%, - окажется в убытке. Рассмотрим факторы, которые влияют на показатели CVP-анализа зерна за анализируемый период.

Таблица 4 – Влияние факторов на маржинальный доход от реализации зерна в ЗАО «Иркутские семена» за 2011-2014 гг., тыс. руб.

Показатель	2011г.	2014г.	Отклонение (+;-)
Выручка от реализации	17 023	30 559	13 536
Переменные затраты	7 966	19 491	11 525
Маржинальный доход	9 057	11 068	2 011
Изменение за счет:			
а) изменения выручки от реализации	30559-7966=22593; 22593-9057=13536		13 536
б) изменения переменных затрат	30559-19491=11068; 11068-22593=-11525		-11 525

На снижение эффекта операционного (табл. 3) рычага в 2014 г. на 0,34 оказал влияние рост постоянных затрат на 3625 тыс. руб. На повышение эффекта операционного рычага на 0,25 повлияло увеличение переменных затрат на 11525 тыс. руб., а на 0,02 - снижение цены 1 ц зерна на 44 руб. Эффект операционного рычага снизился на 0,41 за счет роста объема продаж на 21867 ц.

Маржинальный доход (табл. 4) в 2014г. по сравнению с 2011г. снизился на 2011 тыс. руб. за счет увеличения выручки от реализации зерна на 13536 тыс. руб. и роста переменных затрат на 11525 тыс. руб.

Таблица 5 – Влияние факторов на точку безубыточности в ЗАО «Иркутские семена» за 2011-2014 гг., тыс. руб.

Показатель	2011г.	2014г.	Отклонение (+;-)
Выручка от реализации	17 023	30 559	13 536
Постоянные затраты	3 254	6 879	3 625
Переменные затраты	7 966	19 491	11 525
Точка безубыточности	6116	18993	12 877
Изменение за счет:			
а) изменения постоянных затрат	$6879 / ((19491 - 7966) / 19491) = 12929$		6813
	$12929 - 6116 = 6813$		
б) изменения выручки	$6879 / ((30559 - 7966) / 30559) = 9304$		-3625
	$9304 - 12929 = -3625$		
в) изменения переменных затрат	$6879 / ((30559 - 19491) / 30559) = 18993$		9689
	$18993 - 9304 = 9689$		

На рост точки безубыточности (табл. 5) в денежном выражении на 6813 тыс. руб. повлияло увеличение постоянных затрат на 3625 тыс. руб. Изменение выручки в сторону увеличения в размере 13536 тыс. руб. оказало влияние на снижение точки безубыточности на 3625 тыс. руб. Точка безубыточности увеличилась на 9689 тыс. руб. за счет роста переменных затрат на 11525 тыс. руб. В общем точка безубыточности в 2014г. по сравнению с 2011г. на 12877 тыс. руб. Это говорит о том, что предприятию необходимо производить больше продукции для покрытия затрат, а рост запаса финансовой прочности на 17161 тыс. руб. оказало увеличение выручки от реализации на 13536 тыс. руб. Запас финансовой прочности снизился на 6813 тыс. руб. за счет роста постоянных затрат на 3625 тыс. руб. А также на снижение запаса финансовой прочности на 9689 тыс. руб. повлияло увеличение переменных затрат на 11525 тыс. руб. В целом запас финансовой прочности увеличился на 658 тыс. руб. в 2014 г. по отношению к 2011г.

Таблица 6 – Влияние факторов на запас финансовой прочности от реализации зерна в ЗАО «Иркутские семена» за 2011-2014гг., тыс. руб.

Показатель	2011г.	2014 г.	Отклонение (+;-)
Выручка от реализации	17 023	30 559	13 536
Постоянные затраты	3 254	6 879	3 625
Переменные затраты	7 966	19 491	11 525
Запас финансовой прочности	10907	11566	658
Изменение за счет:			

а) изменения постоянных затрат	изменения	$17023-(6879/((17023-966)/17023))=4094$	-6813
		$4094-10907=-6813$	
б) изменения выручки		$30559-(6879/((30559-7966)/30559))=21255$	17161
		$21255-4094=17161$	
в) изменения переменных затрат		$30559-(6879/((30559-19491)/30559))=11566$	-9689
		$11566-21255=-9689$	

Таблица 7 – Разделение затрат на постоянные и переменные по производству картофеля в ЗАО «Иркутские семена» за 2011-2014 гг., тыс. руб.

Показатель	2011г.		2012г.		2013г.		2014г.		2014г. в % к 2011г.	
	тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %
Переменные затраты, в т.ч.:	13 473	71,0	25 779	72,0	15 026	76,0	2914 8	76,2	1567 5	216,3
материальные затраты	10 239	54,0	19 901	55,6	11 720	59,3	2409 6	63,0	1385 7	235,3
затраты на оплату производственных рабочих	3 503	18,5	5 568	15,6	3 155	16,0	4728 4	12,4	1225 0	135,0
коммерческие расходы	269	1,4	309	0,9	150	0,8	324	0,8	55	120,2
Постоянные затраты, в т.ч.:	5 503	29,0	10 025	28,0	4 745	24,0	9118 8	23,8	3615 7	165,7
амортизация	242	1,3	411	1,1	712	3,6	925	2,4	683	382,0
затраты на оплату труда управленческого аппарата	308	1,6	461	1,3	237	1,2	365	1,0	57	118,4
прочие затраты	4 953	26,1	9 183	25,6	3 796	19,2	7828 5	20,5	2875 1	158,1
Итого	18 976	100	35 804	100	19 771	100	3826 6	100	1929 0	201,7

Затраты по реализованному картофелю (табл. 7) в отчетном году увеличились в 2 раза или на 19290 тыс. руб. и составили 38266 тыс. руб., в том числе на переменные затраты приходится около 76 % удельного веса, а на постоянные – около 24 %. На рост переменных затрат в 2,2 раза или на 15675 тыс. руб. оказало влияние увеличение материальных затрат в 2,3 раза (на 13857 тыс. руб.), а также рост затрат на оплату труда производственных рабочих на 35,0% или на 1225 тыс. руб. и коммерческих расходов почти на 20,2% (на 55 тыс. руб.).

Постоянные затраты возросли на 65,7% или 3615 тыс. руб., за счет увеличения амортизации более чем в 3 раза (на 638 тыс. руб.), а также увеличения прочих затрат на

58,1% или 2875 тыс. руб. и затрат на оплату труда управленческого аппарата на 18,4% или 57 тыс. руб.

Выручка от реализации за анализируемый период снижалась, но в 2014г. данный увеличилась по сравнению с 2013 г. на 13035 тыс. руб. По сравнению с 2011г. в 2014г. выручка от реализации картофеля незначительно возросла (на 0,15%). В связи с увеличением постоянных и переменных затрат на 1,7 раза и 2,1 раза соответственно, прибыль от продажи картофеля в 2014г. снизилась на 19229 тыс. руб. или на 88,3% и составила 2540 тыс. руб. Тем самым эффект операционного рычага увеличился на 3,3, что говорит о значительном увеличении предпринимательских рисков. Минимальное значение эффекта операционного рычага составило в 2011г. – 1,25, т.е. предпринимательские риски минимальны. Это обусловлено снижением затрат и увеличением прибыли по сравнению с другими годами.

Таблица 8 – CVР-анализ картофеля «Иркутские семена» за 2011-2014гг.

Показатели	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2014 г. к 2011 г., в %
Выручка от реализации, тыс.руб.	40745	39755	19606	40806	100,15
Переменные затраты, тыс.руб.	13473	25779	15026	29148	216,34
Постоянные затраты, тыс.руб.	5503	10025	4745	9118	165,69
Прибыль (убыток), тыс.руб.	21769	3951	-165	2540	11,67
Уд. переменные затраты, руб.	497	576	608	686	137,94
Объем продаж, ц	27109	44755	24714	42518	156,84
Цена 1 ц, руб.	1503	888	793	960	63,85
Порог рентабельности, ц	5470	32103	25605	33254	607,92
Пороговая выручка, тыс. руб.	8222	28516	20313	31915	388,19
Маржинальный доход, тыс.руб.	27272	13976	4580	11658	42,75
Запас финансовой прочности, %	79,82	28,27	-	21,79	27,30
Запас финансовой прочности, тыс.руб.	32523	11239	-	8891	27,34
Эффект операционного рычага	1,25	3,54	-	4,59	366,36

Маржинальный доход значительно снизился в 2014г., по сравнению с 2011г. – на 57,3 %. Порог рентабельности увеличился в 2014г. по сравнению с 2011г. более чем в 6 раз, что говорит о том, что предприятию необходимо (по сравнению с предыдущими годами) больше производить зерна для того, чтобы покрыть свои затраты.

Таблица 9 – Влияние факторов на эффект операционного рычага от реализации картофеля в ЗАО «Иркутские семена» за 2011-2014 гг.

Показатель	2011г.	2014г.	Отклонение (+;-)
Выручка от реализации, тыс.руб.	40745	40806	61
Постоянные затраты, тыс.руб.	5503	9118	3615
Переменные затраты, тыс.руб.	13473	29148	15675
Прибыль, тыс.руб.	21 769	2 540	-19229
Цена 1 ц, руб.	1 503	960	-543
Объем продаж, ц	27109	42518	15409
Эффект операционного рычага	1,25	4,59	3,34

Изменение за счет:			
а) изменения реализации	объема	$((1503*42518)/1000-13473)/$	-0,13
		$((1503*42518-5503-13473)=1,12$	
б) изменения реализации	цены	$(40806-13473)/(40806-13473-5503)=1,25$	0,13
		$1,25-1,12=0,13$	
в) изменения затрат	переменных	$(40806-29148)/(40806-29148-5503)=1,89$	0,64
		$1,89-1,25=0,64$	
г) изменения затрат	постоянных	$3,34-1,89=1,45$	1,45

Запас финансовой прочности в отчетном году составил 21,8%, что на 58 процентных пункта меньше значения в базисном году, он показывает, что если при изменении рыночной ситуации (ухудшении конкурентоспособности, сокращении спроса) выручка предприятия сократится менее, чем на 27,3%, то предприятие будет получать прибыль, если более, чем на 27,3%, - окажется в убытке.

