

- сформировать единую стратегию развития агропродовольственного комплекса на региональном уровне;

- выработать меры регулирования траектории устойчивого развития агропродовольственного комплекса региона на перспективу.

Развитие агропродовольственного комплекса может быть увязано с биоклиматическим потенциалом региона, поэтому необходимо больше внимания уделять зональной специализации производства сельскохозяйственной продукции. Проводимые расчеты должны согласовываться с методическими положениями теории неравномерного развития или «полосов роста» французских экономистов Ф. Перру и Ж.-Р. Будвилья, согласно которой развитие любой территории (в том числе и муниципального образования) в границах отдельного региона осуществляется неравномерно и непропорционально. В то же время необходимо учитывать, что перспективная оценка производства продуктов питания в рамках функционирования отдельных муниципальных образований ограничивается реальными возможностями развития всего агропродовольственного комплекса региона.

Реализация стратегии импортозамещения даст возможность республиканским сельским товаропроизводителям быстрее адаптироваться к новым условиям функционирования в условиях внешнего экономического давления, будет содействовать формированию благоприятной институциональной среды для развития производства агропродовольственной продукции. В свою очередь, необходимо учитывать, что отрицательным последствием реализации стратегии импортозамещения в агропродовольственном комплексе может являться уменьшение конкуренции со стороны зарубежных поставщиков продовольствия, рост цен на него, и, как следствие, сокращение доступности продуктов питания для населения с низкими доходами.

Список литературы:

1. Гусманов У.Г., Гусманов Р.У., Стомба Е.В. Разработка стратегии импортозамещения в агропродовольственной сфере как актуальное направление научных исследований // Никоновские чтения. - 2016. - № 21. - С. 66-69.

2. Стомба Е.В., Стомба А.В. Роль инноваций в стратегическом планировании развития агропродовольственного комплекса региона // Экономика: вчера, сегодня, завтра. - 2016. - № 6. - С. 123-134.

3. Торговля в Республике Башкортостан: статистический сборник. - Уфа: Башкортостанстат, 2016. - 133 с.

4. Сельское хозяйство, охота и лесоводство Республики Башкортостан: статистический сборник. - Уфа: Башкортостанстат, 2016. - 202 с.

УДК 658.5

Оценка эффективности функционирования организации

Сырокваши Наталья Александровна

старший преподаватель,

Ильюкевич Наталья Александровна

ассистент

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»

г. Минск, Республика Беларусь

Аннотация: *в условиях рынка, конкуренции, усиления предпринимательских рисков вопросы повышения эффективности функционирования хозяйствующих субъектов выдвигаются на первый план. В таких условиях выживают и успешно функционируют только те предприятия, которые соотносят свои доходы с затратами и величиной вложенного капитала.*

Ключевые слова: *прибыль, предприятие, анализ, рентабельность, финансовые результаты.*

На современном этапе развития Республики Беларусь, обеспечение стабильной работы предприятий по выпуску конкурентоспособной продукции, является задачей

первостепенной важности для управляющих всех уровней. Важнейшей качественной характеристикой хозяйствования на всех уровнях является – эффективность предприятия.

В зависимости от того, что принимают в качестве эффекта функционирования предприятия - объем производства (реализации) продукции или финансовый результат, различают показатели производственной эффективности и показатели финансовой эффективности. В условиях плановой системы экономики приоритет отдавался показателям производственной эффективности (производительности труда, фондоотдаче основных средств, материалотдаче и др.). Однако данные показатели характеризуют не эффективность, а интенсивность использования ресурсов. Если производится неконкурентоспособная, убыточная продукция и предприятие «работает на склад», то повышение интенсивности использования основных средств, трудовых, материальных и финансовых ресурсов способствует быстрейшему разорению предприятия.

Вот почему в качестве результата для оценки функционирования предприятия лучше всего подходит прибыль, получение которой является главной целью любого субъекта хозяйствования в условиях рыночной экономики. Эффективность функционирования предприятия независимо от организационно-правовой формы и видов его деятельности определяется способностью предприятия приносить достаточный доход или прибыль.

