

Это, в свою очередь, предполагает поощрение получения работниками организации знаний и создание системы признания заслуг в области повышения качества. В результате организация формирует новую корпоративную культуру, повышая не только качество продукции, но и качество организации в целом

Таким образом, для повышения качества продукции и конкурентоспособности организации нужно сформировать следующие требования и подходы:

- постоянное усовершенствование продукции и постоянное улучшение системы менеджмента качества и ее инновация;
- развитие ассортимента, создание новейших видов продукции с улучшенными потребительскими свойствами;
- увеличение ассортиментного набора выпускаемой продукции;
- внедрение инновационных технологий и улучшение производства с учетом новейших достижений науки.

Список использованной литературы

1. Головачев, А.С. Конкурентоспособность предприятия: учеб.-метод. комплекс / А.С. Головачев. – Минск: Изд-во МИУ, 2012. – 285 с.
2. Сельское хозяйство Республики Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. ком. Республики Беларусь. — Минск, 2015.
3. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. пособие / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Изд-во Эксмо, 2004. – 540 с.

УДК 657

РАЗВИТИЕ МЕТОДИК АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

Маталыцкая С.К., к.э.н., доцент

УО «Белорусский государственный экономический университет», г. Минск

Ключевые слова: прибыль, анализ, рентабельность.

Keywords: profit, analysis, profitability.

Аннотация: Совершенствование информационной базы и системы показателей, характеризующих финансовые результаты, предполагает развитие инструментальных процедур и методик анализа для управления финансовыми результатами.

Summary: Improving the information base and the system of indicators that characterize financial results implies the development of instrumental procedures and analysis techniques for managing financial results.

В анализе доходности бизнеса наиболее распространенным является коэффициентный метод оценки прибыли – расчет и анализ рентабельно-

сти. Рентабельность выступает как оценочный показатель, характеризующий эффективность использования имеющихся в организации ресурсов. Выбор показателей рентабельности зависит от поставленных задач и обозначенной цели, с учетом особенностей деятельности организации, используемых ею активов, полноты, сопоставимости и экономической обоснованности финансовых показателей. Важным моментом при оценке и анализе показателей рентабельности является выбор алгоритма их расчета, согласно обозначенным цели и задачам.

В экономической практике оценки результативности бизнеса используют три группы показателей рентабельности: первая, для оценки рентабельности деятельности организации, вторая, используется для оценки рентабельности капитала (инвестиций), третья, для оценки доходности бизнеса на основе притока и оттока денежной наличности.

Показатели рентабельности деятельности организации. В данной группе наибольшее распространение при оценке результативности бизнеса получили показатели рентабельности реализованной продукции и продаж (реализации). Рентабельность продаж (реализации) показывает долю прибыли в каждом заработанном рубле. При диагностике риска банкротства рентабельность продаж рассчитывается как отношение операционной прибыли к выраженному в денежных средствах объему продаж [2]. Возникает вопрос, как формируется показатель операционная прибыль в системе счетов бухгалтерского учета и находит ли отражение, данный показатель в бухгалтерской отчетности, а именно в Отчете о прибылях и убытках (далее – ОПУ). В настоящее время действующее законодательство Республики Беларусь не предусматривает определение и методику расчета операционной прибыли. В международной практике понятие операционная прибыль часто сопоставляется как синоним прибыли до вычета процентов и налогов (ЕБИТ) и рассчитывается как разность между валовой прибылью и управленческими и коммерческими расходами. Однако, несмотря на одинаковую природу показателей, разница заключается в том, что при формировании показателя ЕБИТ принимают участие доходы и расходы, не связанные с операционной деятельностью компании. Таким образом, операционную прибыль, исходя из ее экономической сущности, можно приравнять только к показателю «прибыль (убыток) от реализации продукции, товаров, работ, услуг», отражаемому в ОПУ. Следовательно, показатель ЕБИТ, по данным ОПУ, может быть приравнен к показателю «прибыль (убыток) до налогообложения» увеличенному на показатель «проценты к уплате» [1, 2].

Второй вопрос – что понимать под объемом продаж? В экономической литературе под объемом продаж (англ. quantity traded) понимают количество проданного продукта (фактора производства). В отчетности

Республики Беларусь понятие «выраженный в денежных средствах объем продаж» тождественен термину ОПУ «выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг».