Рассмотрим факторы, которые влияют на показатели операционного анализа картофеля.

На увеличение эффекта операционного рычага (табл. 2.16) в 2014 г. на 1,45 оказал влияние рост постоянных затрат на 3615 тыс. руб., а также на повышение эффекта операционного рычага на 0,64 повлияло увеличение переменных затрат на 15675 тыс. руб. и снижение цены на 1 ц картофеля на 543 руб. увеличило эффект операционного рычага на 0,13. На снижение операционного рычага на 0,13 повлияло увеличение объема реализации на 15409 ц.

Таблица 10 – Влияние факторов на маржинальный доход от реализации картофеля в ЗАО «Иркутские семена» за 2011-2014 гг., тыс. руб.

Показатель	2011 г.	2014 г.	Отклонение (+;-)
Выручка от реализации	40745	40806	61
Переменные затраты	13473	29148	15675
Маржинальный доход	27272	11658	-15614
Изменение за счет:			
а) изменения выручки от реализации	$40806-13473=27333$		61
	$27333-27272=61$		
б) изменения переменных затрат	$40806-29148=11658$		-15675
	$11658-27333=-15675$		

Маржинальный доход в 2014г. уменьшился на 15614 тыс. руб. в связи с сокращением выручки от реализации картофеля на 61 тыс. руб. и ростом переменных затрат на 15675 тыс. руб.

Таблица 11 – Влияние факторов на точку безубыточности от реализации картофеля в ЗАО «Иркутские семена» за 2011-2014 гг., тыс. руб.

Показатель	2011г.	2014г.	Отклонение (+;-)
Выручка от реализации	40745	40806	61
Постоянные затраты	3 254	6 879	3 625
Переменные затраты,	7 966	19 491	11 525

Точка безубыточности	4045	13169	9 125
Изменение за счет:			
а) изменения постоянных затрат	$6879/((40745-7966)/40745)=8551$		4506
	8551-4045=4506		
б) изменения выручки	$6879/((40806-7966)/40806)=8548$		-3
	8548-8551=-3		
в) изменения переменных затрат	$6879/((40806-19491)/40806)=13169$		4622
	13169-8548=4622		

В 2014г. по сравнению с 2011г. точка безубыточности увеличилась на 9125 тыс. руб. и составила 13169 тыс. руб. Точка безубыточности снизилась на 3 тыс. руб. за счет увеличения выручки от реализации на 61 тыс. руб. Увеличение точки безубыточности на 4622 тыс. руб. произошло за счет возрастания переменных затрат на 11525 тыс. руб., также за счет увеличения постоянных затрат на 3625 тыс. руб. точка безубыточности увеличилось на 4506 тыс. руб.

Снижение запаса финансовой прочности на 23368 тыс. руб. связано с ростом переменных затрат от реализации картофеля на 11525 тыс. руб. Также на уменьшение запаса финансовой прочности на 329 тыс. руб. оказало влияние рост постоянных затрат на 3625 тыс. руб. Запас финансовой прочности увеличился на 64 тыс. руб. за счет увеличения выручки от реализации картофеля на 61 тыс. руб. В общем запас финансовой прочности уменьшился на 23633 тыс. руб. и составил 8891 тыс. руб., что говорит о том, что предприятию необходимо увеличить объем реализации картофеля для увеличения запаса финансовой прочности.

Таблица 12 – Влияние факторов на запас финансовой прочности за счет реализации картофеля в ЗАО «Иркутские семена» за 2011-2014гг., тыс. руб.

Показатель	2011г.	2014г.	Отклонение (+;-)
Выручка от реализации	40 745	40 806	61
Постоянные затраты	3 254	6 879	3 625
Переменные затраты	7 966	19 491	11 525
Запас финансовой прочности	32 523	8 891	-23 633
Изменение за счет:			
а) изменения постоянных затрат	$40745-(6879/((40745-7966)/40745))=32194$		-329
	32194-32523=-329		
б) изменения выручки	$40806-(6879/((40806-7966)/40806))=32258$		64
	32258-32194=64		
в) изменения переменных затрат	$40806-(6879/((40806-19491)/40806))=27637$		-23368
	8891-32258=-23368		

На основании проведенного анализа можно сказать, что ЗАО «Иркутские семена» за время своего существования расширяет и улучшает свою деятельность, что обусловлено образованием филиала «Элитхоз», расширением производственной базы (покупка техники, приобретение земельных участков, внедрение элитных семян картофеля и зерновых,

увеличение численности работников). В период с 2011 по 2014гг. финансовые показатели ЗАО «Иркутские семена» улучшаются, но в 2013 г. в связи со снижением урожайности картофеля по причине засухи предприятие получило убыток, что повлияло на снижение эффективности его деятельности.

Таким образом, операционный анализ показал, что для увеличения финансового результата необходимо повышение объема производства и реализации продукции, а также снижение затрат на единицу продукции.

Список литературы

1. Стародубцева Ю.В. Оценка влияния факторов производства на прибыль при помощи методики маржинального анализа // НАУКА-RASTUDENT.RU. – 2014. - №12-1. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-vliyaniya-faktorov-proizvodstva-na-pribyl-pri-pomoschi-metodiki-marzhinalnogo-analiza>

2. Тяпкина М.Ф. Финансовый анализ: теория и практика. учебное пособие / М.Ф.Тяпкина – Иркутск: ИрГАУ, 2015. – 133 с.

3. Финансовый менеджмент: теория и практика: учебник / под ред. Е.С.Стоянова. – 6-е изд. М: Изд-во «Перспектива», 2010. – 656 с.

© Нечаев А. С., Кащей И.П.

УДК 330

Пидоренко Иван Александрович

Студент 3 курса ИЭиУ, СКФУ

г. Ставрополь, РФ

E-mail: shakerman@rambler.ru

ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ 3D SYSTEMS

Конкурентоспособность предприятий в современных условиях глобализации мировой экономики зависит от их инновационно-инвестиционной деятельности, которая стала фактором эффективного развития предприятия, а также значимой составляющей развития мировой и национальной инновационных систем. Проблемы инновационно-инвестиционного развития требуют определенных решений, подходов и являются актуальными на сегодняшний день.

Инновационная деятельность – это система мероприятий, которая направлена на применение научного, научно-технического и интеллектуального потенциала для получения уникального или улучшенного продукта или услуги, нового способа их производства для удовлетворения индивидуального спроса и потребностей общества в новшествах в целом.

Важность инноваций объясняется тем, что при их внедрении повышается качество выпускаемой продукции, сокращаются производственные расходы, увеличиваются возможности ведения конкурентной борьбы и обеспечивается экономический рост.

Любая инновационная идея изначально возникает в сознании людей, но при ее материализации важную роль играют приложение определенных усилий и вложение средств, что подчеркивает связь инноваций и инвестиций.

Инвестиции, согласно трактовке Уоррена Баффета, одного из самых известных инвесторов в мире, определяются как передача другим лицам нынешней покупательной способности с расчетом получить более высокую покупательную способность (после уплаты налога на прибыль) в будущем.

Главной частью инновационно-инвестиционной деятельности является процесс создания принципиально новой техники и технологии. Однако данный процесс связан с возникновением инновационных и инвестиционных рисков, которые появляются при инвестировании предприятием средств на разработку (в том числе зарубежом), создании, продвижении и реализации новых товаров и услуг.

Риск – это одна сторона, с которой связана потребность в информации. Другой стороной являются шансы. Если предприятие располагает полной информацией о рынке, оно приобретает большую готовность для своевременного и полного использования имеющихся шансов. Следовательно, информация является условием оправданных рисков или же обеспечения сбалансированности шансов и рисков. [1, с. 137]

3D Systems – одна из самых инновационных компаний современности. Предполагается, что в перспективе технологии 3D-печати позволят создавать в бытовых условиях мебель, одежду, продукты питания и даже человеческие органы. Компания 3D Systems существует около 30 лет, а 3D принтеры более 25 лет, но только сейчас можно предполагать, что технологии трехмерной печати станут новым двигателем промышленной революции. ООН прогнозирует что к 2019 году объем рынка 3D печати составит 6,5 млрд. \$.

Основа функционирования 3D принтеров состоит в создании из многих слоев материала объемной трехмерной модели, спроектированной на ПК или полученной с помощью сканирования реального объекта. В виде использованного материала могут выступать гипс, пластик и мягкие металлы, как медь и алюминий.

На текущий момент стоимость компании 3D Systems оценивается в 5,5 млрд. \$, число используемых патентов превышает 350. За последние 5 лет корпорация с целью расширения спектра поставляемых продуктов приобрела более 50 компаний, в числе которых: Alibre (комплексные решения для 3D-печати), Z Corporation (дизайнерские решения), Viztu Technologies (разработка систем сканирования и работы над изображением.).

3D принтер и другое оборудование 3D Systems используется в 84 странах мира, в таких отраслях как: архитектура (создание проектов, моделирование), аэрокосмическая промышленность (изготовление инструментов и комплектующих), автомобилестроение (разработка новых двигателей), стоматология (протезирование), индустрия развлечений (игрушки, музыкальные инструменты) и во многих других.