Анализ эффективности управления прибылью на предприятии позволяет выявить основные факторы ее роста, эффективное использование ресурсов, потенциальные возможности предприятия, а также определить влияние внешних и внутренних факторов на размер прибыли, порядок ее распределения.

К нормативным документам, регулирующим порядок формирования, распределения, налогообложения прибыли организаций в Республике Беларусь, относятся:

- постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 31.10.2011 № 111 «Об установлении форм бухгалтерской отчетности, утверждении Инструкции о порядке составления бухгалтерской отчетности и признании утратившими силу постановления Министерства финансов Республики Беларусь от 14 февраля 2008 г. № 19 и отдельного структурного элемента постановления Министерства финансов Республики Беларусь от 11 декабря 2008 г. N 187»;

- Налоговый кодекс Республики Беларусь;

- постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 30.09.2011 № 102 «Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов».

Прибыль является воспроизводимым ресурсом предпринимательской деятельности хозяйствующего субъекта. Чем выше уровень генерирования прибыли предприятия в процессе его хозяйственной деятельности, тем меньше его потребность в привлечении финансовых средств из внешних источников и при прочих равных условиях, тем выше уровень самофинансирования его развития, обеспечения реализации стратегических целей этого развития, повышения конкурентной позиции предприятия на рынке. Прибыль является:

- главным побудительным мотивом осуществления и развития бизнеса;

- основным внутренним источником текущего и долгосрочного развития предприятия;

- важнейшим индикатором рыночной стоимости предприятия;

- индикатором кредитоспособности предприятия;

- показателем конкурентоспособности предприятия при наличии стабильного уровня прибыли;

- гарантом выполнения предприятием своих обязательств перед государством и источником удовлетворения социальных потребностей общества.

Прибыль является основным защитным механизмом, предохраняющим предприятие от угрозы банкротства.

При проведении финансового анализа эффективности деятельности предприятия большое значение имеет правильность понимания экономической сущности прибыли и структурных ее элементов, формирующих этот показатель.

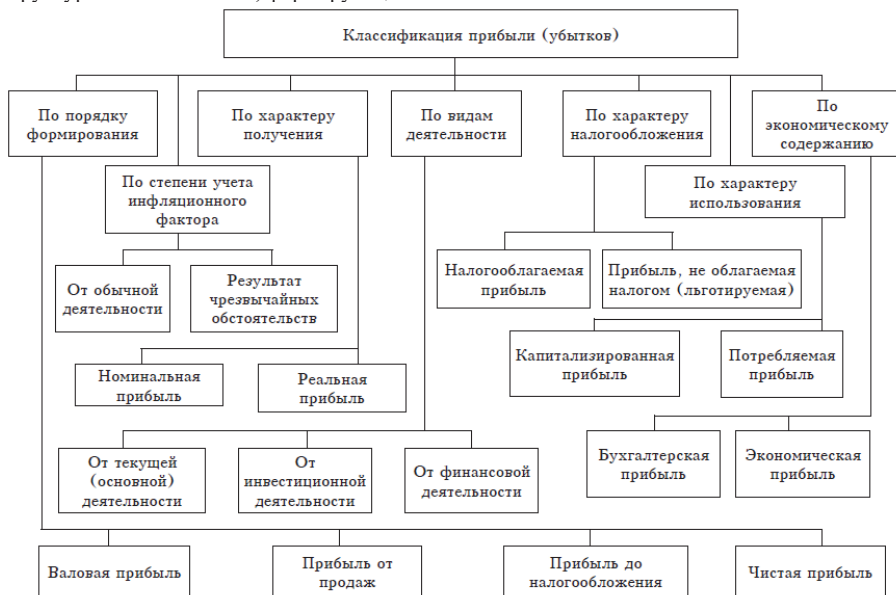


Рисунок 1 – Классификация прибыли

Для оценки результатов деятельности субъекта хозяйствования рассчитываются показатели рентабельности.

Рентабельность измеряется с помощью целой системы относительных показателей, характеризующих эффективность деятельности предприятия в целом и доходность различных направлений деятельности (операционной, инвестиционной, финансовой).

Показатели рентабельности наиболее полно характеризуют результаты деятельности, потому что их величина отражает соотношение эффекта с вложенным капиталом или потребленными ресурсами. Их используют не только для оценки эффективности деятельности предприятия, но и как инструмент в инвестиционной политике и ценообразовании.

