

Инновационный проект считается эффективным при ЧДД > 0.

2. Индекс доходности.

$$ИД = \frac{\sum_{t=0}^T (R_t - Z_t) \frac{1}{(1+E)^t}}{\sum_{t=0}^T K_t \frac{1}{(1+E)^t}}$$

Из формул расчета ЧДД и ИД следует: если ЧДД положителен, то ИД > 1 и проект эффективен; если ЧДД отрицателен, то ИД < 1 и проект представляется неэффективным; если ЧДД = 0, то ИД = 1 и вопрос об эффективности проекта остается открытым.

3. Внутренняя норма доходности представляет собой ставку дисконта, при которой чистый дисконтированный доход равен нулю. Инновационный проект считается эффективным, если ВНД больше ожидаемой нормы дохода на инвестируемый капитал.

4. Срок окупаемости — это период, в течение которого первоначальные капиталовложения по инвестиционному проекту покрываются суммарным эффектом от его осуществления.

Вышеуказанные этапы анализа эффективности проекта были применены для оценки инновационно-инвестиционного проекта повышения конкурентоспособности ООО «Этон».

Литература

1. Ивасенко, А.Г., Никонова, Я.И., Сизова, А.О. Инновационный менеджмент. – М.: КНОРУС, 2009.
2. Лимитовский, М.А. Инвестиционные проекты и реальные опционы на развивающихся рынках. – М.: Издательство Юрайт, 2008.

УДК 338.512

Пашкевич Т.А.

Научный руководитель: старший преподаватель Зубрицкий А.Ф.

УО «Белорусский национальный технический университет» г.Минск

АСПЕКТЫ МЕТОДИКИ ФАКТОРНОГО АНАЛИЗА ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРОДУКЦИИ

Рентабельность — это степень доходности, выгодности, прибыльности бизнеса. Показатели рентабельности более полно, чем прибыль, характеризуют окончательные результаты хозяйствования, так как их величина отражает соотношение эффекта с вложенным капиталом или потребленными ресурсами. Их используют для оценки деятельности предприятия и как инструмент в инвестиционной политике и ценообразовании.

Показатели рентабельности можно объединить в несколько групп:

§ показатели, базирующиеся на затратном подходе (рентабельность продукции, рентабельность деятельности);

§ показатели, характеризующие прибыльность продаж (рентабельность продаж);

§ показатели, в основе которых лежит ресурсный подход (рентабельность совокупных активов, рентабельность основного капитала, рентабельность оборотного капитала, рентабельность собственного капитала).

В процессе анализа изучают динамику этих показателей рентабельности, выполнение плана по их уровню и проводят межхозяйственные сравнения с предприятиями-конкурентами.

Рентабельность продукции (услуг) ($R_{пн}$) исчисляется путем отношения прибыли от реализации ($\Pi_{пн}$) к сумме затрат по реализованной продукции (услуг) ($Z_{пн}$):

$$R_{пн} = \frac{\Pi_{пн}}{Z_{пн}}$$

Данная величина показывает, какую прибыль имеет организация с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции (услуги). Этот показатель может рассчитываться как в целом по организации, так и по отдельным ее сегментам и видам продукции.

Основным методологическим вопросом в экономическом анализе является изучение влияния факторов на результаты деятельности предприятия. От глубины, комплексности и точности измерения влияния факторов в конечном итоге зависят выводы и рекомендации по результатам анализа, а также точность прогноза исследуемых показателей, вследствие чего применение факторного анализа показателей рентабельности является стратегически необходимым инструментом в поиске путей повышения эффективности функционирования предприятий.

К традиционным факторным моделям относятся:

- Ø анализ рентабельности *i*-го вида продукции;
- Ø анализ рентабельности операционных затрат в целом по предприятию;
- Ø анализ рентабельности оборота *i*-го вида продукции;
- Ø анализ общей рентабельности оборота;
- Ø анализ рентабельности издержек обращения в торговле;
- Ø анализ рентабельности товарооборота в торговле.