Акции компании 3D Systems обращаются на Нью-Йоркской фондовой бирже и являются привлекательным финансовым инструментом для инвесторов. В период с 2012 по 2014 год они возросли более чем на 900%, однако с февраля 2014 года наблюдается спад, означающий неплохую возможность для их приобретения.

Из проведенного исследования можно сделать вывод что инновационно - инвестиционная деятельность играет ведущую роль в обеспечении устойчивого развития предприятия. А 3D-принтеры способны вывести мировую промышленность и жизнь каждого человека на новый уровень, также как в свое время это сделали железные дороги, паровые двигатели или интернет.

Список использованной литературы:

1. Каверзин, С.А. Сущность международного маркетинга и его роль в развитии предпринимательства // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2010. № 1. С. 135-138.

© И.А. Пидоренко, 2015

УДК 337

Савченко Наталья Львовна
канд. экон. наук, доцент УрГИ
Митрофанова Татьяна Леонидовна
студентка 3 курса УрФУ
г. Екатеринбург, РФ
E-mail: nsavchenko12@mail.ru

ФИНАНСОВЫЙ РИСК И ЕГО ИНДИКАТОРЫ В РАМКАХ ЭКСПРЕСС-АНАЛИЗА

Фактор риска очень важен при принятии управленческих решений для повышения благосостояния владельцев бизнеса или прироста вложенного капитала. В частности, от финансового риска предприятие не может быть полностью застрахованным ни при каком виде деловой активности.

В настоящее время не существует однозначного понимания сущности риска. Благодаря существованию различных точек зрения в экономической литературе встречается несколько определений понятия «финансовый риск». Рассмотрим значение этого термина в табл. 1.

Таблица 1

Определение финансового риска в экономической литературе

№	Автор	Определение
1.	Ковалев В.В. [2, с.556]	Риск, обусловленный структурой источников капитала предприятия
2.	Вострокнутова А.И. [3, с.187]	Разновидность рыночного риска, который обусловлен неопределенностью рыночной конъюнктуры
3.	Поляк Г.Б. [8, с.204]	Риск, возникающий в процессе отношений предприятия с финансовыми институтами (коммерческими банками, инвестиционными компаниями, страховыми, финансовыми, биржами и т.д.)
4.	Бригхэм Ю., Хьюстон Дж. [1, с.433]	Дополнительный риск, который несут акционеры в результате решения компании привлечь заемный капитал
5.	Общеэкономический и экономико-математический объяснительный словарь	Риск деятельности компании на финансовом рынке: систематический риск (неопределенность будущих доходов, которая объясняется влиянием доходности рыночных инвестиций в целом на

	«Словарь Лопатникова» [10]	доходность инвестиций в данный объект) и <i>несистематический риск</i> (являющийся функцией особенностей самого предприятия или отрасли)
6.	Интернет-ресурс «finansystem.ru.» [12]	Спекулятивный риск
7.	Электронная библиотека Elib.Me [11]	Вероятность возникновения неблагоприятных финансовых последствий в форме потери дохода или капитала в ситуации неопределенности условий осуществления его финансовой деятельности
8.	Интернет-ресурс «Википедия»	Риск, связанный с вероятностью потерь финансовых ресурсов (денежных средств)

Большинство экономических исследователей дает широкую классификацию рисков: в части работ финансовый риск является частью предпринимательских рисков [9, с.61], а в части – изучается по направлениям [4, с.361; 3, с.187, 22]. Например, некоторые ученые отмечают такие виды финансовых рисков, как: процентный, кредитный, депозитный, инвестиционный, налоговый риск, риск платежеспособности и т.д. [4, с.358; 22].

Так, при изучении структуры капитала предприятия с учетом наличия заемных средств (банковских кредитов), как правило, говорят о кредитном риске. Данный риск возникает в следующих ситуациях:

1. В случае неуплаты компанией основного долга и процентов по нему [6, с.206].
2. При предоставлении покупателям товарного (коммерческого) кредита в хозяйственной деятельности [4, с.361].

В научных работах по финансовому менеджменту и анализу финансовый риск изучается с помощью множества методов и показателей. К примеру, Ю. Бригхэм и Дж. Хьюстон для расчета финансового риска применяют среднеквадратическое отклонение и коэффициент вариации [1, с. 435-440]. Однако в современной практике менеджерам приходится принимать управленческие решения в короткие промежутки времени, в таких ситуациях полезно применять методы экспресс-анализа. Банковские организации часто пользуются так называемыми синтетическими кредитными рейтингами [7, с. 259].

В практике финансового анализа и финансового менеджмента для определения уровня финансового риска используют такие индикаторы, как финансовый рычаг, эффект финансового рычага, сила воздействия финансового рычага, дифференциал и другие [5].

Множество зарубежных и отечественных исследователей рассматривают финансовый рычаг в том случае, если предприятие использует долгосрочный заемный капитал. Однако на практике долгосрочные займы чаще привлекают крупные предприятия, а малый и средний бизнес использует краткосрочные заемные средства. Российские компании активно применяют на практике так называемые «беспроцентные займы» (кредиторскую задолженность по выплатам поставщикам, государству, своим работникам). Следовательно, если придерживаться классического подхода к определению финансового рычага, то большинство отечественных предприятий будут иметь «нулевой рычаг», и отсутствие финансового риска, что совершенно не соответствует реальной действительности [5]. Работы Тепловой Т.В., Самылина А.И. учитывают при определении финансового рычага как долгосрочные, так и краткосрочные заемные источники финансирования для расчета эффекта финансового рычага, приближенного к реальной российской практике [1, с.154; 7, с. 315].

Список используемой литературы:

1. Бригхэм Ю., Хьюстон Дж. Финансовый менеджмент. 7-е изд./ Пер. с англ. – СПб: Питер, 2013.
2. Корпоративные финансы и учет: понятия, алгоритмы, показатели /Ковалев В.В., Ковалев Вит. В. М.: Проспект, 2014.
3. Корпоративные финансы/Под ред. М.В. Романовского, А.И.Вострокнутовой. СПб.: Питер, 2014.
4. Лукасевич И.Я. Финансовый менеджмент. М.: Издательство «Национальное образование», 2013.
5. Савченко Н.Л. Журнал «Экономический анализ: теория и практика», 44(395) - 2014 ноябрь. «Основные критерии финансового риска при определении уровня финансового рычага в рамках экспресс-анализа: российская практика», с. 58-65.
6. Самылин А.И. Финансовый менеджмент. М.: ИНФРА-М, 2013.
7. Теплова Т.В. Эффективный финансовый директор. М.: Издательство Юрайт, 2010.
8. Финансовый менеджмент/ Под ред. Г.Б. Поляка. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.
9. Финансовый менеджмент/ Под ред. Е.И. Шохина. М.: КНОРУС, 2012.
10. Общеэкономический и экономико-математический объяснительный словарь «Словарь Лопатникова»: <http://slovar-lopaticnikov.ru/slovar/f/finansovyj-risk/>.
11. Электронная библиотека «Elib.Ме»: <http://elib.me/finansyi-kredit-dengi/ponyatie-finansovogo-riska-vidyi-34368.html>.
12. Интернет ресурс «finansystam.ru.»: [http:// finansystam.ru/ ru/content/ ponyatie-i-klassifikaciya-finansovyh-riskov](http://finansystam.ru/ru/content/ponyatie-i-klassifikaciya-finansovyh-riskov).

© Н.Л. Савченко, Т.Л. Митрофанова, 2015.

УДК 658.153

Слугина Светлана Викторовна
магистрант НГУЭУ
г. Новосибирск, РФ
E-mail: sluginasveta@yandex.ru

РИСКИ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

На протяжении последних лет российская энергетика сталкивается с колоссальными проблемами, связанными с хроническими неплатежами за поставленные ресурсы со стороны большей части групп потребителей. Объем проблемных долгов в отрасли носит настолько острый характер, что эта проблема неоднократно озвучивалась на уровне главы Правительства и Президента страны. На высшем уровне признано, что величина и состояние дебиторской задолженности оказывают значительное влияние на финансовое состояние субъектов энергетического рынка.

Таким образом, для энергетических предприятий тематика управления дебиторской задолженностью является актуальной, поскольку в энергетике преобладает кредитный характер поставки продукции.

Процесс управления дебиторской задолженностью сопряжен с рисками. Несмотря на то, что в последние годы риск - менеджменту уделяется особо пристальное внимание, в изученной литературе отсутствуют не только подходы к управлению рисками, связанными

с возникновением и динамикой этого оборотного актива, но и понятие риска в данной сфере практически не встречается либо ассоциируется только с кредитным риском.

По мнению Жикина А.В., «сущность риска раскрывается тремя ключевыми аспектами: риск - неблагоприятное событие, которое носит случайный характер; риск оказывает влияние на определённый объект - дебиторскую задолженность; риск, как правило, приводит к потерям средств, инвестированных в дебиторскую задолженность» [1, с.13].

Понятие риска управления дебиторской задолженностью сформулировано в работе Румянцевой А.Ю., которая его определяет как «вероятность финансовых потерь предприятия в результате неустойчивости финансовых условий товарного кредитования из-за нарушения обязательств по оплате поставленных товаров (работ, услуг)» [2, с.13].

