

Данную модель целесообразно использовать в «идеальных условиях» хозяйствования, когда посевная и убранная площадь одинаковы, т.е. отсутствует гибель посевов. Однако в силу различных природно-климатических условий (засуха, большое количество выпадаемых осадков и т.д.), бесхозяйственности (несоблюдение сроков уборки, неподготовленность техники к уборочной и т.д.) возникает гибель посевов. Таким образом, динамика суммы затрат на производство i -го вида продукции зависит от изменения следующих факторов первого уровня соподчиненности: размера посевной площади; размера площади погибших посевов; выхода продукции с 1 гектара; уровня переменных расходов на 1 ц продукции и суммы постоянных затрат:

$$\sum Z_i = (S_{mi} - S_{ri})Y_i a_i^{ex} + A_i, \quad (3)$$

где $\sum Z_i$ — общая сумма затрат на производство i -го вида продукции; S_{mi} — размер посевной площади i -го вида продукции; S_{ri} — размер гибели посевов i -го вида продукции.

В результате такого анализа получаем детализированную расшифровку изменения суммы затрат за счет изменения объема производства продукции с учетом факторов, оказывающих влияние на его величину. Полученные в результате использования маржинального анализа данные позволяют полнее выявлять резервы снижения себестоимости продукции и объективнее оценивать результаты деятельности организации.

Для факторного анализа себестоимости единицы i -го вида продукции предлагаем использовать следующую модель:

$$C_i = \frac{A_i / (S_{mi} - S_{ri})}{Y_i} + b_i^{ex}. \quad (4)$$

Сравнивая результаты по предлагаемой и действующей методике, можно увидеть, что предлагаемый вариант дает более детализированную информацию для формулирования выводов и выработки оптимальных управленческих решений. Аналогично проводится анализ себестоимости продукции животноводства.

*С.К. Метлушко, ст. преподаватель
Е.С. Макарова, студентка
ГГУ имени Ф. Скорины (Гомель)*

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ: МЕТОДИКА И ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ

Важнейшей характеристикой инновационной деятельности организации служит ее инновационная активность. Рассматривая ее как са-

мостоятельную категорию и учитывая подходы различных авторов, определим инновационную активность организации как степень интенсивности осуществляемых ею действий на всех этапах инновационной деятельности. Текущая и перспективная оценка ее уровня служит инструментом управления инновационной деятельностью предприятия, а также средством выявления сдерживающих ее факторов.

Обзор и систематизация существующих методических подходов к анализу и оценке инновационной активности позволили выявить их разнообразие и констатировать факт, что комплексной методики анализа в настоящее время не существует. Условно эти подходы можно подразделить на две группы: 1) традиционную, содержащую методики, основанные на формировании системы ее показателей (авторы Т.И. Юркова, А.А. Трифилова, С.Н. Дроздова), и 2) концептуальную, включающую оригинальные концепции методик (авторы С.М. Бухонова, В.П. Баранчев, Ю.П. Анискин, О.Н. Мельников). Безусловно, каждая из методик дополняет методический инструментарий исследования инновационной активности предприятий. Однако как недостаток многих из них (особенно второй группы) следует отметить: во-первых, отсутствие формализованного выражения предлагаемых показателей, таких как, например, количество новизны, полученное от персонала, новое состояние измеряемой характеристики товара и т.д.; во-вторых, отсутствие в них такого важного элемента любой методики, как указание источников информации для их расчета, что в результате существенно снижает ценность методик с позиции их практической реализации.

Учитывая изложенное, в систему показателей для оценки инновационной активности организации предлагаем включить следующие: долю стоимости инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции; долю отгруженной инновационной продукции на внешний рынок в общем объеме отгруженной продукции; долю нематериальных активов в стоимости внеоборотных активов; долю затрат на технологические инновации в общем объеме инвестиций; долю средств, выделяемых предприятием на собственные и совместные исследования по разработке новой продукции и технологий, в общей сумме инвестиций предприятия; уровень затрат на обучение и подготовку персонала, связанных с инновациями. Рост значений данных показателей свидетельствует о повышении инновационной активности организации. Информационную базу для их расчета составляют формы бухгалтерской отчетности (№ 1 и 5), статистической отчетности (4-у, 12-п, 1-п, 1-ф(ос), 1-нт (инновация), 12-т), сведения отдела маркетинга и отдела труда и заработной платы, текущая и оперативная отчетность по отдельным аспектам инновационной деятельности. Предлагаемая система показателей может служить базой для методики анализа инновационной активности организации как одной из функций управления ее инновационной деятельностью, поскольку она отвечает требованиям практической значимости, обеспеченности информацией для их расчета и однозначности интерпретации.

Дальнейшим развитием методики с позиции системности и комплексности оценки инновационной активности является расчет ее интегрального показателя как корня n -й степени из произведения n коэффициентов роста предложенных выше показателей за два смежных периода. Значение интегрального показателя, превышающее 1, можно оценивать как положительную тенденцию роста инновационной активности организации за год.

Предлагаемый методический подход к оценке инновационной активности организации позволит комплексно оценивать интенсивность действий по развитию и выявлению резервов ее инновационной деятельности.

*В.В. Мякинская, соискатель
БГЭУ (Минск)*

РЕИНЖИНИРИНГ ПРОЦЕССОВ В УСЛОВИЯХ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА АУДИТА

Высокий спрос на сложные и разнообразные аудиторские услуги, усиливающаяся конкуренция на рынке, высокие требования пользователей к многообразию, функциональности и качеству услуг способствуют поиску принципиально новых подходов к обеспечению конкурентоспособности поставщиков аудиторских услуг. Один из возможных путей решения данной проблемы — создание и внедрение в аудиторской организации системы управления качеством. Новый подход к качеству услуг предполагает переход от высокого качества услуг к высокому качеству всего комплекса обслуживания и наиболее полному и мобильному удовлетворению требований потребителя услуг. Основным инструментом реализации такого подхода является разработанная авторами система менеджмента качества (СМК) аудита [1]. Учитывая основные факторы, которыми руководствуется заказчик при выборе аудиторских услуг, внедрение СМК необходимо производить на всех стадиях жизненного цикла аудиторской услуги:

- планирование качества аудиторской услуги — применяется при разработке новых аудиторских продуктов;
- управление качеством аудиторской услуги — выполнение всего комплекса мероприятий, направленных на выполнение требований к качеству;
- обеспечение качества аудиторской услуги — деятельность, направленная в первую очередь на создание уверенности в достижении целей управления качеством с наименьшими затратами;
- повышение качества аудиторской услуги — деятельность, направленная на увеличение способности системы качества выполнить требования к повышению качества при неизменной ее цене [2].