

Передача победителям рекламной игры выигрышей в виде товаров, работ и услуг подпадает под определение безвозмездной передачи, которая на территории Республики Беларусь является объектом обложения НДС. При исчислении данного налога следует учитывать, какие именно призы передаются победителям. Так, если выигрыша туристическая путевка за границу, местом реализации данных услуг Республика Беларусь не признается, следовательно, объект для исчисления НДС в данном случае отсутствует. Объект обложения НДС не возникает и при вручении победителям рекламной игры призов в виде денежных средств.

В отношении передачи победителям иных призов (за исключением освобождаемых от налогообложения) возникает объект обложения НДС. Налоговая база по ним определяется исходя из себестоимости либо цены приобретения, а моментом реализации является день передачи призов победителям.

Стоимость товарно-материальных призов (с исчисленным НДС), являющихся призовым фондом, который сформирован за счет собственных средств, и врученных победителям, включается в объем реализации и в затраты по производству товаров (работ, услуг), имущественных прав, учитываемых при налогообложении прибыли. Выручка от реализации, затраты на производство либо приобретение (выполнение, оказание) и безвозмездную передачу отражаются в том налоговом периоде, в котором призы фактически переданы. Таким образом, финансовый результат по данной операции будет нулевым.

Источником формирования призового фонда являются собственные средства организатора, поэтому денежные призы не уменьшают налогооблагаемую прибыль организатора игры и данные суммы не включаются в состав учитываемых при налогообложении затрат и внереализационных расходов.

Государственная пошлина за регистрацию рекламной игры, расходы на ее рекламирование, публикацию условий и результатов, а также иные затраты, связанные с проведением данного мероприятия (за исключением призового фонда), включаются в состав затрат по производству и реализации товаров (работ, услуг), имущественных прав, учитываемых при налогообложении.

Если по условиям рекламной игры отсутствуют сведения о получателях выигрышей, такие выигрыши не признаются доходом физических лиц и, соответственно, не облагаются подоходным налогом.

В случае если в рекламной игре заполняется карточка участника либо анкета, в которых указываются сведения о лицах, участвующих в игре, при вручении призов победителям возникает объект обложения подоходным налогом с физических лиц. При этом такой доход можно прольготировать в размере, не превышающем 530000 руб. [1].

Для целей исчисления налога сумма дохода при вручении победителям призов в неденежной форме определяется как их стоимость (с учетом НДС и акцизов), исчисленная исходя из регулируемых розничных цен, а при их отсутствии – из цен (тарифов), применяемых организацией на дату выдачи призов, либо из цен на идентичный товар.

Подоходный налог удерживается из выигрыша, если он получен в денежной форме. В случае, когда победитель получает приз в неденежной форме, организатор рекламной игры может предложить внести исчисленную сумму подоходного налога в кассу самостоятельно для последующего перечисления в бюджет. Если победитель не уплатил налог, организация в месячный срок со дня выдачи приза обязана направить в налоговый орган по месту жительства победителя сообщение о сумме задолженности по подоходному налогу с физических лиц. Налогооблагаемой базой будет разница между стоимостью врученных призов и суммой, на которую предоставлена льгота. Налог удерживается по ставке 12%.

Появление и активное развитие в Республике Беларусь рекламных игр способствует эффективному представлению товарных предложений, оживлению спроса, а как следствие, стимулированию реализации товаров, услуг.

Список цитированных источников

1. Налоговый кодекс Республики Беларусь от 29.12.2009г. № 71-3 (в редакции от 4.01.2012г.);
2. О рекламе: Закон Республики Беларусь от 10.05.2007 N 225-3.
3. Указ Президента Республики Беларусь от 30.01.2003 N 51, которым утверждено Положение о проведении рекламных игр на территории Республики Беларусь.
4. Инструкция о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета, утвержденная Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 29.06.2011 N 50.
5. Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утвержденная Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.09.2011 N 102.

УДК 457.127.5

Гореликова Е.А.

Научный руководитель: к.э.н., профессор Бабына В.Ф.

Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины, г. Гомель

УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

Согласно докладу "Doing Business – 2012" Всемирного банка и Международной финансовой корпорации Беларусь занимает всего лишь 69-е место по условиям ведения бизнеса. Это говорит о том, что привлечение инвестиций в экономику Республики Беларусь оставалось и остается на сегодняшний день одной из актуальных проблем. В решении этой проблемы ключевое место занимают предприятия, так как от объемов привлеченных инвестиций и форм их осуществления зависит экономическая деятельность не только данных хозяйствующих субъектов, но и страны в целом.

