



ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЯ

М. С. Мокий, О. В. Азоева, В. С. Ивановский

ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ

УЧЕБНИК И ПРАКТИКУМ ДЛЯ СПО

Под редакцией профессора **М. С. Мокия**

2–е издание, переработанное и дополненное

Рекомендовано Учебно–методическим отделом среднего профессионального образования в качестве учебника для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования

Книга доступна в электронной библиотечной системе
biblio-online.ru

Москва ■ Юрайт ■ 2015

УДК 33
ББК 65.012.1я73
М74

Авторы:

Мокий Михаил Стефанович — доктор экономических наук, профессор Государственного университета управления, профессор Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова, профессор Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ;

Азоева Ольга Валентиновна — кандидат экономических наук, доцент Государственного университета управления, доцент Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»;

Ивановский Василий Серафимович — доктор экономических наук, профессор Государственного университета управления.

Рецензенты:

Серегина С. Ф. — доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономической теории Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»;

Михайлов Л. М. — доктор экономических наук, профессор, директор Института экономики Московской академии экономики и права.

Мокий, М. С.

М74 Экономика организации : учебник и практикум для СПО / М. С. Мокий, О. В. Азоева, В. С. Ивановский ; под ред. М. С. Мокия. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 334 с. — Серия : Профессиональное образование.

ISBN 978-5-9916-4542-3

Изложены сущностные вопросы возникновения, деятельности и эффективного управления фирмой. Основной упор сделан на понимание тех аспектов, которые являются общими для любых фирм, независимо от форм собственности и отраслевой принадлежности. Прилагаемый практикум позволяет студентам закрепить теоретические знания.

Для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования, обучающихся по специальностям «Экономика» и «Менеджмент» всех форм обучения, а также для подготовки студентов по другим направлениям.

УДК 33
ББК 65.012.1я73

© Мокий М. С., Азоева О. В.,
Ивановский В. С., 2012

© Мокий М. С., Азоева О. В.,
Ивановский В. С., 2013, с изменениями

© ООО «Издательство Юрайт», 2015

ISBN 978-5-9916-4542-3

Оглавление

Предисловие	6
-------------------	---

Раздел I

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ КУРС ПО ЭКОНОМИКЕ ФИРМЫ

Глава 1. Общие положения	11
1.1. Понятия «экономика» и «экономика фирмы»	11
1.2. Сущность, роль и место фирмы в экономических отношениях. Внешняя среда фирмы	20
1.2.1. Понятие фирмы	20
1.2.2. Внешняя среда фирмы	24
1.3. Типология организаций. Основные правовые формы организаций	30
1.3.1. Некоммерческие организации	30
1.3.2. Коммерческие организации	31
1.3.3. Виды объединений предприятий	36
1.3.4. Правовые формы некоммерческих организаций в России (по состоянию на 2013 г.)	39
1.3.5. Правовые формы коммерческих организаций в России (по состоянию на 2013 г.)	44
1.4. Основы управления фирмой	52
1.4.1. Основные сведения	52
1.4.2. Планирование	53
1.4.3. Организация	58
1.4.4. Мотивация	60
1.4.5. Контроль	60
1.5. Организационная и производственная структура фирмы ..	62
1.6. Понятие эффективности деятельности фирмы	67
Резюме к главе 1	72
Глава 2. Результаты производственно-хозяйственной деятельности фирмы	74
2.1. Продукция фирмы	75
2.1.1. Основные понятия	75
2.1.2. Планирование объема продукции	78
2.1.3. Производственная программа	80
2.2. Качество продукции	87
2.2.1. Основные сведения	87
2.2.2. Управление качеством продукции	90