Следовательно, риски управления дебиторской задолженностью оказывают прямое (как правило, негативное) влияние на конечный результат управления. Поэтому одним из аспектов управления дебиторской задолженностью является поиск механизмов снижения рисков, связанных с наличием дебиторской задолженности на предприятии, для управления которыми предлагается классификация, представленная на рисунке 1:

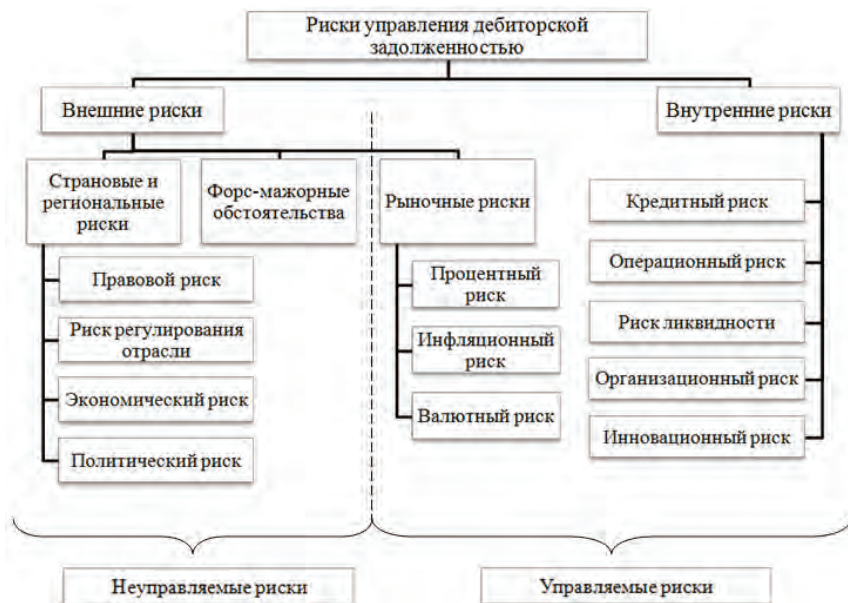


Рис. 1. Классификация рисков управления дебиторской задолженностью энергетической компании

Следует отметить, что для каждого энергопредприятия, осуществляющего процесс управления дебиторской задолженностью, характерен свой набор рисков, более того, один и тот же вид риска может иметь разное значение для двух хозяйствующих субъектов. Так, например, предприятие, которое работает на экспорт энергетических ресурсов, подвержено воздействию валютного риска, и неблагоприятное изменение валютного курса будет определять тяжесть потерь.

Энергетика является инфраструктурной отраслью экономики России с высокой степенью влияния рисков на управление дебиторской задолженностью, в силу специфики

производства и передачи продукции конечным потребителям. Предложенная классификация рисков управления дебиторской задолженностью позволяет их систематизировать и условно разделить на управляемые и неуправляемые. Оценив степень влияния и вероятность наступления каждого из них, данная классификация позволяет выявить риски, которым необходимо уделить особое внимание. Учитывая это, энергетические компании способны выработать эффективную стратегию управления рисками, что становится необходимым условием для нормального функционирования каждого отдельно взятого хозяйствующего субъекта.

Список использованной литературы:

1. Жикин А.В. Совершенствование процесса управления дебиторской задолженностью на предприятии : автореф. дис. ... канд. экон. наук. – М., 2011. – 28 с.
2. Румянцева, А. Ю. Управление дебиторской задолженностью на предприятии: автореф. дис. канд. экон. наук. – СПб., 2004. – 18 с.

© С.В. Слугина, 2015

УДК 330

Солтыев Шамырат

Студент 3 курса ИЭиУ, СКФУ

г. Ставрополь, РФ

E-mail: eminem05.01@mail.ru

ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ TESLA MOTORS

Инновация в соответствии с международными стандартами представляет собой результат инновационной деятельности, получивший распространение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, также нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, а также исследования инновационной деятельности заключается в недостаточной её разработанности и остается актуальной по сей день.

Инновация – это не всякое новшество или нововведение, а только такое, которое серьезно повышает эффективность действующей системы. Вопреки распространённому мнению, инновации отличаются от изобретений.

Целью инновационной деятельности предприятия является получение результата путем осуществления инноваций. Портфель инноваций представляет собой комплексно обоснованный перечень новшеств, покупных и собственной разработки, подлежащих внедрению на предприятии.

Новшество – результат фундаментальных исследований, разработок или экспериментальных работ в определенной сфере деятельности по повышению ее эффективности. Причем очень важным моментом на предприятии являются внедрение новшества, превращение его в форму инновации, тем самым осуществляя инновационную деятельность и достигая необходимой эффективности.

Инновация это такой процесс или результат процесса, в котором используются частично или полностью интеллектуальная деятельность, обеспечивающая выпуск товаров и услуг, по

своему качеству соответствующий мировому уровню или превышающий его, и достигается высокая экономическая эффективность в производстве или потреблении продукта.

Инвестиции – это вложения капитала с целью получения прибыли.

По мнению У. Шарпа, автора самого известного в мире фундаментального учебника по инвестициям, инвестиции – это отказ от определенной ценности в настоящий момент за (возможно неопределенную) ценность в будущем. Стоит отметить схожесть обеих трактовок.

Как всем уже известно, что технический прогресс не стоит на месте и уже сейчас наш мир стал не так далек от утопических произведений Стругацких, написанных еще в прошлом веке. Высокотехнологические производства не перестают удивлять наш разум и воплощать в жизнь даже самые нереальные идеи.

Отрасль автомобилестроения является одной из ведущих отраслей в экономике развитых стран. Ее доля в мировом экспорте товаров промышленного потребления составляет более 15%. Этот отрасль обеспечивает работой миллионы людей во всем мире.

Уже созданы электромобили, которые могут работать от автономного источника электроэнергии (аккумуляторов, топливных элементов и т. п.), а не двигателем внутреннего сгорания. Также можно сказать, что электромобиль - это безрельсовое транспортное средство с автономным химическим источником энергии, еще одно из важных элементов заключается в том что это экологический безопасно для человечества.

На примере можно рассмотреть такой электромобиль как Tesla Model S емкость аккумулятора этой модели составляет 85 кВт·ч, этот уникальный автомобиль с запасом хода почти в 407 километров, способность набирать «сотню» за 3,1 секунды. Это модель с ограниченным выпуском всего в 1000 экземпляров.

Компания Tesla Motors была учреждена М.Эберхардом и М.Трапенингом в июле 2003-го. Они вдвоем развивали молодую компанию, пока Элон Маск не инвестировал в Tesla 7,5 млн долларов в феврале 2004-го и не стал председателем правления компании. Немного позже Tesla начинает стратегическое партнерство с Daimler AG, которая, как сообщается, приобрела 10% акций компании за 50 млн долларов. В конце июня того же года, Tesla зарабатывает 26 млн долларов на первых же биржевых торгах и становится первой открытой американской автомобильной компанией, после Ford. Сейчас курс акций Tesla вырос уже на 1229% по сравнению с начальной ценой.

Tesla не скрывает о своих планах по выходу на азиатский рынок и строительстве заводов в Европе и Азии. Это часть большого расширения по запуску электрических автомобилей запланировано в течение ближайших нескольких лет, в том числе запуск новых моделей, новых заводов и ожидания постоянно растущего спроса.

Международный маркетинг предусматривает разработку концепции для различных форм рыночной активности. Для него характерна нацеленность на освоение и обработку зарубежных рынков путем размещения производства в других государствах. При этом перед менеджерами зарубежных филиалов и компаний ставятся задачи по более широкому внедрению на иностранные рынки. [1, с. 135-136]

Из проведенного исследования можно сделать вывод что инновационно - инвестиционная деятельность направлена на обеспечение экономической и социальной выгоды предприятия, его экологической безопасности работы. Tesla - это новый этап в развитии автомобильной промышленности, которая развивается по всему миру и вскоре станет доступно каждому.

Список использованной литературы :

1. Каверзин, С.А. Сущность международного маркетинга и его роль в развитии предпринимательства // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2010. № 1. С. 135-138.

© Ш. Солтыев, 2015

УДК 338.001.36

Тяпкина Мария Федоровна

кандидат экономических наук, доцент ИрГАУ им. А.А. Ежевского
г. Иркутск, РФ E-mail: n-a-s@mail.ru

Кашей Николай Евгеньевич

магистрант 2 курса ИрГАУ им. А.А. Ежевского
г.Иркутск,РФ E-mail:kiska-1313@mail.ru

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ТЕКУЩИХ АКТИВОВ СХОАО «БЕЛОРЕЧЕНСКОЕ»

В современных условиях наиболее актуальными становятся вопросы управления активами предприятия. Активы являются экономическим ресурсом, генерирующим доход. Способность активов генерировать доход не реализуется автоматически, а обеспечивается лишь в условиях эффективного их использования. Формирование таких условий представляет одну из важнейших задач управления активами.

Рациональное и эффективное использование текущих активов, а именно запасов, дебиторской задолженности, денежных средств и т.д., способствует повышению финансовой устойчивости предприятия и его платежеспособности. В этих условиях предприятие своевременно и полностью выполняет свои обязательства, что позволяет успешно осуществлять коммерческую деятельность. Управление текущими активами предприятия направлено на их формирование в необходимом и достаточном объеме, при наименьших затратах, а также повышение эффективности их использования. Эта проблема особо актуальна для сельскохозяйственных предприятий, где очень большой производственный цикл производства продукции. СХОАО «Белореченское» не является исключением.

Проанализируем динамику текущих активов на предприятии за 2010-2014 гг. (табл.1 и рис.1).

Таблица 1 – Динамика текущих активов
СХОАО «Белореченское» за 2010-2014 гг., тыс. руб.

