

## Характерные черты финансовых ресурсов

Признаки	Содержание
Обязательный элемент воспроизводства	Составная часть общей системы экономических ресурсов предприятия, обеспечивающая непрерывность хозяйственного оборота
Стоимостная экономическая категория	Самостоятельная категория, образующаяся в процессе аккумуляции и распределения денежных средств предприятия
Сфера действия	Постоянное движение на всех стадиях воспроизводства, за исключением его технологического цикла
Универсальность применения финансовых ресурсов	Используются в целях: <ul style="list-style-type: none"> <li>• обеспечения непрерывности текущей деятельности предприятия;</li> <li>• создания резервных фондов, обеспечивающих снижение степени риска;</li> <li>• осуществления операций на финансовом рынке;</li> <li>• материального стимулирования и удовлетворения социально-бытовых нужд членов трудового коллектива и др. мероприятия</li> </ul>
Уникальность влияния на экономические и социальные процессы	Быстрая трансформация в другие стоимостные формы, что обеспечивает их воздействие на результативность хозяйственных и финансовых процессов

*Источник:* собственная разработка

Рассмотренные выше признаки дают основание считать финансовые ресурсы предприятия обязательным элементом воспроизводственного процесса, наделенными уникальными способностями их воздействия на его непрерывность и эффективность.

#### Список литературы

1. Финансы и кредит: учебник / под ред. М. В. Романовского, Г. Н. Белоглазовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2008.
2. Лапуста, М. Г. Финансы организаций (предприятий): учебник / М. Г. Лапуста, Т. Ю. Мазуркина, Л. Г. Скамай. – М., 2008.
3. Ковалева, А. М. Финансы фирмы: учебник / А. М. Ковалева. – М., 2000.

*Е. В. Пунько*

*Научный руководитель – кандидат экономических наук Н. М. Кондакова*

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТА ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ВНЕОБОРОТНЫХ АКТИВОВ

*В бухгалтерском учете следует отражать использование чистой прибыли в соответствии с уставом или протоколом общего собрания учредителей (акционеров) и не следует допускать самовольного направления чистой прибыли на другие цели, в том числе и на финансирование капитальных вложений.*

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°.

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

http://www.bseu.by elib@bseu.by

Налоговый кодекс Республики Беларусь не требует обязательного отражения целевого использования полученной льготы по налогу на прибыль, направляемую на финансирование капитальных вложений производственного назначения и жилищного строительства. Такая обязанность установлена пунктом 170 Инструкции о порядке составления и представления бухгалтерской отчетности, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 14.02.2008 № 19: «При использовании льготы и уменьшении облагаемой налогом прибыли в соответствии с законодательством на сумму прибыли, направленной на финансирование капитальных вложений производственного назначения и жилищного строительства, а также на погашение кредитов банков, полученных и использованных на эти цели, отражение производится по дебету счета 99 “Прибыли и убытки” и кредиту счета 84 “Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)”, субсчет “Фонд накопления”, одновременно на ту же сумму – по дебету счета 84 “Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)”, субсчет “Фонд накопления» и кредиту счета 83 “Добавочный фонд”».

Обязанность отражения целевого использования прибыли с формированием фонда накопления в таких случаях устанавливается вне зависимости от распоряжений учредителей (акционеров).

Рассмотрим нормы законодательства, в соответствии с которыми организации вправе создавать фонд накопления, направляемый на финансирование капитальных вложений, в том числе основных средств.

Юридическими лицами могут быть организации, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и (или) распределяющие полученную прибыль между участниками (коммерческие организации) (пункт 1 статьи 46 ГК Республики Беларусь). Как видим, коммерческая организация изначально при создании преследует цель получения прибыли и распределения ее между участниками, но никак ни направления ее на формирование фондов. Другое дело, что учредители (участники) понимают что, не развивая хозяйственную деятельность, не формируя соответствующие фонды (в том числе и накопления), невозможно стабильно получать прибыль.

В учредительном договоре определяются также условия и порядок распределения между участниками прибыли и убытков, управления деятельностью юридического лица, выхода учредителей (участников) из его состава (статья 48 ГК Республики Беларусь). Аналогичная норма содержится в ст. 14 Закона «О хозяйственных обществах». Таким образом, никто не может обязать учредителей формировать фонды накопления, а в учредительном договоре учредители (участники) могут закрепить, что вся чистая прибыль направляется на выплату дивидендов (доходов) учредителей (участников).

В подтверждение отмеченного приведем еще и нормы ст. 5 Инвестиционного кодекса Республики Беларусь от 22.06.2001 № 37-3 (с изменениями и дополнениями, внесенными Законом Республики Беларусь от 15.07.2008 № 397-3): источниками инвестиций, если иное не предусмотрено законодательными актами Республики Беларусь, могут являться:

- собственные средства инвесторов, включая амортизационные фонды, прибыль, оставшаяся после уплаты налогов и других обязательных платежей, в том числе средства, полученные от продажи долей в уставном фонде юридического лица;

- заемные и привлеченные средства, включая кредиты банков и небанковских кредитно-финансовых организаций, займы учредителей (участников) и других юридических и физических лиц, облигационные займы.

