

УДК 65.291

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ КОНТРОЛЛИНГА СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Студ. Трубенкова О.Ю., к.э.н., доц. Дем О.Д.
Витебский государственный технологический университет

Капитал является одним из важнейших факторов производства, наряду с природными и трудовыми ресурсами. В общем виде капитал понимается как стоимость, авансируемая в деятельность предприятия с целью получения прибыли.

В современных условиях структура капитала является тем фактором, который оказывает непосредственное влияние на финансовое состояние предприятия – его платежеспособность и ликвидность, величину дохода, рентабельность деятельности.

В настоящее время нет однозначного мнения по поводу факторов, влияющих на структуру капитала. Наиболее значимыми факторами, влияющими на структуру капитала, согласно различным зарубежным теориям, являются ставка налога на прибыль, осязаемость активов, размер фирмы, возраст компании, темпы роста выручки и рентабельность. В Республике Беларусь, по нашему мнению, наибольшую значимость имеют такие показатели, как рентабельность и темпы роста выручки. Проанализировав данные одного из витебских предприятий, получим трехфакторную корреляционную модель зависимости рентабельности собственного капитала (y) от средневзвешенной цены капитала ($x1$), ставки налога на прибыль ($x2$) и темпа роста выручки ($x3$). Уравнение связи выглядит так:

$$y = - 79,96 + 1,04 \times x1 + 1,81 \times x2 + 0,24 \times x3$$

Система управления капиталом предприятия представляет собою совокупность взаимосвязанных элементов, которые включают принципы и методы управления, направленные на формирование оптимальной величины и структуры капитала, эффективное его использование в хозяйственной деятельности предприятия. Ведущей целью финансового контроллинга *есть* ориентация управленческого процесса на максимизацию прибыли и стоимости капитала владельцев при минимизации риска и сохранении ликвидности и платежеспособности предприятия.

Проблема систематизации и оптимизации системы контроллинга структуры капитала занимает значительное место в большинстве концепций развития систем управления предприятиями. Промышленные предприятия преимущественно отличаются рядом особенностей: большей, нежели в других отраслях, долей основных средств в активах и запасов в оборотных средствах. Однако в настоящее время большинство промышленных предприятий не имеет средств на обновление основного капитала и нуждаются в кредитовании. Отсутствие льгот при этом неблагоприятно влияет на рентабельность и финансовую устойчивость предприятия. Меняющееся процентное соотношение и изменения структуры капитала и ее компонентов, может оказать влияние на риск и стоимость каждого вида капитала. Совершенствование инструментов управления и контроллинга капитала предприятия ведет к процветанию и росту научно-технического потенциала предприятия.

Несмотря на значительный мировой опыт, накопленный корпоративными структурами, многие теоретические и практические вопросы использования контроллинга для управления структурой капитала, особенно в условиях современной Республики Беларусь исследованы недостаточно. Таким образом, проблемными вопросами в области практического формирования эффективной системы контроллинга структуры капитала можно считать поиск и обоснова-

ние подходов к формированию механизма совершенствования контрольных процедур, адекватных специфическим условиям современной белорусской экономики. При этом контроллинг структуры капитала является наименее исследованной областью системы финансового управления предприятий Республики Беларусь.

УДК 65:338.242

АНАЛИЗ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГЛХУ «ВИТЕБСКИЙ ЛЕСХОЗ»

Студ. Селезнёва А.М., к.т.н., доц. Рипецкая Л.А.

Витебский государственный технологический университет

Государственное лесохозяйственное учреждение (ГЛХУ) «Витебский лесхоз» является организацией отрасли «Лесное хозяйство». Организация занимается лесохозяйственной деятельностью, предусматривающей охрану и воспроизводство лесов, и коммерческой деятельностью, включающей разработку лесосечного фонда, производство продукции деревообработки, вывозку древесины на склады, для последующей её реализации на внутреннем и внешнем рынках.

На внутреннем рынке продукция реализуется организациям, расположенным во всех шести областях Республики Беларусь, но преимущественно в Брестской и Могилёвской областях. На внешнем рынке основными покупателями продукции являются организации Польши, Литвы и Латвии. Удельный вес продукции услуг, реализуемых в эти страны, составляет 93,4 % от объема продукции на экспорт. Наибольший объем продаж приходится на Польшу – 69,4 %.

Анализ динамики реализации продукции и услуг на внешнем рынке указывает на положительную тенденцию. Объем реализации вырос на 149,9 тыс. долларов, в основном за счет увеличения поставок продукции и услуг в Польшу на 172,7 тыс. долларов (30,9 п.п).

Однако, выявлены и проблемы со сбытом отразившие сокращение продаж в Литву на 10,7 тыс. долларов (7,7 п.п) и в Латвию на 43,0 тыс. долларов (20,3 п.п).

Динамика основных результатов деятельности организации за 2012 – 2013 годы убеждает в том, что организация испытывает большие проблемы, в том числе и сбытовые. Расходы на реализацию продукции и услуг в 2013 году в сравнении с 2012 годом снизились на 18,2 %, а запасы готовой продукции выросли в 2 раза. Управленческие расходы увеличились на 24,2 % и в результате рост заработной платы на 1 % роста производительности труда составил 1,17 %. При этом прибыль от инвестиционной деятельности снизилась на 20,7 %, а убытки от финансовой деятельности выросли в 3 раза.

Основными причинами таких негативных результатов деятельности организации являются нерациональная организация службы сбыта и не эффективная финансовая политика.

Самостоятельной службы сбыта в организации нет. Исследованием рынков сбыта и поиском покупателей на внутреннем и внешнем рынках занимаются в основном посреднические организации. В 2013 году объём реализации продукции и услуг по прямым договорам с покупателями составил 25 %, через ОАО «Белорусская товарная биржа – 63 % и 12 % – на основе тендеров. На внешнем рынке реализацией продукции и услуг организации полностью занимаются УП «Беллесэкспорт» и УП «Беллесбумпромэкспорт».

Специалист по маркетингу и внешнеэкономической деятельности, работающий в отделе промышленного производства организации, в соответствии с должностной инструкцией занимается преимущественно оперативной учётной работой по подготовке и отгрузке продукции покупателям и отчётностью о выполнении плана реализации. В такой ситуации организация