2.2.3. Экономическая эффективность повышения качества продукции	96
2.3. Цена и ценообразование.....	98
2.3.1. Основные сведения	98
2.3.2. Состав и виды цен	99
2.3.3. Ценообразование	102
2.3.4. Ценовая политика	108
Резюме к главе 2.....	113
Глава 3. Ресурсы производственно-хозяйственной деятельности...	115
3.1. Труд. Персонал фирмы и оплата труда	116
3.1.1. Труд как ресурс	116
3.1.2. Персонал фирмы	117
3.1.3. Оплата труда	120
3.1.4. Эффективность использования трудовых ресурсов ...	130
3.2. Основной капитал фирмы (основные фонды, основные средства)	133
3.2.1. Основные сведения	133
3.2.2. Основной капитал	135
3.2.3. Износ и амортизация	141
3.2.4. Эффективность использования основного капитала ...	143
3.2.5. Источники формирования основного капитала	146
3.3. Оборотный капитал (оборотные фонды, оборотные сред- ства).....	147
3.3.1. Понятие и схема кругооборота оборотного капитала предприятия	147
3.3.2. Определение потребности в оборотном капитале	150
3.3.3. Эффективность использования оборотного капитала ...	157
3.3.4. Источники формирования оборотного капитала	160
3.4. Производственная мощность фирмы	161
3.4.1. Основные сведения	161
3.4.2. Эффективность использования производственной мощности	165
3.5. Логистика в управлении фирмой	166
3.5.1. Основные сведения	166
3.5.2. Микрологистические системы	168
3.5.3. Основные логистические концепции и системы	176
Резюме к главе 3	179
Глава 4. Затраты и финансы фирмы	181
4.1. Расходы, затраты, издержки производства и себестоимость продукции	182
4.1.1. Основные сведения	182
4.1.2. Состав текущих затрат	183
4.1.3. Классификация затрат	186
4.1.4. Методы калькулирования себестоимости единицы продукции	190
4.1.5. Показатели эффективности использования затрат ...	192
4.2. Прибыль и рентабельность	194

4.2.1. Прибыль	194
4.2.2. Рентабельность	197
4.2.3. Планирование прибыли фирмы	200
4.3. Налоги и сборы, уплачиваемые фирмой.....	203
4.4. Финансовые (денежные) ресурсы предприятия и их источники	209
4.4.1. Виды источников финансирования	209
4.4.2. Факторинг	214
4.4.3. Лизинг	216
4.5. Финансовое планирование и основные показатели финансового состояния фирмы	219
4.5.1. Основные сведения	219
4.5.2. Основные финансовые документы	220
4.5.3. Показатели эффективности финансово-хозяйственной деятельности	223
Резюме к главе 4.....	226

Глава 5. Научно-техническое развитие фирмы. Инновации и инвестиции	228
5.1. Инновации и инновационная деятельность предприятия ..	229
5.1.1. Понятие инновации	229
5.1.2. Виды и типы инноваций	230
5.1.3. Управление инновационной деятельностью	234
5.2. Инвестиции и инвестиционная деятельность предприятия ..	244
5.2.1. Понятие инвестиций	244
5.2.2. Виды инвестиций	245
5.2.3. Инвестиционная деятельность фирмы	247
5.2.4. Определение экономической эффективности инвестиционного проекта	250
5.3. Обоснование инвестиций. Бизнес-планирование	257
5.3.1. Основные сведения	257
5.3.2. Логика бизнес-планирования	258
Резюме к главе 5.....	262

Заключение по теоретическому курсу	263
---	------------

Раздел II ПРАКТИКУМ ПО КУРСУ

Тесты	269
Тесты к главе 1	269
Тесты к главе 2	271
Тесты к главе 3	273
Тесты к главам 4 и 5	277
Практические задания	282
Решения и комментарии	295
Глоссарий	309
Список литературы	328
Приложение	329

Предисловие ко второму изданию

Вы, должно быть, согласитесь с тем, что люди часто спорят между собой потому, что по-разному понимают смысл обсуждаемых терминов или определений. К сожалению, подобная неоднозначность в понимании терминов очень характерна для экономической науки. Поэтому для конструктивного обсуждения или изучения любого объекта необходимо сначала «определиться», т.е. дать определение тому, что мы обсуждаем или изучаем. Это очень важное условие, поскольку неоднозначность терминов и определений создает путаницу в их понимании, затрудняет их изучение и, как следствие, обуславливает неоднозначность в их практическом использовании. Поэтому читателям при изучении теоретической части предлагается добиваться понимания смысла терминов, их логической взаимосвязи между собой, что, конечно, не исключает их простое заучивание.

В нашем учебнике мы будем строить определения в виде лингвистической формулы. *Формула* — это краткое изложение смысла. Дать определение в виде лингвистической формулы — значит выразить словами смысл. Необходимо ответить на вопрос: «Что это?» и по возможности однозначно. Однозначность терминов и определений позволяет «работать» с ними, т.е. использовать их в практической деятельности.

Поиск смысла поможет приобрести необходимый в современном бизнесе особый образ мышления — «мышление экономиста», развивает способности самостоятельного экономического анализа и экономическую интуицию и позволяет находить эффективные пути решения в самых различных ситуациях. Добиваться понимания смысла необходимо и потому, что экономическая наука еще довольно молода. И не исключено, что ваше понимание смысла будет не совпадать с написанным или, наоборот, вы с ним согласитесь.

