

необходимо предоставить сертификат собственного производства. К существенным преимуществам можно отнести также таможенные упрощения в области логистики и в производственной деятельности. Компаниям, которые заняты строительством объектов, предоставляется возможность ввоза необходимых товаров без уплаты таможенных пошлин и НДС. Резидентам при производстве какой-либо продукции предоставляется возможность регулировать цены на продукцию своего производства.

Среди правовых новшеств можно выделить, прежде всего, увеличение количества основных сфер деятельности (социально-культурные проекты, телекоммуникации, комплексная логистика, электронная коммерция).

При строительстве объектов компании могут в упрощенном порядке получить земельные участки в минимальные сроки. Предусмотрена аренда или получение земли в собственность с необходимой инфраструктурой. Проектировать объекты можно по стандартам ЕС или Китая без соблюдения белорусских норм. Товары для строительства и оборудования производств могут ввозиться без уплаты таможенных пошлин и НДС.

С целью быстрого и эффективного рассмотрения обращений резидентов и инвесторов работа, связанная с организацией деятельности компаний в Парке, – от поступления обращения до выдачи соответствующего административного решения – налажена по принципу «одна станция» [4].

Постоянно пополняется инвестиционный фонд для привлечения новых резидентов в индустриальный парк. Предполагается, что он будет направлен не только на проекты, реализуемые государственными корпорациями, но и на поддержку компаний малого и среднего бизнеса.

Заключение. Таким образом, индустриальный парк «Великий камень» – наиболее значимый совместный китайско-белорусский проект, задача которого – развитие высокотехнологичных направлений промышленности и бизнеса, внедрение инновационных разработок. Интерес к нему со стороны как отечественных, так и иностранных инвесторов стабильно растет, поскольку послабление налоговой политики, а также свободный таможенный режим в странах-участниках Евразийского экономического союза обеспечивают возможность выхода на широкий потребительский рынок, как крупным компаниям, так и представителям среднего и малого бизнеса.

ЛИТЕРАТУРА

1. «Великий камень»: новые возможности для бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://director.by/home/hot-news/5621-velikij-kamen-novye-vozmozhnosti-dlya-biznesa>. – Дата доступа: 07.03.2020.

2. Китайско-Белорусский индустриальный парк «Великий Камень»: особые условия для ведения бизнеса

3. Китайско-Белорусский индустриальный парк в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vmp.by/publications/kitajsko_beloruskiy_industrialnyiy_park_velikiy_kamen. – Дата доступа: 07.03.2020.

4. Налоговые льготы для резидентов Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий камень» [Электронный документ]. – Режим доступа: http://www.nalog.gov.by/ru/razjasnenija_minsk_obl_ru/view/nalogovye-lgoty-dlja-rezidentov-kitajsko-beloruskogo-industrialnogo-parka-velikij-kamen-27339. – Дата доступа: 06.03.2020.

5. Официальный сайт Китайско-Белорусского индустриального парка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://industrialpark.by>. – Дата доступа: 05.03.2020.

УДК 330.44

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ В ОЦЕНКЕ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРОДАЖ

*В.В. Жеко, магистрант Минский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,
научный руководитель – канд.экон.наук, доцент Н.А. Антипенко*

Резюме – оценка эффективности деятельности организаций является необходимым условием их рациональной финансовой политики и инвестиционной привлекательности. Это связано с тем, что финансовую основу успешной деятельности организации составляет прибыль и рентабельность, которые определяют способность организации не только покрывать свои затраты, но и осуществлять расширение деятельности за счет собственных средств.

Summary - Evaluation of the effectiveness of organizations is a prerequisite for their rational financial policies and investment attractiveness. This is due to the fact that the financial basis of a successful organization is profit and profitability, which determine the organization's ability to not only cover its costs, but also to expand its activities at its own expense.

Введение. Рыночная конкуренция требует от организаций своевременного выявления таких резервов, которые позволяют не только минимизировать затраты на бизнес - процессы, но и максимизировать результат, который создает условия для дальнейшего успешного развития и расширения деятельности на целевых рынках. Поэтому, если организация контролирует эффективность своей деятельности, то у нее есть возможность быть конкурентоспособной в условиях постоянно меняющейся конъюнктуры рынка. Для этого организациям необходимо постоянно внедрять в бизнес-процессы инновационные, технологические и технические новшества.