Амортизационные фонды воспроизводства основных средств и нематериальных активов с 1 января 2011 г. не являются источниками финансирования приобретения основных средств, так как из Инструкции о порядке начисления амортизации основных средств и нематериальных активов, утвержденной постановлением Министерства экономики Республики Беларусь, Министерства финансов Республики Беларусь, Министерства архитектуры и строительства Республики Беларусь от 27.02.2009 № 37/18/6 исключена глава 8.

Таким образом, для направления чистой прибыли на формирование фонда накопления бухгалтер должен иметь соответствующий документ (как правило, протокол собрания учредителей (участников, акционеров) или выписку из протокола) с указаниями, как распределить чистую прибыль: либо всю направить на выплату доходов (дивидендов) учредителям (участникам, акционерам), либо вначале сформировать фонды накопления и потребления, а оставшуюся часть направить на выплату доходов (дивидендов), либо оставить прибыль нераспределенной.

Рассмотрим, как должен поступить бухгалтер, если у организации в отчетном периоде имеется прибыль (организация не льготирует прибыль) и приобретены основные средства. Пример: По результатам 2010 г. организация получила прибыль от реализации продукции (работ, услуг) в сумме 102 млн руб., сальдо операционных доходов и расходов (прибыль) – 6 млн руб., сальдо внереализационных доходов и расходов (убыток) – 5 млн руб. В течение 2010 г. налог на недвижимость составил:

- со стоимости зданий и сооружений – 8 млн руб.;

- со стоимости зданий и сооружений сверхнормативного незавершенного строительства – 3 млн руб.

Для упрощения расчетов в примере прибыль на прочие расходы не направлялась.

В декабре 2010 г. приобретены основные средства стоимостью 50 млн руб. с НДС (НДС принимается к вычету).

Рассмотрим 2 варианта:

- 1) общим собранием учредителей в феврале 2011 г. принято решение сформировать фонд накопления в сумме 30 млн руб., 40 млн руб. направить на выплату дивидендов, остальную прибыль оставить нераспределенной;

- 2) общим собранием учредителей в феврале 2011 г. принято решение формировать фонд накопления, 50 млн руб. направить на выплату дивидендов, 20 млн руб. направить на формирование фонда потребления, остальную прибыль оставить нераспределенной.

Вариант 1	Вариант 2
<p>Д-т 90-9 – К-т 99 – 102 000 000 руб. – прибыль от реализации.</p> <p>Д-т 91-9 – К-т 99 – 6 000 000 руб. – прибыль от операционной деятельности.</p> <p>Д-т 99 – К-т 92-9 – 5 000 000 руб. – убыток от внереализационной деятельности.</p> <p>Д-т 99-4-1 – К-т 68 – 8 000 000 руб. – налог на недвижимость со стоимости зданий и сооружений.</p> <p>Д-т 99-4-2 – К-т 68 – 3 000 000 руб. – налог на недвижимость со стоимости зданий и сооружений сверхнормативного незавершенного строительства.</p> <p>Д-т 99-6 – К-т 68 – 22 800 000 руб. (102 000 000 + 6 000 000 – 5 000 000 – 8 000 000) x 24 % – налог на прибыль за 2010 год.</p> <p>Д-т 08 – К-т 60 – 41 666 667 руб. – приобретено основное средство.</p> <p>Д-т 18 – К-т 60 – 8 333 333 руб. – НДС, выставленный поставщиком.</p> <p>Д-т 99 – К-т 84 – 69 200 000 руб. (102 000 000 + 6 000 000 – 5 000 000 – 8 000 000 – 3 000 000 – 22 800 000) – реформация баланса</p>	
<p>Д-т 84 – К-т 84, субсчет «Фонд накопления» – 30 000 000 руб. – сформирован фонд «Накопления»;</p> <p>Д-т 84, субсчет «Фонд накопления» – К-т 83 – 30 000 000 руб. – использован фонд накопления на финансирование капитальных вложений</p> <p>Д-т 84 – К-т 75 – 40 000 000 руб. – направлено на выплату дивидендов</p>	<p>Д-т 84 – К-т 75 – 50 000 000 руб. – направлено на выплату дивидендов;</p> <p>Д-т 84 – К-т 84, субсчет «Фонд потребления» – 20 000 000 руб.</p>

Соответственно, нормы Инструкции о порядке составления и представления бухгалтерской отчетности, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 14.02.2008 № 19, должны быть приведены в соответствие с нормами Закона Республики Беларусь от 09.12.1992 № 2020-XII «О хозяйственных обществах».

*А. О. Святенко*

*Научный руководитель – кандидат экономических наук О. А. Морозевич*

## **ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ВОСПРИЯТИЕ ЦВЕТА В РЕКЛАМЕ**

*В статье рассмотрены вопросы, связанные с изучением специфики восприятия потребителями разного пола цвета в рекламе мобильных операторов (СООО «МТС» и ИП «Velcom»). Выделена категориальная структура восприятия цвета у мужчин и женщин, а также определена статистическая достоверность наличия зависимости восприятия цветового оформления рекламы от пола респондентов и принадлежности образцов конкретным мобильным операторам. При проведении исследования использованы метод семантического дифференциала, факторный и дисперсионный анализы.*

Научное сообщество располагает небольшим количеством работ посвященных систематизации и научной обоснованности цвета в рекламе, как с позиций общего подхода, так и применительно к конкретным объектам рекламирования. Кроме того, наблюдается нехватка сведений, определяющих особенности восприятия цвета у мужчин и женщин. По указанным выше причинам, а также