Текущие активы	2010	2011	2012	2013	2014	Абсолютное отклонение, тыс. руб.
Запасы	1509547	1828017	2001870	2268029	2514642	1005095
Дебиторская задолженность	606125	361485	379373	491213	683273	77148
Финансовые вложения	854300	1441500	1361145	1305002	1522633	668333
Денежные средства	17452	60572	136259	62871	40829	23377

денежные эквиваленты							
Всего текущих активов	2987424	3691574	3878647	4127115	4761377	1773953	

Из таблицы видно, что текущие активы предприятия имеют тенденцию роста, так за пять лет текущие активы предприятия возросли на 1 773 953 тыс. руб. Из них большая часть активов приходится на запасы, которые в свою очередь возросли на 1 005 095 тыс. руб., это связано с постоянным увеличением объемов производства продукции на предприятии.

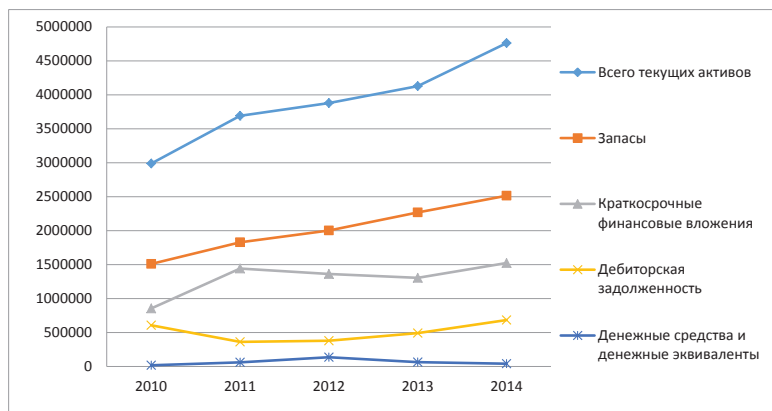


Рисунок 1 – Динамика текущих активов СХ ОАО «Белореченское»

На рис. 1 наглядно представлена динамика основных текущих активов за период 2010–2014 гг. Все представленные текущие активы имеют возрастающий тренд за анализируемый период, что говорит о динамическом развитии предприятия и стремлению его руководства к эффективной деятельности.

Таблица 2 – Структура текущих активов СХ ОАО «Белореченское» за 2010–2014 гг., %

Текущие активы	2010	2011	2012	2013	2014	Относительное отклонение
Запасы	51	50	52	55	53	167
Дебиторская задолженность	20	10	10	12	14	113
Финансовые вложения	29	39	35	32	32	178
Денежные средства и денежные эквиваленты	1	2	4	2	1	234
Всего текущих активов	100	100	100	100	100	159

Необходимо отметить, что в составе текущих активов наибольшую долю за анализируемый период занимают запасы – 53%, величина которых возросла за пять лет на 67%. Наибольший прирост за пять лет показали денежные средства и денежные эквиваленты, величина которых увеличилась в 2,3 раза, что в денежном выражении составляет 23,3 млн. руб. Краткосрочные финансовые вложения имеют тенденцию к

значительному росту – 78%, что положительно характеризует финансовую политику предприятия.

Наглядно структура текущих активов СХОАО «Белореченское» в 2014 г. представлена на рис. 2.

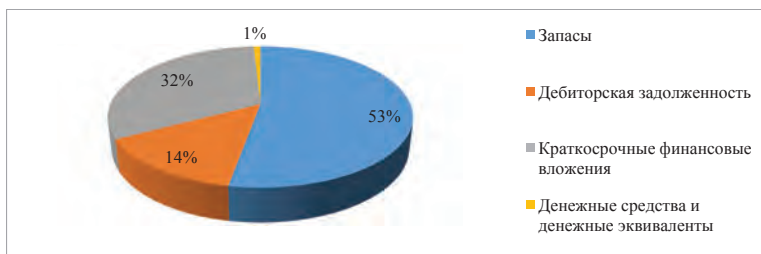


Рисунок 2 – Структура текущих активов СХОАО «Белореченское»

Как видно из рис. 2 в структуре текущих активов преобладают запасы и краткосрочные финансовые вложения. Поэтому, по нашему мнению, наибольшее внимание в управлении текущими активами необходимо уделить анализу состава и состоянию запасов и затрат.

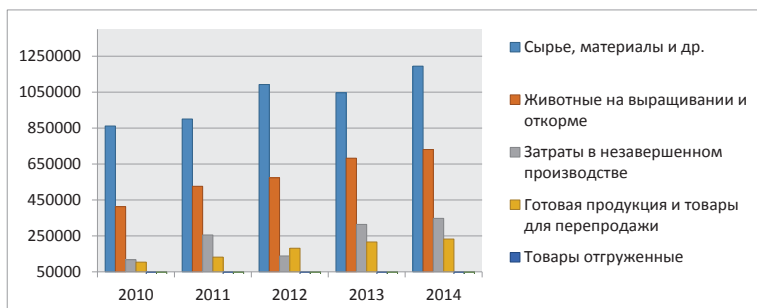


Рисунок 3 – Динамика и состав запасов и затрат СХ ОАО «Белореченское»

За анализируемый период все текущие запасы и затраты имеют тенденцию к росту (рис. 3). В составе запасов наибольший удельный вес занимают запасы сырья, материалов и др., а также животные на выращивании и откорме (рис. 4).

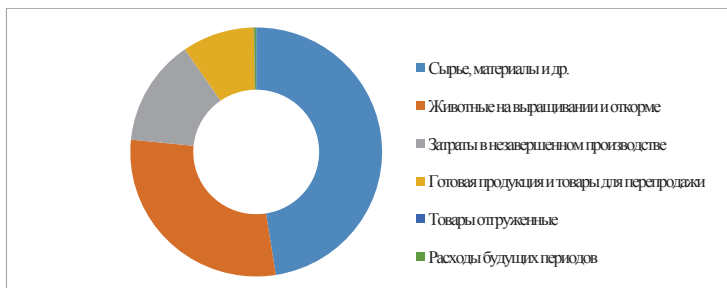


Рисунок 4 – Структура запасов и затрат СХ ОАО «Белореченское»

По нашему мнению в результате проведенного анализа состава и структуры текущих активов СХ ОАО «Белореченское», для совершенствования процесса управления текущими активами необходимо разработать направления совершенствования процесса управления запасами на предприятии, где основное внимание уделить статье сырье и материалы, т.к. без грамотного ситуационного формирования и использования текущих активов на предприятии невозможно его динамичное и эффективное развитие.

Список литературы

1. Балабанов, И.Т. Финансовый анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта - 2-е издание / И.Т. Балабанов. – М: Инфра-М, 2013. – 496с.
2. Бердникова, Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Т.Б. Бердникова. – М.: Инфра-М., 2011. – 213 с.
3. Бланк И.А. Управление активами. - К.: «Ника-Центр», 2000. – 512с.
4. Верещака, В.В. Привлечение оборотных средств / В.В. Верещака. М.: Главбух, 2011. – 256 с.

© Тяпкина М. Ф., Кащей Н. Е.

УДК 338.45.01

Фахруллин Ильнур Халилович

Магистр факультета нефти и нефтехимии

направление: «Химическая технология переработки нефти и газа»

Казанский национальный исследовательский технологический университет

Г. Казань, Российская Федерация

Научный руководитель: Зиннурова Ольга Васильевна

доцент кафедры ХТПНГ

Казанский национальный исследовательский технологический университет

Г. Казань, Российская Федерация

ПЕСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА ИМПОРТОЗАМЕЩАЮЩИХ КАТАЛИЗАТОРОВ НЕФТЕГАЗОПЕРЕРАБОТКИ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

АННОТАЦИЯ

На фоне последних политических событий стратегия импортозамещения, направленная на повышение конкурентоспособности отечественных предприятий путем замещения импортируемых товаров товарами отечественного производства, является наиболее актуальной. Стратегия импортозамещения позволит изменить сложившуюся ситуацию, снизить зависимость экономики страны от импорта и развить собственное производство.

ABSTRACT

Against the latest political events strategy of import substitution is the most actual, directed on increase of competitiveness of the domestic enterprises, by replacement of the imported goods with goods of a domestic production. Strategy of import substitution will allow to change current situation, to reduce dependence of national economy on import and to develop own production.

Ключевые слова: импортозамещение, модернизация промышленности, катализатор, развитие экономики, производство.

Keywords: import substitution, modernization of the industry, catalyst, economic development, manufacturing.

В современных условиях не вызывает сомнения тот факт, что развитие экономики России возможно лишь на основе развития промышленного производства. Именно на такой курс опирается большинство развитых стран мира, осознавая, что развитие высокотехнологичного промышленного производства способно обеспечить рост занятости населения, повышение культуры производства и производительности труда, увеличение внутреннего спроса. Вследствие недооценки значения промышленной политики для экономического развития страны, снижения внимания к отечественным научно-исследовательским разработкам, произошел упадок промышленного производства и его технологическая деградация, резкое снижение конкурентоспособности российской продукции как на внутренних традиционных, так и на высокотехнологичных зарубежных рынках. Результатом сложившейся ситуации стала быстро растущая зависимость России от зарубежных производителей технологического оборудования.

Ухудшение геополитической обстановки и масштабные санкции в связи с событиями на Украине требуют незамедлительного решения проблемы импортозамещения, которое позволит в значительной степени уменьшить негативный эффект от возможных ограничений поставок высокотехнологичной продукции и вернуть внутреннему рынку максимум самодостаточности в основных его точках, таких, например, как производство химической и нефтехимической продукции. Потому что ситуация, когда в стране, занимающей лидирующее положение в мире по добыче углеводородов, на импортных, в основном, американских и французских, катализаторах производится более 70% автомобильных бензинов, абсолютно недопустима для национальной экономики. По оценкам экспертов, катализаторы для процессов нефтепереработки и нефтехимии в России на 90 % закупаются за рубежом. Но в последнее время их цена значительно выросла, кроме того, некоторые страны прекратили поставки в Россию.

