

ласти, а наименьшая сумма налоговых поступлений формируется в Могилевской и Витебской областях. Коэффициент эффективности налогообложения малого бизнеса (отношение чистой прибыли к сумме налоговых поступлений) в 2017 году по сравнению с 2014 годом повысился во всех регионах, за исключением Витебской области, что говорит о низкой эффективности функционирования и повышении налоговой нагрузки субъектов малого предпринимательства данного региона. Значение данного коэффициента в 2017 году по сравнению с 2016 годом снизилось в Брестской, Гомельской и Гродненской областях. Для остальных регионов налоговая нагрузка субъектов малого предпринимательства в 2017 году по сравнению с 2016 годом снизилась. Отрицательной тенденцией является превышение налоговых поступлений субъектов малого бизнеса над полученной чистой прибылью.

Улучшение условий ведения бизнеса, в том числе и в сфере налогообложения, приведет к повышению налогового потенциала регионов за счет роста количества налогоплательщиков и расширения налоговой базы.

#### Список используемой литературы

1. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь: статистический сборник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь, пред. редкол. И. В. Медведева. – Минск: Национальный статистический комитет, 2018.
2. Сведения о субъектах малого и среднего предпринимательства Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Сайт Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://nalog.gov.by/ru/svedeniya-predprinimatelstvo/>

УДК 339.56.055

## **ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОТ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

*К.э.н., доц. Квасникова В.В., студ. Хряпко И.С.  
Витебский государственный технологический университет  
г. Витебск, Республика Беларусь*

Анализ финансовых результатов является неотъемлемой частью анализа хозяйственной деятельности промышленной организации, так как он позволяет непосредственно оценить эффективность её деятельности. Между тем, для экспортно-ориентированной организации особое значение приобретает анализ финансовых результатов по отдельным внешним рынкам. Это обусловлено тем, что внешний рынок по сравнению с внутренним, имеет более высокую ёмкость, его контрагенты более платежеспособны, чем отечественные. Это позволяет организации генерировать больший объем прибыли от реализации продукции на внешнем рынке, при условии ее конкурентоспособности. Внешний рынок организации представлен рынками отдельных стран, имеющих свои специфические особенности (ёмкость, территориальная удаленность, культурные традиции), что обуславливает различия в величине затрат, связанных с освоением и работе на этом рынке (представительские и транспортные расходы и расходы на рекламу). Эти обстоятельства определяют различия в финансовых результатах, которые организация в конечном итоге получает при работе на отдельных внешних рынках. Анализ литературных источников по проблеме показал, что методики анализа финансовых результатов, предложенные в работах Г.В. Савицкой, Л.Л. Ермолович, А.Д. Шеремет, В.В. Ковалева и др., не предусматривают анализа показателей «прибыли» и «рентабельности» в разрезе отдельных

внешних рынков, что не позволяет оценить вклад каждого рынка в общий финансовый результат организации.

Исследование финансовых результатов по отдельным внешним рынкам особенно актуально для организаций, специализирующихся на производстве кабельно-проводниковой продукции. Исходя из этого, в работе предложена методика анализа финансовых результатов от внешнеэкономической деятельности. Реализация методики предусматривает выполнение следующих этапов. 1. Анализ динамики и структуры выручки от реализации продукции в разрезе отдельных рынков сбыта (внешний и внутренний, отдельных стран, экономических союзов государств) и видов продукции. Анализ структуры выручки от реализации продукции позволит выявить рынки, наиболее значимые для организации, а показатели динамики определить тенденции развития спроса на продукцию. Так, например, высокий спрос на кабельно-проводниковую продукцию в Литве и Латвии, прежде всего, обусловлен реализацией двух энергетических проектов по объединению энергосистем стран Балтии с энергосистемой Швеции и Польши, а также проектами по электрификации железных дорог в этих странах. Кроме того, переход стран ЕС «на зеленую экономику» также вызвал повышение спроса на кабельно-проводниковую продукцию в Германии и Австрии. 2. Анализ динамики и структуры прибыли от реализации продукции в разрезе отдельных рынков сбыта и видов продукции. 3. Анализ динамики транспортных расходов по рынкам сбыта. При реализации продукции на экспорт организации, как правило, осуществляют доставку продукции за свой счет. Поэтому величина транспортных расходов может оказать существенное влияние на величину финансовых результатов отдельного рынка. Вместе с тем более информативным является показатель «величина транспортных расходов на 1 рубль реализованной продукции», так как данный показатель отражает не только удаленность рынка, но и структуру реализации продукции. Так, при больших поставках более дешевой продукции на большие расстояния величина показателя существенно возрастает. Так, несмотря на то, что Казахстан и Кыргызстан территориально расположены рядом, транспортные расходы на 1 руб. продукции, поставляемой в Казахстан, в 2 раза выше с аналогичным показателем по Кыргызстану. 4. Оценка показателей рентабельности продукции и продаж в разрезе рынков сбыта.

УДК 336.71

## **ФАКТОРИНГ: СУЩНОСТЬ, НАЗНАЧЕНИЕ И СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА**

*Ст. преп. Левшицкая О.Р., студ. Белоус А.Н.  
Витебский государственный технологический университет  
г. Витебск, Республика Беларусь*

В процессе хозяйственной деятельности у организаций часто возникает потребность в медленном превращении дебиторской задолженности в «живые» деньги. На помощь приходят специальные факторинговые компании и банки, занимающиеся покупкой счетов клиентов за комиссионное вознаграждение, и проценты, покрывающие их расходы по изучению кредитоспособности плательщиков, инкассации и составляющие прибыль кредитных учреждений.

Цель исследования – выявление преимуществ факторинга, его сущности в целом, перспектив этого вида услуг и роли белорусского рынка факторинга.

Факторинг – рискованный, но высоко прибыльный бизнес, эффективное орудие финансового маркетинга, одна из форм интегрирования банковских операций, которые наиболее приспособлены к современным процессам развития экономики. В мировой практике сложилось следующее определение факторинга: факторинг – это комиссионно-посредническая операция,