

3. Попов В.Г. Регулирование рекламной деятельности : конкурентный аспект. Воронеж, издательство Воронежского государственного университета, 2012, 200 с.

4. Куликова Ю.С. Ненадлежащая реклама как форма недобросовестной конкуренции: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М., 2003. С.19.

5. Болотнов И.В. Недобросовестная конкуренция и ненадлежащая реклама // Корпоративный юрист. 2009. № 5. С. 9-16.

АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ОЦЕНКИ РАБОТЫ КОМПАНИИ НА КОНКУРЕНТНОМ РЫНКЕ

Попов Виталий Геннадьевич,

кандидат экономических наук, доцент,
Воронежского государственного университета,
заместитель руководителя, УФАС по Воронежской области

Diallo Ibrahima sory (République de Guinée),

обучающийся, Воронежского государственного университета

В статье рассматриваются организационно-финансовая система повышения конкурентоспособности хозяйствующего субъекта, анализ прибыли, прибыльности. Исследуется роль субъекта хозяйствования на конкурентном рынке, а также состав основных функций системы управления прибылью компании.

Основная задача каждого субъекта хозяйствования в рыночных условиях заключается в организации производственно-финансовой деятельности, а ее цель – удовлетворять человеческие потребности в продукции и получать максимальную прибыль. Развитие новых рыночных отношений делает необходимым усиление роли, которую выполняют финансы в функционировании производственных предприятий и фирм. Требуется рассмотрение организационных финансов в виде регулятора реализуемой производственно-коммерческой деятельности, а также расширения самостоятельности и свободы предприятий на рынках товаров и услуг. Вместе с этим, в условиях рынка прибыль субъекта хозяйствования – является основой самофинансирования имеющихся типов реализуемой производственно-коммерческой деятельности, а также социально-трудовых отношений между работниками.

Анализ различных подходов к определению понятия прибыль представлен в табл. 1.

Таблица 1

Анализ различных подходов к определению понятия «прибыль»	
Автор определения	Определение
1	2
М.С. Абриотина [2, С. 102]	«Чистая прибыль» – «остаток из остатка», из которого отнимаются указанные элементы, а также вознаграждения и премии.
В.В. Безверхая [3, С. 19]	Прибыль – «нечто» – компенсация за риск, которая появляется в процессе обмена изготовленного товара на денежные средства.

© Попов В.Г., Diallo Ibrahima sory., 2020

Окончание табл. 1

1	2
О.Н. Воронкова [4, С. 158]	Прибыль, выступающая в качестве прибавочной стоимости или части товара, где имеется неоплаченный или прибавочный труд сотрудника.
Н.П. Мирошниченко [5, С. 56]	Прибыль – денежная форма чистого дохода, которая по размеру равна разнице совокупного дохода, совокупных затрат торгового предприятия

Таким образом, с экономической точки зрения, все дифиниции прибыли можно разделить на 2 группы. Общим моментом всех определений является понимание прибыли как части дохода от предпринимательской деятельности, остающейся в результате разницы выручки и себестоимости.

Важная роль прибыли при развитии субъекта хозяйствования и обеспечении интересов его персонала, а также его собственников – это необходимость высокоэффективно и постоянно управлять ею. Требуется изучить процесс по управлению прибылью с точки зрения принятия, выработки тех или иных управленческих решений по основным аспектам ее формирования, распределения и использования при осуществлении хозяйственной деятельности.

По мнению В.В. Безверхой, формирование прибыли и ее распределение – часть осуществляемого управления, это многофакторный процесс, который предполагает анализ связей в хозяйственной деятельности, а также анализ тех финансовых показателей, которые были получены в прошлом периоде [3, С. 23]. Правильное распоряжение суммами прибыли оказывает существенное влияние на будущее субъекта хозяйствования, а также на обеспеченность процессов производства деньгами, обеспеченность сбыта, на качество зарплат.

Необходимо отметить, что на сегодняшний день процесс распределения прибыли является важным процессом в социальном и производственном развитии хозяйствующего субъекта, а также всей страны. Основная часть дохода муниципальных и региональных бюджетов выступает в качестве отчислений. В соответствии со ст.284 25 главы НК РФ, налоги составляют 20%, т.е. 17% предназначается для бюджета субъектов РФ, 3% - для местного бюджета. Такое разделение было зафиксировано в 2017г. Однако изначально данные проценты составляли 18% и 2% соответственно. Таким способом власти субъектов федерации выступают в качестве основных получателей налога на прибыль, что подразумевает сохранение значения, а также места в доходах у областного бюджета налога на прибыль.

Формирование прибыли чаще всего анализируют в рамках операционной, финансовой, а также инвестиционной деятельности субъекта хозяйствования. За счет этого вида анализа становится возможным выявление способов расширения его прибыли.