Основная часть. Современная экономика характеризуется развитием цифровых технологий и автоматизацией процессов обработки больших объемов информации, характеризующей эффективность деятельности бизнес-субъектов [2], что накладывает отпечаток на все отрасли экономики. Особенности бизнес-субъектов потребительской кооперации Республики Беларусь связаны с многообразием форм собственности и направлений деятельности, начиная от заготовок и заканчивая торговлей собственными и покупными товарами. При этом торговля является одним из основных направлений деятельности в потребительской кооперации республики, торговые организации которой постоянно сталкиваются с проблемами неопределенности рыночной среды. Именно поэтому оценка эффективности результатов деятельности потребительских обществ занимает основное место в совокупности финансово-экономических проблем [4].

Кроме того, в потребительской кооперации существуют проблемы совершенствования структуры и взаимодействия между различными сферами деятельности субъектов хозяйствования, что требует учета особенностей сферы деятельности и самих бизнес-субъектов при анализе и оценке эффективности их деятельности. Так, например, заготовительная деятельность будет отличаться от переработки, производства или торговли.

Однако для всех бизнес-субъектов основным критерием будет экономическая эффективность, которая является важным, но недостаточным критерием оценки, так как основной целью потребительской кооперации является удовлетворение экономических и социо-культурных потребностей своих членов с минимальными затратами. Именно активизация пайщиков различных потребительских обществ позволяет повышать экономическую эффективность деятельности всех бизнес-субъектов потребительской кооперации [4].

Традиционно, в систему аналитических оценок эффективности деятельности организаций относятся прибыль и рентабельность, которые используются для оценки общей эффективности кооперативной организации. Прибыль определяет результат производственно-финансовой деятельности и отражает эффективность производства, уровень себестоимости, объем и качество продукции и состояние производительности труда. Рентабельность является более информативным показателем, характеризующим прибыльность и, если организация получает прибыль, то она является рентабельной. Рентабельность отражает степень доходности, выгодности и прибыльности бизнес-субъектов. Это касается всех отраслей экономики любой страны.

Уровень рентабельности – это процентное отношение прибыли к сумме совокупных затрат, которые связаны с производством и реализацией товаров, работ и услуг. Для оценки рентабельности, как результативного показателя эффективности, используются коэффициенты. Первым этапом анализа показателей рентабельности организации является оценка рентабельности объема продаж и расчет факторов, влияющих на нее.

Для расчета рентабельности продаж используется формула:

$$Pp = \frac{Pr}{Bp} = \frac{Bp - C}{Bp}, \quad (1)$$

где P_r – прибыль от реализации продукции;

B_p – выручка от реализации продукции;

C – себестоимость реализации.

Так как показатели рентабельности более полно, чем прибыль характеризуют окончательные результаты хозяйствования организации, то их величина отражает соотношение эффекта с вложенным капиталом или потребленными ресурсами [3]. Поэтому чтобы рассчитать прибыль и рентабельность реализации, а также факторы, которые на них повлияли, необходимо кроме себестоимости учесть и другие издержки, которые связаны с реализацией и управлением, и провести факторный анализ. Для факторного анализа рентабельности реализации, были также учтены коммерческие и управленческие расходы, которые оказывают непосредственное влияние на прибыль и рентабельность продаж.

При этом можно проследить, какие факторы влияют на снижение как прибыли, так и рентабельности. На основе полученных данных можно провести факторный анализ рентабельности продаж, которая равна:

$$Rп(в) = \left[\frac{(B - C - КР - УР)}{B} \right] \times 100 \quad (2)$$

Данная модель показывает, что на прибыль от реализации влияют те же факторы, что и на рентабельность. На основе модели рентабельности продаж можно проследить влияние изменения выручки от продаж на рентабельность, используя следующую формулу:

$$\Delta Rп(в) = \left[\frac{(B1 - C0 - КР0 - УР0)}{B1} - \frac{(B0 - C0 - КР0 - УР0)}{B0} \right] \times 100 \quad (3)$$

где $B1$ и $B0$ – выручка двух периодов;

$C1$, и $C0$ – себестоимость двух периодов;

$КР1$, и $КР0$ – коммерческие расходы двух периодов;

$УР1$, и $УР0$ – управленческие расходы двух периодов.