Уровень нефтеперерабатывающих и нефтехимических технологий в значительной степени определяет экономическую безопасность страны и, как следствие, реагенты, катализаторы и технологии их производства являются стратегически важными отраслями для Российской Федерации.

При этом особо важно помнить, что в нефтепереработке и нефтехимии практически вся научная составляющая технологического процесса сконцентрирована именно в катализаторе, который, фактически, определяет экономику и эффективность производства конечного продукта.

Промышленные предприятия, которые в дальнейшем смогут использовать данную технологию, получат возможность обеспечить загрузки мощностей собственных катализаторных фабрик; повысить конкурентоспособность за счет более низкой себестоимости конечной продукции; снизить расходы на энергопотребление и сырье за счет использования более современных катализаторов.

Для России и Республики Татарстан стратегия импортозамещения представляет особый интерес в связи с высокой зависимостью ее экономики от экспорта сырьевых товаров и большой долей импорта комплектующих обрабатывающей промышленности. И для реализации данной стратегии Министерство энергетики РФ подготовило приказ по импортозамещению в нефтеперерабатывающей и нефтехимической отраслях. К замещению ведомством предложены ключевые группы катализаторов, в которых испытывает потребность российская промышленность, а также базовые полимеры.

В плане по импортозамещению, который содержится в опубликованном приказе, указаны катализаторы для базовых процессов нефтепереработки и нефтехимии. Все мероприятия в рамках плана предполагается осуществить в течение 2015-2020 годов.

В частности, катализаторы гидроочистки, импорт которых в настоящее время достигает 97%, планируется заместить на 55% к указанному сроку. Аналогичный показатель импортозамещения ожидается по группе катализаторов гидрокрекинга. Потребность в зарубежных катализаторах каткрекинга и каталитического риформинга, которая министерством оценивается в 65 и 60% соответственно, предполагается свести к 25%.

На сегодняшний день Всероссийский научно-исследовательский институт по переработке нефти и газа имеет 16 пилотных установок и более 30 единиц оборудования для разработки катализаторов. Суммарный годовой тоннаж производства превышает 10 тыс. тонн и этого неизмеримо мало для обеспечения технологиями нефтегазохимического комплекса РФ.

Для этих целей создан в конце 2014 года Фонд развития промышленности, которому выделили почти 20 млрд рублей на льготное финансирование импортозамещающих производств. Льготные займы выдают не всем желающим — приоритет у пищевого, сельскохозяйственного и нефтяного машиностроения и комплексуемых.

Без инвестиций импортозамещение в кризисный период умрет, не родившись. Логично использовать время в кризисный период на формирование перспективной базы, на опытно-конструкторские разработки, вывод их к стадии коммерциализации. Тогда, после окончания кризиса, восстановленная экономика сможет вовлечь их в производство, заменив докризисный импорт.

Список литературы:

1. Левинбук М.И., Винокуров В.А., Бородачева А.В. Основные направления модернизации нефтеперерабатывающей промышленности России. М.: МАКС-ПРЕСС, 2008. 92 с.
2. <http://www.rupec.ru/news/31236/>
3. <http://www.gazeta.ru/business/2015/02/12/6410281.shtml>

© И.Х. Фахруллин, 2015

УДК 330

Филимонова Ксения Павловна, Студентка гр. Бэс-133,2 курс
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф.Горбачева в г. Кемерово
Савенков Павел Геннадьевич, Студент гр. Бэс-133,2 курс
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф.Горбачева в г. Кемерово
Научный руководитель: Овчинникова И.В. доцент КузГТУ.
г. Кемерово

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НАЧИСЛЕНИЯ АМОРТИЗАЦИИ В НАЛОГОВОМ И БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

Все организации должны начислять амортизацию по своим основным средствам не только в бухгалтерском, но и в налоговом учете. При помощи амортизации стоимость

основных средств организации постепенно переносится на себестоимость продукции (работ, услуг).

1. Бухгалтерском учете есть четыре метода начисления амортизации основных средств:

- Линейный;
- Способ уменьшаемого остатка;
- Способ списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования;
- Способ списания стоимости пропорционально объему выпущенной продукции;

1. При линейном методе начисления амортизации сумма амортизации основных средств определяется, исходя из первоначальной стоимости [1, с 34]

объекта на начало отчетного года и нормы амортизации, установленной, исходя из срока полезного использования.

2. При методе уменьшаемого остатка годовая сумма амортизации определяется исходя из остаточной стоимости объекта на начало отчетного периода, нормы амортизации, установленной исходя из срока полезного использования, и коэффициента ускорения (не выше 2, а для лизингового имущества – не выше 3).

3. При начислении амортизации по сумме чисел лет срока полезного использования годовая сумма амортизации определяется исходя из первоначальной стоимости объекта и годового соотношения, где в числителе указывается число лет, остающихся до конца срока полезного использования, а в знаменателе – сумма чисел, лет срока полезного использования объекта.

4. При начислении амортизации пропорционально объему продукции, работ, услуг сумма амортизации за отчетный период определяется исходя из первоначальной стоимости объекта и соотношения, где в числителе указывается объем продукции в натуральном выражении за отчетный период, а в знаменателе предполагаемый объем продукции в натуральном выражении за весь срок полезного использования.

В налоговом учете всего два метода амортизации:

- Линейный
- Нелинейный.

1. Линейный метод предусматривает равномерное начисление амортизации в течение всего срока использования основного средства исходя из его первоначальной стоимости и нормы амортизации, исчисленной исходя из срока его полезного использования. В соответствии с требованиями ПБУ 6/01 в налоговом учете, по сравнению с бухгалтерским учетом, определяется не годовая, а месячная сумма отчислений по амортизации объекта основных. [1, 36]

Однако равные суммы амортизации в налоговом и бухгалтерском учете могут быть получены при следующих равных условиях, а именно должны совпадать:

- первоначальная стоимость основного средства;
- срок его полезного использования.

2. Нелинейный метод начисления амортизации согласно п. 5 ст. 259 Налогового кодекса РФ при применении нелинейного метода сумма ежемесячных отчислений амортизации по объектам основных средств исчисляется как произведение остаточной стоимости объекта основных средств на начало месяца на амортизационную норму, определенную для данного объекта, т. е.:

При амортизации с месяца, следующего за месяцем, в котором остаточная стоимость объекта амортизируемого имущества будет равна 20% от его первоначальной стоимости, амортизационные отчисления от него будут проходить по следующему порядку:

- остаточная стоимость объекта для амортизационных начислений фиксируется и определяется как его базовая стоимость для последующих расчетов;

▪ сумма начислений по амортизации за каждый месяц в отдельности в отношении амортизируемого объекта будет рассчитываться как деление его базовой стоимости на количество месяцев, оставшихся до истечения срока его полезного использования. [1, 37]

2. Бухгалтерском учете амортизирует все основные средства, а в налоговом — только те, которые стоят больше 40 000 руб.

В бухгалтерском учете все основные средства компания амортизирует. Дело в том, что пунктом 5 ПБУ 6/01 бухгалтеру предоставлен выбор — амортизировать стоимостью в пределах лимита, установленного в учетной политике организации, но не более 40 000 рублей за единицу, могут отражаться в бухгалтерском учете и бухгалтерской отчетности в составе материально-производственных запасов. [3]

В налоговом учете амортизируемым имуществом признается имущество со сроком полезного использования более 12 месяцев и первоначальной стоимостью более 40 000 рублей. (п. 1 ст. 256 НК РФ) [2].

3. Различные сроки полезного использования

В бухучете срок полезного использования объектов основных средств организация устанавливает самостоятельно в момент их принятия к учету (п. 20 ПБУ 6/01). [4]

В налоговом учете определение срока полезного использования объекта основных средств производится исходя из:

- ожидаемого срока использования этого объекта в соответствии с ожидаемой производительностью или мощностью;
- ожидаемого физического износа, зависящего от режима эксплуатации (количества смен), естественных условий и влияния агрессивной среды, системы проведения ремонта;
- нормативно-правовых и других ограничений использования этого объекта (например, срок аренды).

Если срок фактического использования данного основного средства у предыдущих собственников окажется равным сроку его полезного использования, определяемому классификацией основных средств, утвержденной Правительством Российской Федерации в соответствии с настоящей главой, или превышающим этот срок, налогоплательщик вправе самостоятельно определять срок полезного использования этого основного средства с учетом требований техники безопасности и других факторов (п.7 ст. 258 НК РФ).[2]

4. Амортизационная премия

В бухучете амортизационной премии нет. Здесь основные средства всегда списываются в общем порядке (ПБУ 6/01)[1,33]

В налоговом учете налогоплательщик имеет право включать в состав расходов отчетного (налогового) периода расходы на капитальные вложения в размере не более 10 процентов (не более 30 процентов - в отношении основных средств, относящихся к третьей - седьмой амортизационным группам) первоначальной стоимости основных средств (за исключением основных средств, полученных безвозмездно), а также не более 10 процентов (не более 30 процентов - в отношении основных средств, относящихся к третьей - седьмой амортизационным группам) определяются в соответствии со статьей 257 настоящего Кодекса (п. 9 ст. 258 НК РФ) [2]

5. Амортизации не начисляется

В бухгалтерском учете не начисляется амортизация по объектам лесного и дорожного хозяйства, по продуктивному скоту, основным средствам некоммерческих организаций, объектам жилищного фонда (жилые дома, общежития, квартиры и т. д.).[3]

В налоговом учете не подлежат амортизации земля и иные объекты природопользования (вода, недра и другие природные ресурсы), а также материально-производственные запасы, товары, объекты незавершенного капитального строительства,

ценные бумаги, финансовые инструменты срочных сделок (в том числе форвардные, фьючерсные контракты, опционные контракты).