Считается, что для привлечения инвестиций предприятие должно вести открытую, то есть прозрачную деятельность, и предоставлять инвестору всю необходимую информацию. Основным поставщиком такой информации является финансовая отчетность организации.

В условиях международной интеграции, расширения рынков капитала, активизации предпринимательской деятельности очень важно анализировать финансовую отчетность с точки зрения инвестора, чтобы помочь ему точнее оценить финансовое положение организации, а также её привлекательность для инвестирования. В этом может помочь финансовый коэффициентный анализ, который предназначен для оценки состояния и эффективности использования экономического потенциала субъекта хозяйствования, а также принятия управленческих решений в отношении оптимизации его деятельности.

Исходя из зарубежной практики ФКА, выделим наиболее эффективные для инвестора коэффициенты, которые можно внедрить в отечественную методику анализа: темп роста выручки и чистой прибыли, показатель «кратное прибыли» и показатель «кратное выручки».

Темп роста (Тр) показывает, на сколько в процентах изменились показатели (выручка, чистая прибыль) по сравнению с предыдущими своими значениями. Чем выше темпы роста, тем лучше. Зарубежный инвестор будет покупать акции тех организаций, которые показывают высокие темпы роста выручки и чистой прибыли, а также демонстрируют самые высокие темпы роста курсовой стоимости акций. И наоборот, чем ниже темпы роста выручки и чистой прибыли, тем ниже шанс у организации привлечь инвестора.

В расчетах делается прогноз величины выручки и чистой прибыли на год вперед. Для чего финансовые показатели организации, а именно выручка, чистая прибыль, за определенное количество месяцев, приводятся к году (12 месяцев) с помощью соответствующих коэффициентов.

Темп роста выручки рассчитывается по следующей формуле (1):

$$Tr_{B, \%} = (B_n * K - B_0) / B_0, \quad (1)$$

где B_n – выручка за n месяцев текущего года;
 B_0 – выручка за 12 месяцев прошлого года;
 K – коэффициент, равный $12/n$.

Аналогично по приведенной выше формуле рассчитывается темп роста для чистой прибыли, только вместо выручки используется чистая прибыль.

Показатель «кратное прибыли» (P/E) демонстрирует, сколько готовы платить инвесторы за один рубль чистой прибыли.

Данный показатель рассчитывается по следующей формуле (2):

$$P/E = P / (ЧП_n * K / КА), \quad (2)$$

где P – курсовая цена обыкновенной акции;
 $ЧП_n$ – чистая прибыль за n месяцев текущего года;
 K – коэффициент, равный $12/n$;
 $КА$ – количество акций.

У показателя P/E есть среднее значение или диапазон. Оно находится в районе 15-20. Стандартный подход использования P/E следующий: если у организации P/E ниже среднего значения по отрасли, то можно говорить о недооцененности акций данной организации. Если у организации показатель P/E существенно выше среднего значения по отрасли, то это может указывать на переоцененность акций.

Показатель «кратное выручки» (P/S) демонстрирует, сколько готовы платить инвесторы за один рубль выручки.

Показатель P/S рассчитывается по той же формуле, что и показатель P/E, только вместо чистой прибыли используется выручка.

Если показатель P/S находится в диапазоне 1-2,5, то это его типичное среднее значение. Если у организации P/S ниже 1, то можно говорить о недооцененности акций данной организации. Если же у организации показатель P/S существенно выше 2,5, то это может свидетельствовать о переоцененности акций.

Следует иметь в виду, что при оценке финансовых показателей важны не столько цифры, как их динамика. Акции организаций, имеющие положительную динамику (выручки, чистой прибыли), имеют высокие шансы вырасти в цене. Здесь работает простой принцип: чем выше темпы роста финансовых показателей у организации, тем сильнее могут подорожать ее акции. Особенно это относится к чистой прибыли. Инвестор будет стремиться формировать свои инвестиционные портфели из акций, демонстрирующих высокие темпы роста финансовых показателей [1, с.55].

Стоит отметить, что традиционные формы финансовой отчетности плохо приспособлены для вышеназванного анализа. Для проведения ФКА необходимо, чтобы отчетность не была сложной, в ней должны сосредотачиваться группы статей, которые будут играть существенную роль при анализе. Например, для анализа привлекательности деятельности организации достаточно знать сумму выручки и чистой прибыли за базовый и исследуемый период, а также количество акций, выпущенных организацией, и их рыночную цену.