При расчёте влияния факторов на уровень рентабельности по детерминированным моделям необходимо учитывать следующее правило. Если какой-либо фактор одновременно оказывает влияние и на прибыль, и на величину затрат или ресурсов, то, чтобы комплексно оценить его влияние, необходимо одновременно измерять его значение и в числителе, и в знаменателе.

Факторный анализ рентабельности операционных затрат лежит в основе формирования всех основных показателей рентабельности. С помощью его модели можно установить изменение коэффициента окупаемости за счёт структуры продаж, изменения отпускных цен и себестоимости реализованной продукции. Однако её недостатком является то, что в ней все факторы рассматриваются независимо друг от друга и не учитывается взаимосвязь объёма производства (реализации) продукции и её себестоимости. Предполагается, что объём продаж изменяется сам по себе, себестоимость и цены варьируются независимо от объёма реализации продукции. Однако на самом деле при увеличении (уменьшении) объёма производства себестоимость продукции снижается (возрастает).

Аналогичные недостатки присущи и методике факторного анализа рентабельности продаж: она не учитывает влияние объёма продаж на уровень рентабельности.

Получившая применение для раскрытия факторов формирования уровня рентабельности затрат модель соотносит выручку отчётного периода с затратами прошлого периода без пересчёта последних на объём продаж отчётного периода. Аналогичная ситуация проявляется при изучении рентабельности продаж, когда способом цепной подстановки рассчитывается влияние выручки и затрат на изменение уровня рентабельности.

Все представленные выше модели построены на чисто математических соотношениях, а следовательно, не раскрывают причинно обусловленные связи, необходимые для управления процессами формирования исследуемых показателей. Во избежание отмеченных недостатков и для обеспечения системного подхода при изучении факторов изменения рентабельности продукции и прогнозирования её величины хотелось бы предложить модели, построенные по правилам маржинального анализа, в основе которого лежит деление затрат на постоянные и переменные. Соотношение традиционных и применяемых в маргинальном анализе факторных моделей представлено в таблице «Детерминированные факторные модели рентабельности».

Таблица – Детерминированные факторные модели рентабельности

Показатель рентабельности	Факторные модели	
	традиционные	применяемые в маргинальном анализе
Рентабельность затрат <i>i</i> -го вида продукции (R_{3i})	$R_{3i} = \frac{p_i - c_i}{c_i}$	$R_{3i} = \frac{ВПП_i(p_i - b_i) - A_i}{ВПП_i \times b_i + A_i}$ <i>b</i> – удельные переменные расходы; <i>A</i> – постоянные расходы периода
Рентабельность операционных затрат в целом по предприятию (R_3)	$R_3 = \frac{\sum ВПП_{общ} \times Y_{дi} \times (p_i - c_i)}{\sum ВПП_{общ} \times Y_{дi} \times c_i}$	$R_3 = \frac{\sum ВПП_{общ} \times Y_{дi} \times (p_i - b_i) - A}{\sum ВПП_{общ} \times Y_{дi} \times b_i + A}$
Рентабельность оборота <i>i</i> -го вида продукции ($R_{обi}$)	$R_{обi} = \frac{p_i - c_i}{c_i}$	$R_{3i} = \frac{ВПП_i(p_i - b_i) - A_i}{ВПП_i \times p_i}$
Рентабельность издержек обращения в торговле ($R_{ио}$)	$R_{ио} = \frac{УВД - УИО}{УИО}$ УВД – уровень валового дохода; УИО – уровень издержек обращения	$R_{ио} = \frac{ТО \times (УВД - УПИ) - A}{ТО \times УПИ + A}$ ТО – товароборот; УПИ – уровень переменных издержек обращения
Рентабельность товарооборота в торговле ($R_{то}$)	$R_{то} = УВД - УИО$	$R_{ио} = \frac{ТО \times (УВД - УПИ) - A}{ТО}$

Таким образом, конструируя факторные модели показателей рентабельности, необходимо стремиться к тому, чтобы они раскрывали истинные причины изменения их уровня. Только тогда при их применении на практике будет возможно объективно анализировать процессы, протекающие на предприятии.