Не подлежат амортизации следующие виды амортизируемого имущества:

1) имущество бюджетных организаций, за исключением имущества, приобретенного в связи с осуществлением предпринимательской деятельности и используемого для осуществления такой деятельности;

2) имущество некоммерческих организаций, полученное в качестве целевых поступлений или приобретенное за счет средств целевых поступлений и используемое для осуществления некоммерческой деятельности;

3) имущество, приобретенное (созданное) за счет бюджетных средств целевого финансирования.

4) объекты внешнего благоустройства (объекты лесного хозяйства, объекты дорожного хозяйства, сооружения которых осуществлялось с привлечением целевого финансирования, специализированные сооружения судоходной обстановки)

5) утратил силу;

6) приобретенные издания (книги, брошюры и иные подобные объекты), произведения искусства

7) приобретенные права на результаты интеллектуальной деятельности и иные объекты интеллектуальной собственности, если по договору на приобретение указанных прав оплата должна производиться периодическими платежами в течение срока действия указанного договора (п. 2 ст. 256 НК РФ) [2].

Вопрос разделения бухгалтерского и налогового учета приобретает в последнее время особую актуальность ввиду того, что постоянно меняющееся налоговое законодательство приводит к большому обособлению налоговых расчетов и бухгалтерского учета. Ведение налогового учета не предполагает введения двух различных, не зависящих друг от друга видов учета - бухгалтерского и для целей налогообложения. Налоговый учет предполагается осуществлять параллельно с бухгалтерским учетом, используя первичную документацию и регистры бухгалтерского учета для получения данных, необходимых при определении облагаемых оборотов и составлении налоговой отчетности.

Список использованной литературы.

1. Бухгалтерский (финансовый) учет; учебник / И. В. Овчинникова, Е. И. Левина.: Кемерово, 2012.

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ), 01.04. 2015.

3. Электронный ресурс. VII Международная студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум» 2015. Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru>

4. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.businessuchet.ru/content>.

© Филимонова К. П., Савенков П. Г.

УДК 330

Фролова Анна Павловна, Фенева Анаида Асриевна
студентка 3 курса ИЭиУ, доцент, СКФУ
г. Ставрополь, РФ, E-mail: anya.frolova.1995@mail.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА КОМПАНИИ

Для того чтобы узнать, как создать правильный имидж компании, необходимо сначала разобраться с самим понятием «имидж компании». Имидж – стиль фирмы, ее корпоративный дух. Также под имиджем компании можно понимать сложившееся мнение

людей, имеющих как прямое, так и косвенное отношение к данной организации. Это мнения сотрудников предприятия, инвесторов, акционеров, поставщиков, клиентов и др. Правильный имидж компании связан с такими понятиями как: успех ведения бизнеса, незапятнанная репутация.

В большинстве случаев имидж создается искусственным образом, то есть фирма ставит себе цель и направленно к ней движется, создавая свой образ и стиль поведения в глазах окружающих. Создание имиджа – достаточно сложный процесс, но в современном обществе без так называемой «обложки» продвигаться на международные рынки невозможно. Необходимо зарекомендовать свою компанию и сделать это правильно. В настоящее время во многих организациях существует отдел, который занимается созданием правильного имиджа – PR-отдел. Специализация данного отдела заключается в формировании общественного мнения и изменении его в пользу организации, в создании имиджа компании, во взаимодействии со средствами массовой коммуникации.

Развитие имиджа компании можно подразделить на 3 этапа. Первый этап – *появление компании*. На данном этапе происходит зарождение концепции имиджа. Компания пытается создать свой идеальный образ, т.е. тот к которому она будет стремиться. Создание этого образа происходит по следующему сценарию: во-первых, определяется целевая группа потребителей, т.е. потенциальные клиенты производимых данной организацией товаров (услуг). Во-вторых, изучаются возможные партнеры и спонсоры. Определившись с целевыми группами, компания формирует миссию, определяет цели своей деятельности и ценностные ориентиры. Следующий этап можно отметить как *ранний этап развития*. Он является самым трудоемким и самым важным. Предприятие переходит непосредственно к созданию образа. Сначала формируется фирменный стиль организации, складывающийся из фирменного знака, фирменной одежды, слогана, логотипа, а также фирменной цветовой гаммы, т.е. все то, что может отличить данную организацию от уже существующих. Следующим шагом будет престижная реклама, т.е. реклама не товаров (услуг), а именно организации. Завершающий этап *развития компании*. Состоит в поддержании имиджа организации в актуальном состоянии путем проведения анализа всей информации, касающейся данной организации (СМИ, Интернет-ресурсов, книги отзывов и предложений), исправления нежелательных отзывов. Предполагается необходимость установления режима работы с каждым из этих источников.

Имидж компании включает 4 составляющие: материальная часть (непосредственно качество производимой продукции/оказания услуг); нематериальная часть (реакция покупателей на товар, сервис, обслуживание и другое); внутренний имидж (поведение работников компании, их работа как с товаром, проектом, услугой и т.д., так и с клиентами, также сюда необходимо отнести отношение к своей работе каждого из сотрудников); внешний имидж (исходит из предыдущих трех составляющих. Предполагает восприятие компании обществом, инвесторами, СМИ).

Основным элементом создания имиджа является отношение клиентов к компании. По словам Ф. Котлера, чтобы завладеть умами и сердцами потребителей, компании все чаще прибегают к эмоциональному маркетингу. Многие компании в современном мире стараются создать образ, обращенный не к разуму, а к сердцу [1, с. 39]. Но нельзя забывать о том, что существует также понятие негативного имиджа, который иногда создается специально. К примеру, желтая пресса: все знают, что это неправдивая информация, но все равно читают, принося тем самым доход фирме и специфичную узнаваемость.

Если предприятие принимает решение выхода на международные рынки, то для создания правильного имиджа необходимо изучить национальные ценности и традиции, социокультурные особенности государства. Также грамотно нужно подойти к рекламным мероприятиям. «Она должна, в первую очередь, быть максимально приспособлена к

особенностям как экономических, так и правовых, культурных условий стран, куда она направлена. Национальные обычаи зачастую ограничивают возможности применения рекламы. Например, в некоторых азиатских и африканских странах установлены ограничения в использовании рекламных средств, не отвечающих исповедуемой в этих странах религии» [2, с. 135-138].

Таким образом, создание имиджа компании является одним из ключевых элементов ее деятельности. Имидж должен соответствовать современным требованиям, быть актуальным. Он может быть как плохим, так и хорошим, главной функцией его создания является четкое содействие продвижению организации к намеченной цели. Не стоит забывать о том, что правильный имидж делает компанию более конкурентоспособной. И, возможно, именно благодаря грамотно-созданному имиджу, компания долго простоит на плаву и наработает хорошую клиентскую базу.

Список использованной литературы:

1. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. М., 2010. С. 39
2. Каверзин, С.А. Сущность международного маркетинга и его роль в развитии предпринимательства // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2010. № 1. С. 135-138.

© А.П. Фролова, А.А. Фенева, 2015

УДК 330

Черноградская Айталиа Андреевна

Студентка 3 курса Института математики и информатики
Северо-Восточный Федеральный Университет имени М.К. Аммосова
E-mail: Mipsi-girl@mail.ru

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИКИ

В условиях перехода к экономике рыночного типа одной из главных задач успешного проведения реформ является государственное регулирование всех социально-экономических процессов в отраслях производства, в социальной сфере и в регионах.

Регулирование экономики является важнейшей функцией государства в условиях рыночного хозяйствования.

Государственное регулирование используется в интересах всего общества для активизации всех форм деятельности и ограничения негативных процессов в экономике. Оно затрагивает интересы всей хозяйственной и социальной сферы, всех регионов страны, оказывает на их развитие огромное влияние.

В основе государственного регулирования — использование рычагов и методов, прямых и косвенных регуляторов экономических процессов. Различные аспекты экономической деятельности государство регулирует через бюджетную, банковскую систему, государственные заказы, таможенную службу.

Государственное регулирование устанавливает правила и порядок экономической деятельности, ответственность за соблюдение этих правил. В то же время государственное регулирование обеспечивает самостоятельную деятельность всех экономических структур. [1, с. 3]

Рассмотрим финансово-экономические средства государственного регулирования экономики:

1.Налоги и налоговая политика – комплекс мероприятий (совокупность целей и механизмов их осуществления), путем которых государство обеспечивает установление налогов и сборов, порядок их взыскания, размеры ставок, льгот, условий и т.п. в целях финансового обеспечения задач и функций государства.

Налоги выполняют следующие функции:

- 1)Фискальная – сбор средств на обеспечение государственных расходов;
- 2)Социальная – перераспределение национального дохода в зависимости от социально-политических приоритетов в пользу тех или иных групп населения;
- 3)Регулирующая - путем воздействий на экономические процессы: стимулирует или сдерживает темпы производства, расширяет или сужает платежеспособный спрос, усиливает или ослабевает накопление капитала, поощряет или сдерживает использование новых технологий, новой техники.

2. Государственный бюджет. Через бюджетную политику реализуются воздействия государства на экономику путем распределения бюджетных средств на расходы государства и национальной экономики. Формирование и реализация бюджетной политики зависит от соотношения политических сил и экономических группировок.

3. Денежно-кредитные средства регулирования экономики

Ключевое звено в системе государственной макроэкономической политики в денежно-кредитной сфере – Центральный банк. Задачи ЦБ:

1)Сдерживание роста денежной массы и обеспечение стабильной покупательной способности национальной валюты.