Для того, чтобы оценить влияние отдельных факторов на рентабельность необходимо использовать факторный анализ. Влияние изменения себестоимости на рентабельность продаж можно рассчитать по формуле:

$$\Delta Rп(с) = \left[\frac{(B1 - C1 - КР0 - УР0)}{B1} - \frac{(B1 - C0 - КР0 - УР0)}{B1} \right] \quad (4)$$

Влияние изменения расходов на реализацию или коммерческих расходов на рентабельность продаж рассчитывается по формуле:

$$\Delta R_{п(кр)} = \left[\frac{(B1 - C1 - KР1 - УР1)}{R1} - \frac{(B1 - C1 - KР0 - УР0)}{R1} \right] \times 100 \quad (5)$$

На динамику рентабельности также оказывают влияние и управленческие расходы, влияние которых можно рассчитать по формуле:

$$\Delta R_{п(ур)} = \left[\frac{(B1 - C1 - KР1 - УР1)}{R1} - \frac{(B1 - C1 - KР1 - УР0)}{R1} \right] \times 100 \quad (6)$$

После определения влияния отдельных факторов на рентабельность продаж, можно посчитать результирующее влияние всех факторов по формуле:

$$\Delta R_{п} = \pm \Delta R_{п(в)} \pm \Delta R_{п(с)} \pm \Delta R_{п(кр)} \pm \Delta R_{п(ур)} \quad (7)$$

Заключение. Рентабельность продаж является важным показателем, отражающим долю прибыли в сумме выручки от реализации товаров, работ и услуг. Обычно для расчета рентабельности продаж используется операционная прибыль, в которую входят налоги, которые в дальнейшем организация оплачивает из выручки. Это связано с тем, что эффективность работы организации не зависит от суммы налогов, а рентабельность показывает именно экономическую эффективность. Использование для расчета рентабельности продажи чистой прибыли, позволяет лучше представить реальную выгоду от продаж, кроме того, проводя факторный анализ, целесообразно учитывать индекс цен, так как инфляция также оказывает влияние на объем реализации продукции, работ и услуг в стоимостном выражении, и может не всегда соответствовать объем реализации в натуральном выражении.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агеева О.А. Бухгалтерский учет и анализ: учебник для студентов вузов / О.А. Агеева, Л.С. Шахматова. – М.: ЮРАЙТ, 20. – 419– С.19.
2. Зеленков М.Ю. — Критерии и методы оценки эффективности цифровизации управления транспортно-логистическими системами // Тренды и управление. – 2019. – № 2. – С. 76 - 90.
3. Савицкая Г.В. Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности. Методологические аспекты / Г.В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 270 с.
4. Экономика предприятий торговли : учеб.пособие / под ред. Н. В. Максименко, Е. Е. Шишковой. – Мн.: Выш. шк., 2018. – 542 - с. с.8
5. Факторный анализ прибыли и рентабельности. Электронный ресурс. Режим доступа:<http://zaochnik.com>
6. Антипенко, Н.А. Методика анализа финансовой устойчивости организаций с учетом эффективности использования ее средств / Н.А. Антипенко, Д.Ю. Бусыгин, В.В. Данилов // Интеллектуальный капитал в экономике знаний: сб. тр. к 110- летию Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова / [Сост. Н.Н. Горбачёв]. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – С. 6-13.

УДК 3.08

МОТИВАЦИЯ ТРУДА ПЕРСОНАЛА В ИТ-СФЕРЕ

*Ю.С. Жишкевич, студент группы 10507118 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – Мотивация труда – одна из важнейших функций менеджмента, представляющая собой стимулирование работника или группы работников к деятельности по достижению целей предприятия через удовлетворение их собственных потребностей. Мотивацию нельзя измерить или непосредственно наблюдать. Концепция описывает состояние бытия, которое заставляет людей вкладывать свои силы и время в достижение цели. Чем выше мотивация, тем больше вероятность того, что человек будет работать на результат с постоянной или возрастающей силой. Мотивацию персонала в ИТ-сфере необходимо понимать как процесс направленных на формирование и максимально эффективное использование человеческого потенциала работников в соответствии со стоящими перед организацией целями, возможностями и личными качествами работников. Таким образом, мотивация-это сила, которая запускает поведение и удерживает его в нужном русле.

Summary –Motivation of work is one of the most important functions of management, which is to encourage an employee or group of employees to work to achieve the goals of the enterprise through meeting their own needs. Motivation cannot be measured or directly observed. The concept describes a state of being that forces people to invest their time and effort in achieving a goal. The higher the motivation, the more likely it is that a person will work for the result with constant or increasing strength. The motivation of personnel in the IT sphere must be understood as a process aimed at the formation and maximum effective use of the human potential of employees in accordance with the goals,