Источники инвестиций на несостоятельном предприятии

Источники инвестиций	
Внутренние	Внешние
нераспределенная прибыль; амортизационные отчисления (в том числе использование ускоренной амортизации); средства, выплачиваемые страховыми фирмами в виде возмещения потерь от страховых случаев (например, от аварий); доходы от вложений в уставные капиталы и акции других предприятий; экономия финансовых средств от ликвидации убыточных производств; доходы от создания на базе рентабельных производств самостоятельных бизнес-единиц (в том числе совместных предприятий с привлечением внешних инвесторов); арендные платежи от аренды недвижимости (в том числе аренды земельных участков), машин и оборудования; финансовые средства от продажи излишнего неиспользованного производственного и непроизводственного имущества (объектов недвижимости, земельных участков, автотранспорта, машин и оборудования и т.д.); сокращение издержек производства; снижение непроизводственных издержек; сокращение производства продукции, поступающей на склад; использование всех возможностей получения скидок на материалы, энергию, транспорт (рассрочка платежей по ним на условиях коммерческого кредита); сокращение рабочих мест соответственно снижению объемов работ; поиск более дешевых и качественных ресурсов; консервация или списание неиспользованных активов; реструктурирование дебиторской и кредиторской задолженностей (в том числе возмездная переуступка прав требования по дебиторской задолженности); оптимизация уровня запасов; дополнительные мероприятия по охране имущества предприятия; создание эффективной системы финансового менеджмента на предприятии; оптимизация налоговых платежей.	государственные целевые инвестиции (в различных формах, в том числе индивидуальные налоговые и другие льготы, средства из внебюджетных фондов и пр.); иностранные целевые инвестиции (также в различных формах); банковские кредиты; сбережения граждан и юридических лиц, направленные на покупку акций, облигаций и векселей рассматриваемого предприятия; доходы, полученные от оптимизации структуры капитала предприятия; вклады в предприятия пенсионных фондов; задолженность по расчетам с другими предприятиями и фондами.

Вышеперечисленные внешние и внутренние источники инвестиций и экономии финансовых средств используются и на предприятиях, у которых нормальное финансовое состояние, и на несостоятельных предприятиях. Однако процесс оформления инвестиций для несостоятельных предприятий имеет особенности. Например, в связи с тем что неплатежеспособное предприятие имеет финансовые проблемы, кредиторы при определении залоговой стоимости активов руководствуются не рыночной стоимостью, как при оценке залоговой стоимости активов рентабельных предприятий, а ликвидационной. Или оценка дебиторской задолженности при передаче (продаже) прав требования на нее проводится по их заниженной стоимости по сравнению с их реальной стоимостью (особенно по просроченным платежам).

Список литературы

1. Ивасенко А.Г. Антикризисное управление: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова, М.В. Каркавин. – М.: КНОРУС, 2010.
2. Ивасенко А.Г. Факторинг: сущность, проблемы, пути развития в России: учеб. пособие. – М.: Вузовская книга, 1997. – 57 с.
3. Ванюк О.В., Ивасенко А.Г. Российский рынок факторинга: особенности развития // Инновационный вектор развития науки // Сборник статей Международной научно-практической конференции. – Уфа: «Аэтерна», 2014. – С. 64-65.

ОПТИМИЗАЦИЯ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Елисеев Р.С., Ивасенко А.Г.

Сибирский государственный университет путей сообщения, Новосибирск, e-mail: Ya_shka@ngs.ru

Налоговая система, с одной стороны, оказывает влияние на хозяйственную деятельность предприятия через льготы, представляемые ему, а с другой стороны – не создает у предприятия заинтересованности в повышении эффективности производства, качества продукции, решении производственных задач на более высокой технической основе. Несмотря на несовершенство налоговой системы, предприятия стремятся оптимизировать налоговые платежи с целью обеспечения собственной конкурентоспособности. Это означает, что каждое предприятие в рамках существующих финансовых норм должно находить в кривой платежей такую точку, которая обеспечивает ему одновременно выполнение обязательств перед государством и перед другими конкурентами, а также реализацию собственных целей деятельности.

Под оптимизацией налоговых платежей следует понимать не только их минимизацию. Для предприятия определяющим критерием оптимизации является максимальный объем ресурсов, остающихся в их распоряжении при условии дальнейшего обеспечения роста прибыли от деятельности и благосостояния собственников предприятия. Одним из практических механизмов повышения антикризисной устойчивости является оптимизация налогообложения предприятия по следующим направлениям.