Формы должны быть удобными и читаемыми руководителем и менеджерами и соответствовать специфическим особенностям деятельности организации. Периодичность составления такой отчетности должна устанавливаться произвольно по мере проведения ФКА.

Для того, чтобы инвестору выбрать нужную организацию из определенного числа организаций конкретной отрасли, можно использовать рейтинговый анализ.

Рейтинг — это метод сравнительной оценки деятельности нескольких предприятий. В основе рейтинга лежит обобщенная характеристика по определенному признаку (признакам), позволяющая выстраивать (группировать) предприятия в определенной последовательности по степени убывания (возрастания) данного признака [2, с.136].

В качестве признака, по которому следует группировать организации с целью оценки их привлекательности для инвестора, можно взять значение коэффициента Р/Е.

Смысл показателя Р/Е довольно противоречив.

Например, если у организации показатель Р/Е выше, чем у других организаций отрасли, организация может иметь как положительные, так и отрицательные качества.

Положительные качества:

- инвесторы ценят акции данной организации выше, чем акции других организаций отрасли;
- инвестиционные риски в данной организации ниже, чем в других организациях отрасли.

Отрицательные качества:

- акции организации переоценены и не имеют большого потенциала к росту [3, с.85].

Организации с высоким Р/Е, как правило, являются лидерами отрасли и чаще конкурентоспособнее, чем их собратья.

Если у организации показатель Р/Е ниже, чем у других организаций отрасли, то она может иметь как положительные, так и отрицательные качества.

Отрицательные качества:

- инвесторы ценят акции данной организации ниже, чем акции других организаций отрасли;
- инвестиционные риски в данной организации выше, чем в других организациях отрасли.

Положительные качества:

- акции организации недооценены и имеют большой потенциал к росту.

Организации с низким Р/Е, как правило, относятся к отстающим организациям отрасли и менее конкурентоспособным.

Поэтому существует два подхода при использовании показателя Р/Е. Первый подход: необходимо покупать только акции с высоким Р/Е. Второй подход: необходимо покупать акции с низким Р/Е.

Таким образом, мы рекомендуем дополнить отечественный анализ некоторыми коэффициентами, использовать на их основе рейтинговый анализ, а также проводить данный анализ, используя специально разработанные формы управленческой отчетности. Применение ФКА позволит усовершенствовать отечественную методику анализа финансовой отчетности, поможет потенциальным инвесторам принимать справедливые и точные управленческие решения по отношению к конкретной организации.

Список цитированных источников

1. Бугаев, А.В. Финансовый коэффициентный анализ [Текст] / А. В. Бугаев. – Мн.: УО «БГУ». – 2008. – 150 с.
2. Плеханова, Г.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий [Текст] / Г.В. Плеханова. – М.: ИНФРА –М., 2008. – 617 с.
3. Бердникова, Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст] / Т.Б. Бердникова. – М.: ИНФРА –М, 2007. – 215 с.

УДК: 332.155

Книгиницкая Г.В.

Научный руководитель: ст.преподаватель Гнатышина Н.Д.

Черновицкий торгово-экономический институт, г. Черновцы

УПРАВЛЕНИЕ РЕНТАБЕЛЬНОСТЬЮ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Сегодня в условиях рыночной экономики перед предприятиями необходимо сформировать конкретные требования, связанные с системой управления. Субъекты хозяйствования должны быстро реагировать на изменения, происходящие во внешней среде, которая в условиях трансформации экономики является изменчивой. И поэтому предприятиям необходимо постоянно отслеживать свое финансовое состояние и совершенствовать процессы производства, чтоб обеспечить повышение эффективности деятельности в будущих периодах. Для оценки уровня эффективности функционирования предприятия используют показатели рентабельности деятельности предприятия, которые непосредственно связаны с размером прибыли и служат фактором улучшения финансового состояния предприятия и обеспечивают его конкурентоспособность.

В Украине в период кризиса наблюдается тенденция к значительному снижению уровня рентабельности хозяйственной деятельности, что означает убыточность многих предприятий. Поэтому актуальным остается нерешенный вопрос управления рентабельностью – одного из наиболее важных показателей деятельности и фактора повышения стоимости предприятия. Рентабельность – это показатель, который дает представление о достаточности или недостаточности прибыли в сравнении с