Литература

1. Донцова, Л.В., Никифорова, Н.А, Комплексный анализ бухгалтерской отчетности. – М.: ДИС, 2001.
2. Негашев, Е.В. Анализ финансов предприятия в условиях рынка: учеб. пособие. – М.:Высш. Шк., 1997.
3. Савицкая, Г.В. Анализ эффективности деятельности предприятия: методологические аспекты. – М.: Новое знание, 2003.
4. Шеремет, А.Д., Негашев, Е.В. Методика финансового анализа. – М.: ИНФРА – М 1999.

УДК 336.71

Станилевич А.А.

Научный руководитель: доцент Мелких Е.Г.

УО «Белорусский национальный технический университет» г. Минск

СТРАХОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ РИСКОВ В АСПЕКТЕ БУХГАЛТЕРСКОГО И УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА

Внедрение инноваций все больше рассматривается современными компаниями как единственный способ повышения конкурентоспособности производимых товаров, поддержания высоких темпов развития и уровня доходности. Предприятия, преодолевая экономические трудности, начинают своими силами вести разработки в области продуктовых и технологических инноваций. Однако в этом случае менеджер идет на большой риск, т.к. использование инноваций влечет за собой вложение значительных средств, и оно не всегда оправдано. Одним из инструментов защиты предприятий от риска является страхование.

Операции на страхование относятся как к управленческой, так и к бухгалтерской информации. На предприятиях может быть организовано 2 системы учета:

- система бухгалтерского учета;
- система управленческого учета.

С точки зрения управленческого учета вся информация является исключительно внутренней, в то время как бухгалтерский учет предоставляет информацию и для внешних пользователей. Далее в данной работе будет рассмотрен учет затрат по страхованию с точки зрения бухгалтерского и управленческого учета. Страхование инновационных рисков относится к категории затрат на страхование, поэтому они относятся к аналитике затрат на страхование в целом. Система аналитического учета разработана применительно к НИИ физико-химических проблем БГУ.

Чем детальнее на предприятии осуществляется планирование и учет, тем детальнее можно проанализировать возможные причины отклонений возникающих затрат и доходов. Если на предприятии менеджер при принятии решений ориентируется на бухгалтерский учет, то учет затрат по видам ложится на бухгалтерию. В этом случае учет затрат на страхование отражается на счете 26 «Общехозяйственные расходы».

Счет 26 "Общехозяйственные расходы" предназначен для обобщения информации о расходах для нужд управления, не связанных непосредственно с производственным процессом. В частности, на этом счете могут быть отражены следующие расходы: административно-управленческие расходы; содержание общехозяйственного персонала, не связанного с производственным процессом; амортизационные отчисления и расходы на ремонт основных средств управленческого и общехозяйственного назначения; арендная плата за помещения общехозяйственного назначения; расходы по оплате информационных, аудиторских, консультационных и т.п. услуг; другие аналогичные по назначению управленческие расходы.

Общехозяйственные расходы отражаются на счете 26 "Общехозяйственные расходы" с кредита счетов учета производственных запасов, расчетов с работниками по оплате труда, расчетов с другими организациями (лицами) и др.

Организации, деятельность которых не связана с производственным процессом (комиссионеры, агенты, брокеры, дилеры и т.п., кроме организаций, осуществляющих торговую деятельность), используют счет 26 "Общехозяйственные расходы" для обобщения информации о расходах на ведение этой деятельности. Данные организации списывают суммы, накопленные на счете 26 "Общехозяйственные расходы", в дебет счета 90 "Продажи".