

Проведя анализ влияния факторов на изменение прибыли и чистой прибыли на рубль заработной платы, можно сделать вывод о том, что общее изменение прибыли на рубль заработной платы составит +1,01 млн рублей, чистой прибыли на рубль заработной платы – + 0,87 млн рублей.

УДК 336.7

А. Лазаренко

(Республика Беларусь)

Научный руководитель: Е.М. Бельчина, ст. преподаватель
Белорусский государственный аграрный технический университет

ФАКТОРИНГ КАК СРЕДСТВО ФИНАНСИРОВАНИЯ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА

В современных условиях фактор качественного и всеобъемлющего контроля использования долгосрочных и оборотных активов является одной из ключевых предпосылок формирования себестоимости продукции предприятия и, как следствие, конкурентоспособности его продукции на рынке. Это особенно актуально в ситуациях, когда по условиям заключенного договора одна сторона получает платеж за поставленные товары или оказанные услуги не одновременно с исполнением своего обязательства, а через некоторое время. В этой связи в Беларуси остро стоит проблема нарастания дефицита оборотных средств, и как следствие, проблемы погашения дебиторской и кредиторской задолженности.

Одним из способов разрешения ситуации с систематическим нарастанием неплатежей по поставкам может стать использование факторинговых операций белорусскими организациями. Факторинговые операции позволяют поставщику минимизировать либо вообще снять с себя все коммерческие риски. Посредством этого, поставщику создаются условия для нормальной коммерческой деятельности, способствующие ускорению оборачиваемости средств и, следовательно, росту прибыли.

С целью изучения возможности использования факторинга нами проанализированы динамика дебиторской и кредиторской задолженности и коэффициенты финансового состояния ПРУП «Э/Б им. Котовского» (таблицы 1 и 2).

Таблица 1 – Динамика кредиторской и дебиторской задолженности в ПРУП «Э/Б им. Котовского» за 2012-2014 гг. (на конец года)

Показатели	2012 г.	2013 г.	Изменение 2013 г. / 2012 г., %	2014 г.	Изменение 2014 г. / 2013 г., %
Кредиторская, млн руб.	4 623	7 897	170,8	14 358	181,8
Дебиторская, млн руб.	130	527	в 4 раза	1 554	в 3 раза

На основании данных таблицы 1, можно отметить, что за период 2012-2014 гг. наблюдается значительный рост как дебиторской, так и кредиторской задолженности. Увеличение дебиторской задолженности говорит о том, что

исследуемая организации не уделяет должного внимания взысканию долгов с покупателей, что, в свою очередь, также отрицательно сказывается и на финансовом состоянии ПРУП «Э/Б им. Котовского» (таблица 2).

Таблица 2 – Динамика коэффициентов финансового состояния ПРУП «Э/Б им. Котовского» за 2012-2014 гг.

Коэффициенты	2012 г.		2013 г.		2014 г.		Норматив
	На начало года	На конец года	На начало года	На конец года	На начало года	На конец года	
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	-0,56	-0,86	-0,86	-0,73	-0,73	0,09	> 0,1
Коэффициент текущей ликвидности	1,48	1,44	1,44	1,23	1,23	1,1	≥ 1,5
Коэффициент платежеспособности	0,64	0,54	0,54	0,58	0,58	0,47	≥ 0,2
Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств	0,37	0,44	0,44	0,37	0,37	0,35	≤ 0,85

Таким образом, проведенный анализ финансового состояния ПРУП «Э/Б им. Котовского» позволил выявить значительные проблемы в его финансовой деятельности. Устойчивость финансового состояния ПРУП «Э/Б им. Котовского» может быть повышена путем сокращением сроков расчетов за поставляемую продукцию для уменьшения дебиторской задолженности; пополнения собственного оборотного капитала за счет внутренних и внешних источников.

Для улучшения финансового состояния исследуемой организации нами предлагается использования такой формы финансирования оборотного капитала как факторинг. Схема внедрения факторинга представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Схема факторинга

Воспользовавшись факторингом, предприятие, отгрузив товар, не дожидаясь оплаты от покупателя, может получить от банка денежные средства в размере дебиторской задолженности за минусом вознаграждения (дисконта). Размер дисконта определяется в абсолютной сумме либо в процентах от суммы денежного обязательства. При этом предприятия, передающие свои денежные требования банку и получающие взамен досрочную оплату за поставленные товары и оказанные услуги, ускоряют оборот своих денежных средств.

Таким образом, факторинговые операции выступают средством, способствующим улучшению финансового состояния организации, упрочению связей между поставщиками и покупателями, а также насыщению товарных рынков конкурентоспособной продукцией.

УДК 001.891.34

К. Лапшова

(Республика Беларусь)

Научный руководитель: Н.Н. Киреенко, к.э.н., доцент

Белорусский государственный аграрный технический университет

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «МИНСКИЙ МОЛОЧНЫЙ ЗАВОД №1»

Молочно-продуктовый подкомплекс занимает в структуре АПК Республики Беларусь значимое место. Одной из важнейших составляющих частей АПК страны, наряду с производством сельскохозяйственной продукции, является перерабатывающая сфера, поэтому как производители сырья, так и торговля, а также население заинтересованы в эффективной деятельности перерабатывающих предприятий.

К концу 2014 года произошло объединение первого и второго молокозаводов. ОАО «Гормолзавод №2». В связи с этим перед заводом стоит ряд проблем, вызванных присоединением убыточного и малорентабельного предприятия.

Учитывая, что разнообразие ассортимента велико и систематически расширяется, то рентабельность и прибыльность завода можно улучшить за счет совершенствования маркетинговой деятельности. Так как для завода фирменная торговля не новое предприятие, то возможно увеличение собственных торговых точек.

Одним из перспективных мест для размещения фирменного магазина является г.п. Смиловичи. На данный момент в городе проживает около 5079 чел. В Смиловичи находится более 20 магазинов, продающих различные виды товаров, ресторан и 2 бара. Все это свидетельствует о платежеспособности населения. Магазинов, специализирующихся на продаже молочной продукции, в данном населенном пункте нет. Кроме того, город находится всего в 33 км от местонахождения ОАО «Минский молочный завод №1», что не влечет существенного увеличения транспортных расходов, и позволяет оперативно реагировать на изменение потребительских вкусов. Проанализировав бизнес-планы строительства аналогичных магазинов в