

изводственные участки, служба сбыта) [2]. При большом объеме затрат среди основных производных подразделений целесообразно разделить их на несколько зон, например, по виду продукции (работ, услуг), по которым отдельно планировать объем производства и реализации.

На основании анализа объекта и субъекта управления затратами можно выделить основные принципы для применения системного подхода:

1. На предприятии на подготовительном этапе должна быть сформулирована конкретная цель по оптимизации затрат;

2. Цели отдельных подразделений предприятия не должны вступать в конфликт с целями всего предприятия;

3. Проанализировать и выявить различные альтернативные пути для достижения поставленной цели.

Таким образом, система управления затратами на предприятии базируется на достаточно полной проработке отдельных составляющих управления затратами и выделения основных направлений деятельности структурных подразделений, которые в свою очередь организуют сбор и систематизацию необходимой информации. Применение системного подхода к управлению затратами позволит повысить эффективность финансово-хозяйственной деятельности предприятий, обеспечит их финансовую стабильность и конкурентоспособность.

Список использованной литературы:

1. Либерман, И.А. Управление затратами : учеб.-практ. пособие для студ. вузов / И.А. Либерман. – М.: МарТ, 2006. – 619 с.

2. Лебедев, В.Г. Управление затратами на предприятии : для бакалавров и специалистов / В.Г. Лебедев, Т.Г. Дроздова, В.П. Кустарев ; под редакцией Г.А. Краюхина. – 5-е изд.. – СПб [и др.] : Питер : Мир книг, 2012. – 588 с.

Н.П. Лецик

*УО «Белорусский государственный экономический университет»
(Республика Беларусь, Минск)*

ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ИТ-КОМПАНИЙ

Анализ финансовых результатов ИТ-компаний имеет как сходства, так и особенности по сравнению с общепринятой методикой анализа хозяйственной деятельности коммерческих предприятий. В процессе анализа можно использовать различные показатели прибыли. При этом

прибыль изучается в разрезе нескольких классификационных признаков: по видам хозяйственной деятельности (от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности), по составу включаемых элементов (валовая прибыль, общий финансовый результат, прибыль до налогообложения, чистая прибыль), по степени учета инфляционного фактора (номинальная и реальная прибыль) и др. [1, с. 260].

В виду специфики деятельности организация учета и анализа в IT-компаниях имеет свои особенности. По признаку организации деятельности и применяемой бизнес-модели можно выделить: организации оказывающие услуги в сфере IT-бизнеса и создающие программное обеспечение на заказ (аутсорсинговые организации), организации, создающие собственный программный (или программно-аппаратный) продукт и получающие доход от его использования или реализации. Для целей анализа среди последних следует отдельно выделить организации, осуществляющие массовую реализацию своего продукта различным пользователям (так называемые «коробочные продукты»).

Так как методика учет затрат в Республике Беларусь в настоящий момент предполагает выделение переменных и постоянных затрат уже на счетах бухгалтерского учета, то особенно актуальным видится применение маржинального анализа. Маржинальный анализ является эффективным инструментом для обоснования управленческих решений в бизнесе. Он позволяет иначе взглянуть на резервы роста прибыли, установить зону безопасности предприятия. В его основу положено изучение соотношения между издержками, объемом производства и реализации и прибылью, где издержки подразделяются на переменные и постоянные.

Поскольку методика маржинального анализа изначально создавалась для производственных предприятий, то выявим сходства и различия в организации деятельности основных типов IT-компаний с производственными предприятиями.

Наиболее близкими по организации деятельности к производственным являются компании, осуществляющие массовую реализацию своего продукта различным пользователям. Примером являются компания Electronic Arts (EA) (создатели игр), компания MicroSoft (операционные системы, комплексы программы для работы с различными документами), компания 1С и ее франчайзи (программное обеспечение для ведения бухгалтерского учета, управления организацией).

В данном случае, соотношение описывается стандартной моделью факторов, применяемой в маржинальном анализе (1).

$$Пб = V \times (P - Спер) - Спост, \quad (1)$$

где Пб – прибыль от реализации, V – объем реализации, P – цена единицы продукции, Спер – переменные затраты, Спост – постоянные затраты.

Объем реализации определяется количеством проданных копий (лицензий) продукта, переменные затраты включают затраты связанные с тиражированием продукта, а постоянные затраты включают затраты на разработку продукта и общепроизводственные/общехозяйственные затраты, не зависящие от тиража. Отличие от производственных предприятий заключается лишь в том, что в последних затраты на создание продукта напротив являются переменными.

IT-компании, создающие программный продукт для себя и получающие доход от его использования (например, предоставляя доступ к определенным сервисам посредством своего продукта за плату, размещая рекламу и иными подобными способами) могут аналогично оценить объем услуг (в количестве разовых услуг, часах по работе с сервисом и др.), цену и затраты. При этом затраты на создание и доработку продукта будут относиться к постоянным затратам, а затраты на обеспечения доступа к услугам и техническую поддержку – к переменным.

Аутсорсинговые IT-компании и компании, создающие собственный продукт для реализации узкому кругу потребителей не могут прямым образом использовать классическую модель маржинального анализа. Основным препятствием является то, что каждый заказ (продукт) имеет индивидуальный характер и сложно оценить какие заказы и в каком количестве необходимо исполнить, чтобы покрыть постоянную часть издержек. Маржинальный доход от деятельности компании складывается из маржинального дохода по каждому заказу. Соотношение стоимости заказа и переменных затрат на него может в значительной мере варьироваться от заказа к заказу.

Однако, изучив процесс оценки и принятия проектов (заказов) IT-компаниями Республики Беларусь, автор пришел к выводу, что наиболее универсальной характеристикой объема (масштаба) проектов является количество человеко-часов работы ведущей группы работников (программистов различной специализации, дизайнеров). Значение цены (предполагаемой стоимости проекта) и переменных затрат в этом случае следует производить также в расчете на 1 человеко-час. Предложенный показатель объема является в определенной мере условным. Точность оценок будет возрастать, если показатель использовать для конкретной IT-компании, для сходных по ресурсам и средствам разработки проектов. Тем не менее, эффективность и обоснованность

управленческих решений с применением маржинального анализа на основе условного показателя объема работ выше, чем в отсутствие его (что и имеет место в большинстве IT-компаний Республики Беларусь в настоящий момент).

Таким образом, можно сделать вывод, что методика маржинального анализа применима к IT-компаниям различных типов с учетом описанных выше изменений, предложенных автором.

Список использованной литературы:

1. Савицкая, Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия/ Г.В. Савицкая – М.: Инфра-М, 2014. – 544 с.

А.О. Липская
УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации»
(Республика Беларусь, Гомель)

ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПАЕВЫХ ВЗНОСОВ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Сложившаяся за последние годы тенденция к сокращению объёмов внутреннего кооперативного рынка в Республике Беларусь, острая нехватка собственных оборотных средств для поддержания основной текущей деятельности хозяйствующих субъектов, вызванная недостаточным уровнем самофинансирования для реализации запланированных социально-экономических показателей, требует пересмотра как организационной структуры управления, так и совершенствования правовых, экономических и социальных основ деятельности потребительских обществ и их союзов с учетом практики применения действующих норм гражданского и жилищного законодательства и современных условий развития бизнеса. В этой связи приобретают значимость вопросы оценки роли паевых взносов в процессе формирования кооперативных источников финансирования и эффективности их использования для стимулирования хозяйственной деятельности организаций потребительской кооперации и реализации социальных программ по обеспечению товарами и услугами сельского населения и членов-пайщиков.