Обозначенная нами точка зрения по определению рентабельности продаж, как отношение прибыли от реализации продукции, товаров (работ, услуг) к выручке от реализации продукции, товаров (работ, услуг) (без учета косвенных налогов), нашла отражение в Налоговом Кодексе Республики Беларусь [3].

Для исследования взаимосвязи между осуществляемыми функциями, используемыми активами и принимаемыми экономическими рисками, и уровнем вознаграждения, рекомендуется использовать также показатели рентабельности деятельности организации, рассчитанные по валовой прибыли [2], а для оценки их эффективности бизнес-планов – чистой прибыли за период [4]. Такое многообразие показателей рентабельности деятельности организации и методик их расчета, с одной стороны позволяет оценить эффективность бизнеса со всех сторон, выявить причины роста (снижения) объемов деятельности, а с другой – при проведении межхозяйственного сравнительного анализа (по различным организациям) затрудняет соизмеримость полученных результатов, без дополнительного согласования методик расчета.

Показатели рентабельности капитала и его частей. В отечественных законодательных актах и экономический литературе представлен широкий спектр показателей рентабельности. Однако прослеживается следующая тенденция: при единообразии названий показателей в разных нормативных и законодательных актах, существуют различия в методиках их расчета, и наоборот (рисунок 1).

Данная группа показателей рентабельности формируется как отношение прибыли к различным показателям авансированных средств, из которых наиболее важными являются величина активов и собственного капитала организации. При проведении анализа эффективности источников финансирования бизнеса рассчитывают рентабельность инвестиций, рентабельность акционерного капитала и др.

Рентабельность активов выражает меру доходности субъекта хозяйствования в отчетном периоде. По данным ОПУ рентабельность активов определяется как отношение прибыли (убытка) от реализации продукции, товаров, работ, услуг или чистой прибыли (убытка) (рисунок 1) к среднему за период размеру суммарных активов. Рентабельность собственного капитала характеризует эффективность использования собственного капитала.

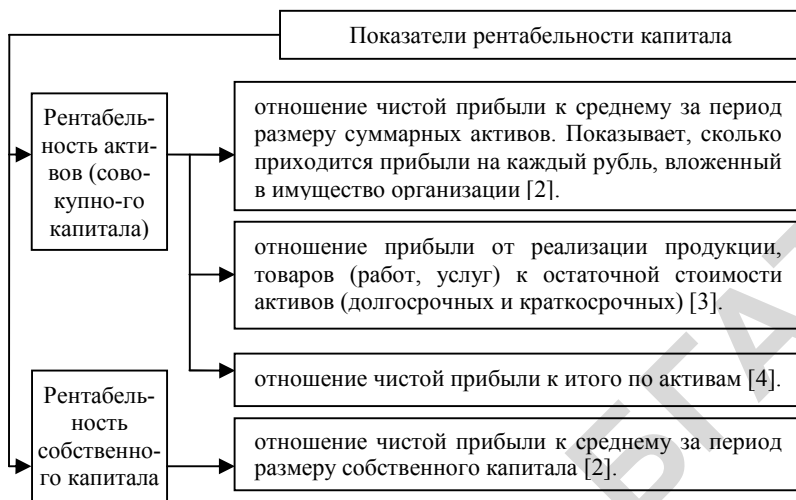


Рисунок 1. Классификация показателей рентабельности при диагностике банкротства и бизнес-планировании

В международной практике с целью идентификации факторов, определяющих эффективность функционирования организации, оценки степени их влияния и значимости, используется факторная модель компании «Du Pont». Согласно которой изменение уровня рентабельности собственного капитала зависит от изменения: ресурсоотдачи (отношение выручки к активам), эффективности продаж (отношение чистой прибыли к выручке) и мультипликатора капитала (отношение активов и собственного капитала).

В отечественной практике анализа доходности бизнеса показатели рентабельности активов (P_A) и собственного капитала (P_{CK}) исследуются во взаимосвязи и взаимозависимости. Определив рентабельность активов по чистой прибыли, можно, используя модель «Du Pont» (рисунок 2), в «чистом виде» изучить взаимосвязь рентабельности собственного капитала – эффективности продаж – оборачиваемости активов – финансового рычага (формула 1):

$$P_{CK} = P_{np} * k_{об} * MK, \quad (1)$$

где P_{np} – рентабельность продаж по чистой прибыли (используется для оценки их эффективности бизнес-планов [2]), $k_{об}$ – коэффициент общей оборачиваемости капитала, MK – мультипликатор капитала.