1. Порядок выставления счетов, позволяющий избежать отрицательных суммовых разниц. Суммовые разницы могут возникнуть тогда, когда продавец выставляет счет и получает оплату в рублях, но рублевая сумма привязана к заранее установленной сумме в валюте или условных единицах. В условиях девальвации у покупателей возникают значительные отрицательные суммовые разницы. Суммовые разницы не вычитаются из налогооблагаемой базы и увеличивают расходы по налогу на прибыль и НДС.

2. Другие последствия курсовых разниц. В настоящее время положительные курсовые разницы увеличивают, а отрицательные – уменьшают налогооблагаемую прибыль. Большинство российских компаний – за исключением крупных экспортеров – сталкиваются в своей практике с отрицательными курсовыми разницами, причем ее влияние на прибыль и денежные потоки компании может быть значительным. Одним из вариантов уменьшения потерь является хеджирование валютной кредиторской задолженности активами, выраженными в той же валюте. При условии, что валютные активы достаточно ликвидны, доход от курсовой разницы будет компенсировать курсовые потери при погашении кредиторской задолженности.

3. Влияние инфляции на налогооблагаемую прибыль. В условиях инфляции реальная величина обязательств по налогу на прибыль может искажаться. Это особенно очевидно для предприятий с длительным производственным циклом. Очевидно, что реальные налоговые обязательства тем больше, чем продолжительнее производственный цикл.

4. Эффект девальвации на нормы расходов. В то время, когда доходы и расходы предприятия растут пропорционально инфляции, вызванной падением рубля, сохранение норм расходов на прежнем уровне приводит к завышению реальной ставки налогообложения, поскольку сверхнормативные расходы, и следовательно налог на прибыль, растут быстрее инфляции. Кроме того, НДС, выплачиваемый на сверхнормативную часть расходов, не подлежит зачету и еще больше увеличивает расходы предприятия. Эффект девальвации особенно актуален для предприятий с валютными доходами и расходами, например, экспортеров и компаний, использующих услуги иностранных поставщиков.

5. Доходы. Для целей налогообложения предприятия учитывают выручку либо по оплате, т.е. в момент получения денежных средств, либо по отгрузке, т.е. когда товар отгружен и расчетные документы переданы покупателю. Первый способ обычно предпочтительнее в условиях экономического спада или кризиса, поскольку позволяет не платить налоги с сомнительной дебиторской задолженности. С точки зрения налогообложения, для предприятия выгодно иметь возможность отсрочить получение доходов или отгрузку товаров до следующего отчетного периода, однако в условиях кризиса важно, чтобы налоговые соображения не заслоняли коммерческие.

В условиях экономического кризиса руководству компании очень важно сосредоточить свои усилия на решении коммерческих вопросов, таких как поддержание доходов компании, взыскание задолженности, реализация запасов и обеспечение ликвидности. Урегулирование налоговых споров отнимает время у руководства и может привести к серьезным финансовым потерям в то время, когда предприятие меньше всего может себе это позволить.

Список литературы

1. Ивасенко А.Г. Антикризисное управление: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова, М.В. Каркавин. – М.: КНОРУС, 2010.

БЕНЧМАРКИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Ершова А.Г., Ивасенко А.Г.

Сибирский государственный университет путей сообщения, Новосибирск, e-mail: Ya_shka@ngs.ru

Бенчмаркинг – это одно из направлений маркетинговых исследований – это постоянный процесс изучения и оценки товаров, услуг и опыта производства своих самых серьезных конкурентов, либо тех компаний, которые являются признанными лидерами в своей области. Для фирмы, столкнувшейся с определёнными трудностями в формировании стратегии, определении более конкурентоспособных характеристик товара, да и вообще с любыми трудностями, он становится незаменимым инструментом. Брэнд – образ марки товара или услуги в сознании покупателя, выделяющий его из ряда конкурирующих марок. Брэнд подразделяется на brand-name и brand-image. Brand-image – визуальный образ марки, формируемый рекламой в восприятии покупателя. Brand-name – словесная часть марки или словесный товарный знак после его правовой регистрации. Брэндинг в контексте стратегии маркетинга – разработка и осуществление комплекса мероприятий, способствующих:

– идентификации того или иного продукта;

– выделению этого продукта из ряда аналогичных конкурирующих продуктов;

– созданию долгосрочного предпочтения потребителями брэнда.

Алгоритм проведения бенчмаркинга