Финансовые результаты, являющиеся одним из центральных показателей деятельности предприятий, используются сегодня в качестве ориентира, отражающего направление развития предприятия. Они входят в программу развития предприятия, показывая итоговое значение осуществления комплекса стратегических и тактических задач.

Особое значение приобретают порядок формирования и анализ финансовых результатов, прогнозирование результатов деятельности предприятий, а также роль финансовых результатов применительно к задаче управления предприятием.

Информационной базой для анализа финансовых результатов деятельности предприятия служат следующие источники: «Отчет о финансовых результатах и их использовании», «Баланс предприятия», а также данные бухгалтерского учета, рабочие материалы финансового отдела (службы) и юриста предприятия.

Показатели финансовых результатов характеризуют абсолютную эффективность хозяйствования предприятия. Важнейшими среди них являются показатели доходности, которые в условиях рыночной экономики составляют основу экономического развития предприятия. Рост доходов создаёт финансовую базу для самофинансирования,

расширенного производства, решение проблем социальных и материальных потребностей трудового коллектива. За счёт дохода выполняются также часть обязательств предприятия перед бюджетом, банками и другими предприятиями, и организациями.

Список литературы:

1. Панкова, Т.Н. «Экономический анализ финансовых результатов деятельности организации». – Минск, Консультант-плюс, 2016.

2. Костирко, Р.О. Финансовый анализ / Р.О. Костирко. – 7-е изд. – Харьков: Фактор-Друк, 2007. – 34 с.

УДК 339.138

Аспекты формирования позитивной репутации в сфере услуг

Сысоева Татьяна Леонидовна

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

г. Екатеринбург, Россия

Аннотация: в статье рассмотрены понятия репутация, goodwill, управление репутацией. Репутация рассматривается как нематериальный актив компании, способный привести к дополнительной прибыли. Сделаны выводы о результатах сформированной позитивной репутации для организации в сфере услуг, предложен контент план для консалтинговой компании.

Ключевые слова: репутация, goodwill, управление репутацией, формирование позитивной репутации.

Внешняя среда, влияющая на деятельность компании, представляет собой развивающуюся сущность, так активное использование интернет-технологий, продвижения в социальных сетях, делают организации более уязвимыми со стороны различных аудиторий, в том числе и существующих, и настоящих клиентов. Это делает вопросы формирования позитивной репутации актуальными, представляющими практический интерес для бизнес-среды. Наибольшую популярность вопросы формирования позитивной репутации представляют в сфере услуг, где у клиентов больше возможностей для контактов с самой организацией. Опровергнуть гипотезу о том, что недовольный клиент с большей интенсивностью распространяет информацию о собственном негативном опыте в отношении той или иной компании, не представляется возможным. Следовательно, формирование благоприятного отклика у клиентов считается приоритетной задачей для организации.

Исходя из того, что любому социальному объекту присуща репутация, это может быть крупная компания, руководитель или специалист организации, можно сделать вывод, что репутация компании связана с нематериальными активами: мнениями, отношениями с внешней средой, которые могут оказывать влияние на результативность ее деятельности. В иностранной литературе деловую репутацию обозначают понятием «goodwill», что в буквальном переводе означает «добрая воля, репутация, условная стоимость деловых связей организации». В русском языке понятие деловой репутации появилось в конце XX века и получило следующий смысл: активы, капитал фирмы, не поддающийся материальному измерению, например, репутация, техническая компетенция, связи, маркетинговые приемы, влияние и др.

Специалисты консалтингового агентства в сфере брендинга Interbrand (входит в Omnicom Group) считают, что в соотношении материальных и нематериальных активов компании преобладают последние. Например, в Coca-Cola нематериальные активы составляют 96%, а материальные – 4%; в IBM – 87% и 13% соответственно. Интеграция в мировое бизнес-сообщество и последовательный выход компаний на общемировые тренды в целом создают тенденцию для увеличения значимости и ценности нематериальных активов и для российских предпринимателей. В отличие от материальной собственности, репутация как актив нематериальный не находится в распоряжении организации.