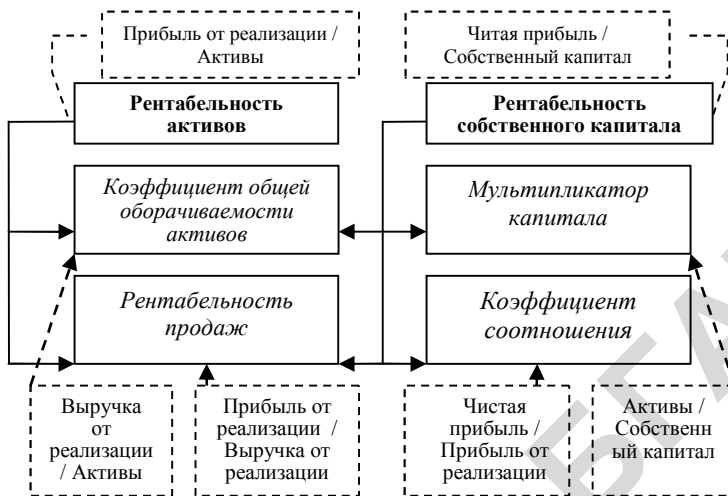


Рисунок 2. Модифицированная схема модели «Du Pont» в белорусской практике

Определив рентабельность активов по прибыли от реализации продукции и используя модифицированную схему модели «Du Pont», рентабельность собственного капитала можно представить в виде факторной модели (формула 2):

$$P_{СК} = d * P_{пр} * k_{об} * МК, \quad (2)$$

где d – коэффициент соотношения чистой прибыли (убытка) и прибыли (убытка) от реализации продукции, товаров, работ, услуг, $P_{пр}$ – рентабельность продаж по прибыли от реализации.

Использование «коэффициента соотношения» позволяет определить, сколько в рубле прибыли, заработанной организацией по основному виду деятельности, содержится чистой прибыли, на которую могут рассчитывать собственники организации.

Показатели рентабельности, рассчитанные на основе потоков денежных средств. Показатели данной группы дают представление о степени возможности организации расплатиться с кредиторами (заемщиками, инвесторами) на основе притока денежных средств.

Таким образом, при использовании в анализе коэффициентного метода оценки прибыли необходимо учитывать, что:

- все расчеты показателей рентабельности и других коэффициентов основаны на учетных данных, а не на справедливых рыночных оценках активов;

- коэффициентный метод дает усредненную характеристику финансового состояния организации, так как в отчетности, по данным бухгалтерского учета отражены исторические значения;
- на оценку показателей доходности бизнеса оказывают влияние методы оценки активов, принятые в организации;
- при межхозяйственном сравнительном анализе необходимо учитывать, что методики расчета показателей рентабельности могут варьировать в зависимости от запросов пользователей информации.

Список использованной литературы

1. Ковалев, В.В. Анализ баланса / В. В.Ковалев, Вит.В. Ковалев. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Проспект, 2017. – 912 с.
2. Об утверждении Методических рекомендаций по осуществлению мероприятий по предупреждению экономической несостоятельности (банкротства) и проведению процедур экономической несостоятельности (банкротства): приказ Министерства экономики Респ. Беларусь от 06.04.2016г. № 43.
3. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Общая часть): Кодекс Республики Беларусь от 19.12.2002 N 166-3.
4. Об утверждении Правил по разработке бизнес-планов инвестиционных проектов: постановление Министерства экономики Респ. Беларусь от 31.08.2005г. № 158 с изм. и доп. от 22.08.2016 г.

УДК 658.7

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЛИЯНИЯ РАЗМЕРА ПАРТИИ ПОСТАВКИ НА ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ЗАТРАТЫ, СВЯЗАННЫЕ СО СНАБЖЕНИЕМ ОРГАНИЗАЦИИ МАТЕРИАЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ

Михайловский Е.И., к.э.н., доцент

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет», г. Минск

Ключевые слова: производственные затраты, объем партии поставки, производственные запасы, снабжение материальными ресурсами.

Keywords: production costs, delivery lot amount, proizkvodstvenny inventories, supply with material resources

Аннотация: В статье обоснованы теоретические аспекты зависимости между производственными затратами, связанными со снабжением организации материальными ресурсами, и размером партии их поставки.

Summary: In article theoretical aspects of dependence between the production costs connected with supply of the organization with material resources, and lot size of their delivery are proved.