Формы управления прибылью	
	Разработка целенаправленной комплексной политики управления прибылью компании
	Проведение качественного контроля за принятыми управленческими решениями в части формирования и использования прибыли
	Формирование организационных структур, которые обеспечивают принятие и реализацию решений в части формирования и использованию прибыли на разных уровнях
	Разработка эффективной системы стимулирования формирования прибыли и ее эффективного использования
	Создание действенных информационных систем, которые обеспечивают обоснование альтернативных вариантов и управленческих решений
	Проведение анализа всевозможных аспектов формирования и использования прибыли
	Осуществление планирования, формирования, распределения и использования

Рис. 1. Состав основных функций системы управления прибылью предприятия

Распределение прибыли и ее использование исследуют по ключевым направлениям применения этой прибыли. За счет него можно установить ее потребление, капитализацию, точные формы ее потребления для инвестиций.

Менеджеры, собственники субъекта хозяйствования осуществляют ее внутренний анализ, для чего пользуются определенной совокупностью показателей и сведениями, которые предоставляет управленческий учет. А его результаты могут стать коммерческой тайной данного субъекта хозяйствования.

В качестве важного понятия финансовых результатов выступает рентабельность предприятия.

Для оценки эффективности функционирования хозяйствующего субъекта помимо показателя рентабельности требуются и иные показатели. Например, два предприятия получают одинаковую прибыль, но при этом имеют разную стоимость производственных фондов, то есть сумма основного капитала, оборотных средств отличается. Эффективность функционирования повышается у той компании, которая имеет меньше производственных фондов. Получается, что для оценки эффективности функционирования компании, необходимо провести сравнительный анализ прибыли с производственными фондами, которые участвовали в ее образовании. Данный процесс называется рентабельность. Такое понятие, как: «рентабельность» произошло от «рента», т.е. доход. Получается, что рентабельность –

это и есть прибыль, доход. В литературных экономических источниках приводятся определения рентабельности. Получается, что рентабельность – доходы, которые получаются по причине осуществления хозяйственной деятельности людей. По мнению иных авторов, рентабельность – основной качественный показатель действенности деятельности хозяйствующего субъекта, которая отображает уровень отдачи, степень применения и расходования средств при производстве и реализации продукции (услуг, работ). Рентабельность – это соотношение дохода и капитала, вложенного в формирование этого дохода. Показатели рентабельности используются для того, чтобы сравнить деятельность тех или иных компаний, отраслей, выпускающих разные виды и объемы продукции. Эти показатели рассматривают полученную прибыль по отношению к затраченным производственным ресурсам.

Получается, что понятие рентабельности имеет связь с относительным выражением этих показателей. Рентабельность отображает эффективность функционирования той или иной компании.

Рентабельность – процесс использования средств, в результате которого возникает прибыль.

При помощи показателей рентабельности можно выявить уровень развития производства, эффективность деятельности предприятия. Управление производством должно сравнивать хозяйственные результаты с расходами, благодаря которым были получены настоящие результаты.

Необходимо отметить, что понятие рентабельности имеет связь с расчетной хозяйственной деятельностью организаций. Отображает прибыль, убыточность компании при осуществлении производственной деятельности за какой-либо период.

Виды рентабельности производства: общая, расчетная. Общая – соотношение прибыли в соответствии с балансом и стоимостью основных фондов, оборотных средств. Расчетная – соотношение прибыли балансовой за исключением фиксированных платежей, платы за банковские кредиты и фонды на стоимость основных фондов, оборотных средств.

Выявить рентабельность продукции можно при помощи отношения полученной прибыли от реализации продукции, к ее себестоимости, а также к себестоимости за исключением материальных затрат.

В качестве важнейшего показателя рентабельности выступает рентабельность активов. Данный показатель дает характеристику прибыли, получаемой организацией с каждого рубля, который авансировали на создание активов. Рентабельность активов отражает степень доходности организации в данном периоде. Проиллюстрируем порядок изучения показателя рентабельности активов по сведениям анализируемого предприятия. Ключевые показатели рентабельности приведены в табл. 2.

Таблица 2

Система показателей рентабельности

Наименование показателя	Способ расчета	Пояснения
1. Рентабельность продаж, %	$R1 = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Выручка}} * 100$	Характеризует реализацию основной продукции
2. Рентабельность активов, %	$R2 = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Ср. сумма активов}} * 100$	Выражает отдачу, которая приходится на рубль активов компании
3. Рентабельность оборотных средств, %	$R3 = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Ср. сумма об. средств}} * 100$	Выражает отдачу, которая приходится на рубль оборотных средств компании
4. Рентабельность собственного капитала, %	$R4 = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Собств. капитал}} * 100$	Характеризует прибыль, которая приходится на собственный капитал
5. Рентабельность уставного капитала, %	$R5 = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Уставный капитал}} * 100$	Характеризует эффективность использования уставного капитала и показывает, сколько чистой прибыли приходится на рубль уставного капитала

При наличии положительного значения можно говорить об эффективности осуществляемой деятельности, о необходимости сохранить производство анализируемой продукции.