2)Обеспечение достаточных гарантий от кредитных рисков.

3)Использование денежно-кредитных рычагов в антикризисном регулировании. [2, с. 32-36]

Важнейшей предпосылкой государственного регулирования экономики является разработка прогнозов. Государственное прогнозирование представляет собой систему научно обоснованных представлений о тех или иных направлениях социально-экономического развития страны. В условиях перехода к рыночным отношениям прогнозирование приобретает весьма большое значение и становится начальной стадией, основой всей системы управления. [1, с. 17]

Список использованной литературы:

1. Т.Г. Морозова, Ю.М. Дурдыев и др. Государственное регулирование экономики: Учеб. пособие для вузов.- М.: ЮНИТИ-ДАНА.-2002. - 255 с.

2. Ю.И.Рыбаков. Государственное регулирование экономики. Учебно-методическое пособие. – Новосибирск, НГАУ. – 2010. - 62с.

© А.А. Черноградская, 2015

УДК 339

Ярошенко Наталья Васильевна, Студентка 3 курса
г. Ставрополь, РФ, E-mail: nata251623@mail.ru

РАЗВИТИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ КОМПАНИЙ В МЕЖДУНАРОДНОМ МАРКЕТИНГЕ

Международный маркетинг по праву считается «высшей школой маркетинга». Это объясняется, прежде всего, тем, что экспорт во все времена отличается высоким уровнем

организации торгового дела, а предприятия, работающие на внешний рынок, наиболее остро чувствуют необходимость применения достижений маркетинга [1, с. 135].

В настоящее время, потребность к изучению международного маркетинга и свойств его достижений, увеличивается за счет необходимости реформирования экономик стран, характеризующаяся тенденциями активного выхода национальных предприятий на зарубежные рынки и возрастающей интеграции с мировым сообществом.

Понятие "международный маркетинг" следует отличать от понятия "экспорт". Традиционный экспорт заключается в том, что отечественные производители ограничиваются поставкой своей продукции фирмам другой страны, то есть импортерам. Поставщиков не тревожит или же мало тревожит то, что с их продукцией происходит, насколько довольные ею потребители. Если же речь идет о международном маркетинге, то он предусматривает систематическую, планомерную и активную обработку международных рынков на разных степенях продвижения к покупателю.

В экономической литературе, под международным маркетингом понимают комплекс мероприятий, осуществляющиеся в области исследования торгово-сбытовой предпринимательской деятельности за пределами страны, которые оказывают воздействие на процесс продвижения товаров и услуг от производителя к потребителю.

Международный маркетинг в основном используется при осуществлении следующих видов деятельности: купля-продажа лицензий, обмен на международном уровне технологиями, франчайзинг, инжиниринг, лизинг [2].

С точки зрения западногерманских маркетологов, отличительной и основной особенностью международного маркетинга, является прерогатива национальных компаний различных стран подводить маркетинговые решения под одну общую, целесообразную черту. Влияние на данный процесс оказывает международная концепция, которая в свою очередь, воздействует на применение достаточно строгих критериев как доля удельного веса валютной выручки в сумме полученной прибыли и доля внешнеторгового оборота предприятия.

Для актуальности и эффективности развития национальных компаний, международный маркетинг выделяет следующую схему постановки реализации задач:

- определенный целевой выбор страны;
- разработка стратегии выхода фирмы на рынок;
- выявление ценовой, товарной и коммуникативной политики фирмы.

Реализация национальных компаний бизнеса за рубежом и одновременное вступление в сферу международной маркетинговой деятельности, побуждает соблюдение трех аспектов: во-первых, стремление расширить сбыт предприятия. Известно, что многие ТНК получают больше половины своих доходов с продаж, проводимые за рубежом. Выделяют следующие из них: SONY (Япония), BASF (ФРГ), ELECTROLUX (Швеция) и т.д.; во-вторых, диверсификация источников снабжения продукции. В данном аспекте международный маркетинг рассматривается, как функция управления где осуществляется организация и контроль маркетинговой деятельности; в-третьих, приобретение дополнительных материальных и трудовых ресурсов.

Таким образом, активное участие национальных компаний в международном маркетинге и освоение новых зарубежных рынков, стимулирует их к поиску факторов повышения конкурентных позиций предприятий за пределами страны.

Список использованной литературы:

1. Каверзин, С.А. Сущность международного маркетинга и его роль в развитии предпринимательства // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2010. № 1. С. 135-138.

2. Официальный сайт журнала маркетинга России и за рубежом [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mavriz.ru/about>.

© Н.В. Ярошенко, 2015

СОДЕРЖАНИЕ

Винокуров Геннадий Михайлович, Рафутдинова Анна Владимировна МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПО СИСТЕМЕ ДИРЕКТ-КОСТИНГ	3
Даудова Зарема Алиевна ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ В МЕЖДУНАРОЖНОМ МАРКЕТИНГЕ	10
Жнакин Александр Сергеевич ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МОДЕРНИЗАЦИИ ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ ЖИВОТНОВОДСТВА В РОССИИ	12
Кравченко Антон Павлович ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И КЛАССИФИКАЦИЯ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА	14
Макаревич Алина Александровна РАЗРАБОТКА ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ	17
Митина Инна Николаевна, Кравченко Антон Павлович МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	20
Нехайчук Юлия Серафимовна, Нехайчук Дмитрий Валериевич О ПРОБЛЕМАХ БЮДЖЕТНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ	21
Нечаев Андрей Сергеевич, Кашей Инна Павловна ОПЕРАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ КАК ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМ РЕЗУЛЬТАТОМ ОТ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ЗАО «ИРКУТСКИЕ СЕМЕНА»	24
Пидоренко Иван Александрович ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ 3D SYSTEMS	33
Савченко Наталья Львовна, Митрофанова Татьяна Леонидовна ФИНАНСОВЫЙ РИСК И ЕГО ИНДИКАТОРЫ В РАМКАХ ЭКСПРЕСС-АНАЛИЗА	35
Слугина Светлана Викторовна РИСКИ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ	37
Солтыев Шамырат ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ TESLA MOTORS	39

Тяпкина Мария Федоровна, Кашей Николай Евгеньевич АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ТЕКУЩИХ АКТИВОВ СХОАО «БЕЛОРЕЧЕНСКОЕ»	41
Фахруллин Ильнур Халилович ПЕСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА ИМПОРТОЗАМЕЩАЮЩИХ КАТАЛИЗАТОРОВ НЕФТЕГАЗОПЕРЕРАБОТКИ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ	44
Филимонова Ксения Павловна, Савенков Павел Геннадьевич СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НАЧИСЛЕНИЯ АМОРТИЗАЦИИ В НАЛОГОВОМ И БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ	46
Фролова Анна Павловна, Фенева Анаида Асриевна ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА КОМПАНИЙ	49
Черноградская Айтилина Андреевна ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭКОНМИКИ	51
Ярошенко Наталья Васильевна РАЗВИТИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ КОМПАНИЙ В МЕЖДУНАРОДНОМ МАРКЕТИНГЕ	52



УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

Приглашаем Вас принять участие в Международных научно-практических конференциях проводимых нашим центром.

Форма проведения конференций: заочная, без указания формы проведения в сборнике статей;

По итогам конференций издаются сборники статей конференций. Сборникам присваиваются соответствующие библиотечные индексы УДК, ББК и международный стандартный книжный номер (ISBN)

Всем участникам высылается индивидуальный сертификат участника, подтверждающий участие в конференции.

В течении 10 дней после проведения конференции сборники статей размещаются на сайте **os-russia.com** а так же отправляются в почтовые отделения для осуществления рассылки. Рассылка сборников производится заказными бандеролями.

Сборники статей размещаются в научной электронной библиотеке elibrary.ru и регистрируются в наукометрической базе **РИНЦ (Российский индекс научного цитирования)**

Стоимость публикации от 130 руб. за 1 страницу. Минимальный объем-3 страницы

С информацией и полным списком конференций Вы можете ознакомиться на нашем сайте os-russia.com

**Международный центр инновационных исследований
«Омега сайнс»**

os-russia.com

+7 927 236 60 68

mail@os-russia.com



УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

**Приглашаем Вас опубликовать результаты исследований в
Международном научном журнале «Символ науки»**

Журнал «Символ науки» является ежемесячным изданием. В нем публикуются статьи, обладающие научной новизной и представляющие собой результаты завершённых исследований, проблемного или научно-практического характера.

Журнал издается в печатном виде формата А4

Периодичность выхода: 1 раз месяц.

Статьи принимаются до 26 числа каждого месяца

В течении 20 дней после издания журнал направляется в почтовые отделения для осуществления рассылки.

Журнал размещён в научной электронной библиотеке elibrary.ru и зарегистрирован в наукометрической базе РИНЦ (Российский индекс научного цитирования)

**Международный центр инновационных исследований «Омега
сайнс»**

os-russia.com

+7 927 236 60 68

nauka@os-russia.com

Научное издание

**СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
МИРОВОЙ И НАЦИОНАЛЬНОЙ
ЭКОНОМИКИ**

**Сборник статей
Международной научно-практической конференции
23 июня 2015 г.**

В авторской редакции

Подписано в печать 25.06.2015 г. Формат 60x84/16.

Усл. печ. л. 3,30. Тираж 500. Заказ 76.

*Отпечатано в редакционно-издательском отделе
Международного центра инновационных исследований*

«ОМЕГА САЙНС»

450076, г. Уфа, ул. М. Гафури 27/2

mail@os-russia.com

+7 (347) 266 60 68