

АНАЛИЗ СОСТАВА КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Развитие рыночных отношений в Республике Беларусь обусловило введение в практику экономической работы каждого предприятия независимо от форм собственности такого понятия, как “капитал”. Несмотря на значимость капитала как основного слагаемого денежных инвестиций в средства производства, с одной стороны, и использование его в процессе производства, с другой, — определение величины капитала в нормативных документах Правительства Республики Беларусь не дано. Отсутствуют и указания по формированию его слагаемых.

В сложившейся учебной практике по экономическим дисциплинам капитал приравнивается ко всем (собственным, долгосрочным и краткосрочным) источникам средств, т.е. к итогу баланса. Вместе с тем в мировой практике все источники средств (итог баланса) не приравниваются к величине капитала. Так, в международных стандартах по финансовой отчетности согласно финансовой концепции капитала, имеющей в виду инвестированные деньги или инвестированную покупательную их способность, капитал рассматривается как синоним собственного капитала, т.е. все средства предприятия (за минусом краткосрочных обязательств). Согласно физической концепции капитала, имеющей в виду операционную способность, капитал — это производственная мощность компании, основанная, например, на выпуске единиц продукции в день.

Эти два подхода к экономической сущности капитала характеризуют инвестирование и использование средств производства. При рассмотрении факторов производства капиталом на предприятии выступают производственные ресурсы, использование которых обеспечивает выпуск продукции и оказание услуг с целью увеличения создаваемого на предприятии богатства (увеличение прибыли, заработной платы работников, производственных ресурсов).

Состав основных производственных фондов и нематериальных активов, их оценка по остаточной стоимости определены в нормативном порядке соответствующими министерствами и ведомствами. Что же касается состава оборотных производственных фондов, то и в нормативных документах он не определен. Если исходить из состава запасов по балансу предприятия, то в состав оборотных производственных фондов включаются: производственные запасы, малоценные и быстроизнашивающиеся предметы, незавершенное производство, расходы будущих периодов, готовая продукция и товары отгруженные. При таком подходе к формированию величины оборотных производственных фондов в их состав включаются и остатки нереализованной готовой продукции и товары отгруженные. От этих статей в значительной мере зависит величина оборотного капитала и эффективность его использования. Учитывая, что в готовой продукции и товарах отгруженных уже реализована эффективность использования производственных ресурсов эти слагаемые оборотных средств нецелесообразно относить к производственным оборотным средствам, т.е. не включать в оборотный капитал. Это будет соответствовать формированию объективной его величины.

При операционном подходе к формированию величины капитала на предприятии в основу положен не принцип собственности источников средств, а принцип формирования производственного (функционирующего) капитала. Источниками же его инвестирования могут быть как собственные, так и заемные источники. К заемным источникам, т.е. к заемному инвестируемому капиталу относятся только те, которые использованы на формирование производственных ресурсов (основных производственных фондов, нематериальных активов, оборотных производственных фондов). Это долгосрочные и краткосрочные кредиты банков, займы, кредиторская задолженность за поставленные товары и выполненные услуги. Источники средств, неиспользуемые на инвестирование производственных ресурсов, к капиталу не могут быть отнесены.

В.В. Кокарев,
БГЭУ (Минск)

АНАЛИЗ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ НЕФТЯНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Современное нестабильное состояние экономики республики, обусловленное ее трансформационным характером, определяет необходимость вмешательства государства в деятельность предприятий и в частности — в их маркетинговую деятельность.

В мировой практике для регулирования маркетинговой деятельности обычно используются косвенные методы, с помощью которых устанавливаются определенные допустимые границы различных показателей. В них предприятие может варьировать в зависимости от своих целей. Подобным способом обычно регулируются такие основные элементы маркетинга, как *товар* (различные санитарные нормы, стандарты, правила маркировки и упаковки), *ценообразование* (запреты на установление заниженных цен с целью занять монопольное положение, или чрезвычайно высоких цен с целью получения сверхприбыли), *рекламная деятельность* (запреты на ложь в рекламе, на рекламу социально вредных продуктов), *реализация продукции* (запреты на реализацию фальсифицированной продукции, на преднамеренное изъятие товаров из оборота с целью создания дефицита и увеличения спроса на товар).

Анализируя систему государственного регулирования маркетинговой деятельности предприятий нефтяной промышленности Республики Беларусь, можно сделать вывод о том, что в связи с высокой важностью данной отрасли для экономики республики органы управления применяют к ней чрезвычайно жесткие методы прямого государственного регулирования. Прямому регулированию со стороны государства подвергаются такие важнейшие элементы хозяйственной деятельности предприятий нефтяной промышленности как:

Распределение товаров между рынками сбыта. Такому регулированию подвергается ПО "Белоруснефть", занимающееся нефтедобычей в республике. Для него государством ежегодно четко устанавливается кво-