Следовательно, показатели рентабельности отображают эффективность функционирования всей компании, дохода различных направлений деятельности (инвестиционная, предпринимательская, производственная), окупаемости затрат и пр. Они применяются для того, чтобы оценить деятельность компании, в виде инструмента ценообразования и инвестиционной политики.

В качестве показателей рентабельности выступают важные элементы отражения факторной среды формирования прибыли компании. По этой причине они являются частью сравнительного анализа, оценки финансового положения компании. Задачи анализа финансовых итогов осуществляемой деятельности:

- контроль исполнения планов реализации продукции, получение прибыли;
- выявление субъективных и объективных факторов влияния на финансовые результаты;
- выявление резервов для того, чтобы повысить размеры рентабельности и прибыли;
- оценка деятельности хозяйствующих субъектов касательно использования возможностей повысить рентабельность и прибыль;
- разработка мероприятий, направленных на использования выявленных

ных резервов.

Анализ рентабельности служит для разработки, принятию экономически обоснованных управленческих решений по стабильному увеличению финансовых результатов, выявлению путей повышения эффективности осуществляемой деятельности.

При достижении этой цели решают ключевые хозяйственные задачи. К которым, в частности, относится регулярный контроль формирования финансовых результатов, получение прибыли и ее динамику; установление влияния внутренних и внешних факторов на финансовые результаты компании; поиск резервов и возможности роста прибыли и рентабельности; разработка мероприятий, нацеленных на эффективное применение выявленного резерва и возможности увеличения прибыли и рентабельности.

Процесс управления рентабельностью и прибылью предприятия основан на итогах осуществленного экономического анализа показателей. Важным в этом случае является методика исследования, дающая возможность формирования наиболее исчерпывающей информации для целей проработки обоснованных управленческих решений и мероприятий, связанных с повышением финансового результата и эффективности работы, конкурентоспособности предприятия.

Литература

1. *Абрютина М.С.* Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / М. С. Абрютина, А. В. Грачев. - М. : Дело и Сервис, 2018. - 578 с.
2. *Абрютина М.С.* Экономический анализ торговой деятельности: учеб. пособие / М. С. Абрютина. - М. : Дело и сервис, 2018. - 512 с.
3. *Безверхая В.В.* Экономическая природа прибыли / В.В. Безверхая // Экономика и политика. - 2016. - №6. - С. 19-23.
4. *Воронкова О.Н.* Внешнеэкономическая деятельность: организация и управление / О.Н. Воронкова, Е.П. Пузакова. М.: Экономистъ, 2019. - 495 с.
5. *Мирошниченко Н.П.* Преподавание по системе В. Ф. Шаталова / Н.П. Мирошниченко. Москва: Югра, 2019. - 125 с.
6. *Юров В.Ф.* Прибыль в рыночной экономике: вопросы теории и практики: Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2017. - 144 с.

НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ В СПОРАХ О ТОВАРНЫХ ЗНАКАХ

Попов Виталий Геннадьевич,

кандидат экономических наук, доцент,

Воронежского государственного университета,
заместитель руководителя УФАС по Воронежской области

Жерноклеев Артём Сергеевич,

обучающийся Воронежского государственного университета

В статье рассматриваются экономико-правовые основы защиты товарных знаков от недобросовестной конкуренции. Приводится определение товарного знака, рассматривается существующая в России практика решения споров о товарных знаках. На основе рассмотрения реальных споров о товарных знаках, выделяется 4 вида таких споров.

На сегодняшний день для производителей товарный знак является одним из активов конкурентной борьбы и неотъемлемой частью коммерческой деятельности. С ростом числа производимых однотипных товаров все сильнее у производителей проявляется необходимость отличительных элементов для товара. Сейчас конкуренция на рынке очень высока, а товарный знак позволяет более успешно продвигать продукцию, а также обеспечивать ее защиту от подделок. Помогают товарные знаки и покупателю, позволяя легче идентифицировать товары и услуги, получать информацию о свойствах товара. Товарный знак – важный способ связи между производителем и покупателем. С помощью товарного знака компании запоминаются потребителям и удерживают свою потребительскую аудиторию [6].

Согласно ст. 1482 ГК РФ в качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы словесные, изобразительные, объемные и другие обозначения или их комбинации в любом цвете или цветовом сочетании.

Пункт 1 ст. 1477 ГК РФ определяет товарный знак как обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, исключительное право на которое удостоверяется свидетельством на товарный знак [1].

Таким образом, отсутствие *регистрации* товарного знака, не обуславливает отсутствие товарного знака по факту. Регистрация товарного знака является правом, а не обязанностью. При этом только в том случае, если товарный знак зарегистрирован, наступают юридические последствия такой регистрации – право на защиту. Другими словами, исключительное право на товарный знак признается после его регистрации.