

Литература

1. Стандарты в области управления качеством и обеспечения качества. Часть 1. Руководящие указания по выбору и применению : ISO 9000–1:1994. — Введ. 01.07.1994 : ISO TC 176 Управление качеством и обеспечение качества. — 28 с.
2. Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход на основе менеджмента качества : СТБ ISO 9004–2010. — Введ. 01.01.2011. — Минск : Государственный комитет по стандартизации Республики Беларусь : БелГИСС, 2011. — 52 с.

Учет и аудит собственного капитала

*Заянковская Н. Л., студ. II к. БГУ,
науч. рук. Кондакова Н. М., канд. эк. наук, доц.*

Развитие рыночных отношений повлияло на появление целого ряда новых экономических объектов учета и анализа. Один из них — капитал предприятия и, в частности, собственный капитал предприятия. Собственный капитал — это ресурсы организации, ее активы за вычетом обязательств по этим активам. Он состоит из совокупности уставного, добавочного и резервного капитала, нераспределенной прибыли и прочих резервов.

Анализ собственного капитала реализует следующие основные цели: выявить основные источники формирования собственного капитала и определить последствия их изменений для финансовой устойчивости предприятия; определить правовые, договорные и финансовые ограничения в распоряжении текущей и нераспределенной прибыли.

В соответствии с нормативными документами уставный капитал для разных групп организаций оплачивается полностью или частично на момент их государственной регистрации. Перед регистрацией организация открывает специальный накопительный счет в банке, с которого банк до момента государственной регистрации владельца счета не производит никаких операций. После регистрации накопительный счет преобразуется в расчетный. Если в течение года с момента регистрации организации ее частично оплаченный уставный капитал не будет доведен до заявленного в учредительных документах, организация обязана зарегистрировать уменьшение уставного капитала. Если уменьшенный уставный капитал по сумме меньше установленной законодательством нижней границы, организация подлежит ликвидации.

Добавочный капитал в отличие от уставного капитала не разделяется на доли, внесенные конкретными участниками, он показывает общую ответственность всех участников.

Добавочный капитал складывается из эмиссионного дохода, возникающего при реализации акций по цене, которая превышает их номинальную стоимость, и дополнительной эмиссии акций; прироста стоимости имущества по переоценке; курсовых разниц, образовавшихся при внесении учредителями вкладов в уставный капитал организации.

Резервный капитал создают в обязательном порядке акционерные общества и совместные организации в соответствии с действующим законодательством. Резервный капитал — размер имущества предприятия, который предназначен для размещения в нем нераспределенной прибыли, для покрытия убытков, погашения облигаций и выкупа акций предприятия. Его назначение — возмещение различного рода непроизводительных потерь и убытков организации за отчетный год, а также погашение облигаций общества и выкуп его акций при отсутствии иных источников. Резервный капитал остальных организаций создается за счет прибыли, оставшейся в распоряжении организации.

От величины собственного капитала зависят платежеспособность профессионального участника рынка ценных бумаг, а также его возможности по внедрению надежных программно-технических комплексов, организации процедур внутреннего контроля, совершенствованию уровня профессиональной подготовки персонала.

В настоящее время предприятия сталкиваются с рядом проблем, связанных с учетом собственного капитала. В бухгалтерском учете на современном этапе многие из составляющих элементов собственного капитала — категории сравнительно новые. Уставный капитал в условиях рыночных отношений неоднозначно проявляет себя в организациях различных форм собственности. Добавочный капитал как учетный показатель не соответствует международным стандартам и практике ведущих стран. Особое значение в условиях рыночной экономики приобретает понятие резервного капитала. Разнообразны подходы к учету формирования и использования нераспределенной прибыли. Следовательно, понимание сущности этих категорий, методика их учета и отражение информации об их состоянии в финансовой отчетности находятся только на стадии становления.

Целесообразно предложить следующие принципы формирования капитала предприятия:

- 1) Учет перспектив развития хозяйственной деятельности данной организации. Процесс формирования объема и структуры капитала подчинен задачам обеспечения его хозяйственной деятельности не только на начальном этапе, но и на продолжении и расширении этой деятельности в будущем.
- 2) Обеспечение соответствия объема привлекаемого капитала объему формируемых активов предприятия. Общая потребность в капитале основывается на потребности в оборотных и внеоборотных активах.

- 3) Обеспечение оптимальности структуры капитала с позиции эффективного его функционирования.
- 4) Обеспечение минимизации затрат по формированию капитала из различных источников. Такая минимизация осуществляется в процессе управления стоимостью капитала, под которой понимается цена, уплачиваемая предприятием за его привлечение из различных источников.
- 5) Обеспечение высокоэффективного использования капитала в процессе его хозяйственной деятельности.

Учет собственного капитала требует особого внимания, так как эта часть учета наиболее подвержена изменениям. Обеспечение рационального учета собственного капитала возможно только при полном знании всех особенностей учета, организационно-правовых форм, законодательных актов и др.

Совершенствование методов планирования

*Касперович А. С., магистрант БГУИР,
науч. рук. Кардаш С. Н., канд. техн. наук, доц.*

Известно, что стратегическая матрица в маркетинге — это пространственная модель, отражающая взгляды фирмы на рынке в зависимости от комбинации действия многих факторов. Основным опытом использования матриц в стратегическом планировании была модель, предложенная в 1957 г. И. Анзоффом. В дальнейшем развитие и усовершенствование этой модели проводилось многими другими исследователями. Наибольший вклад в развитие внес основатель Бостонской консалтинговой группы Брюс Д. Хендерсон [1]. Практически во всех книгах по маркетингу матрица Бостон Консалтинг Групп (БКГ) упоминается как инструмент стратегического анализа.

Матрица БКГ и разнообразные ее модификации типа матрицы Мак-Кинзи достаточно хорошо известны среди менеджмента различных стран. Ведущие специалисты по маркетингу знают основные характеристики матрицы БКГ и с удовольствием употребляют терминологию: «Звезды», «Денежные мешки» и т. д.

Анализ процесса управления при ассортиментном планировании на действующих предприятиях показал, что существует разрыв между знанием и действием по его применению. Кроме характерных внутренних для предприятия причин, таких как непонимание смысла матрицы БКГ, отсутствие стратегического планирования и т. д., есть и вполне логичные причины неиспользования матрицы БКГ. А ведь именно для крупных бизнес-структур корпоративного типа матрица БКГ и была предназначена изначально в качестве эффективного и простого инструмента. В корпоративных