В соответствии с требованиями образовательных стандартов после изучения данной дисциплины студент должен:

знать

- все термины и определения изучаемого курса (термины являются экономической «азбукой»: если не знать буквы — нельзя научиться читать. Незнание терминов и определений

не позволит считать вас компетентным профессионалом в области экономики);

уметь

- классифицировать результаты деятельности фирмы и затраты на эту деятельность как в натуральной, так и в стоимостной форме;

- выделять факторы, которые оказывают влияние на деятельность фирмы;

- оценивать эффективность влияния различных факторов на функционирование фирмы;

владеть навыками

- планирования деятельности фирмы по всем направлениям деятельности;

- проведения анализа финансовой документации;

- расчета и оценки показателей эффективности деятельности.

Такая логика обусловила следующую структуру данной книги, которая состоит из учебника и практикума.

В разделе I излагается теоретический материал, состоящий из пяти глав и заключения.

В *главе 1* даются понятия, без которых весьма затруднительно изучение экономики предприятий и организаций, такие как «экономика», «фирма», «внешняя среда предприятия», «менеджмент», «план», «эффективность».

В *главе 2* описываются результаты производственно-хозяйственной деятельности предприятий, закономерности их формирования.

В *главе 3* рассматриваются необходимые для производства продукции ресурсы, способы обеспечения ими производственно-хозяйственной деятельности, эффективность их использования.

В *главе 4* освещаются вопросы формирования текущих и единовременных затрат и финансы фирмы (предприятия) как денежное отражение производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

В *главе 5* рассматриваются вопросы развития предприятия и инвестирования развития предприятия.

В целях конкретизации усилий читателей по формированию их профессиональной компетенции в начале каждой главы указано, что студент должен *знать* и *уметь* после ее изучения. Для удобства читателей в тексте учебника особо выделены ключевые понятия и определения по теме, которые необходимо знать и понимать. Каждый параграф (тема) содержит вопросы и задания для самопроверки и закрепления

знаний. В конце каждой главы дается резюме, обобщающее материал, изложенный в параграфах.

В заключение теоретического раздела приводится его дайджест, или краткое изложение основных положений теоретического курса. По нашему мнению, краткое изложение всего курса в целом поможет сформировать у читателя общее представление о предмете и «ухватить» основную идею.

Заключение совместно с *гlossарием* позволяют классифицировать уровни знаний по данному курсу. В отличие от первого издания мы решили изменить структуру глоссария и представить его по главам. На наш взгляд, это облегчит подготовку студентов к зачету или экзамену, а также позволит организовать преподавателям промежуточную аттестацию по темам. Итак, знание наизусть терминов и определений, изложенных в глоссарии, можно оценить как *удовлетворительный уровень*. Знание глоссария и изложение смысла заключения — *хороший уровень*. *Отличный уровень* предусматривает, кроме хорошего знания теории, умение комментировать экономические показатели и решать практические задачи, примеры которых представлены в разделе II книги.

Практикум по курсу содержит тесты по главам, *практические задания* с комментариями и решениями, которые могут быть использованы преподавателями на семинарских занятиях, контрольных мероприятиях, а также для самостоятельной работы студентов.

В конце книги приведен список рекомендуемой литературы как по экономике фирмы вообще, так и по экономике отраслевых предприятий, а также интернет-сайты, где можно найти учебный и справочный материал по курсу.

В заключительных строках предисловия необходимо отметить еще одно обстоятельство.

Выбранный нами стиль изложения и содержание материала являются плодом 30-летнего преподавания данной дисциплины. Однако, как известно, пределов совершенствования нет. Поэтому мы будем очень благодарны читателям, как студентам, так и преподавателям, за критические замечания, которые мы обязательно учтем в нашей дальнейшей работе и обязательно укажем ваши имена в дальнейших изданиях. Свои замечания и предложения вы можете посылать по адресу efirm00@mail.ru.

Авторы выражают сердечную благодарность В. С. Мокию, Д. А. Квасову, Т. А. Тырышкиной за помощь и сделанные ими ценные замечания.

Раздел I

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ
КУРС
ПО ЭКОНОМИКЕ
ФИРМЫ**



Глава 1

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

В результате изучения главы 1 студент должен:

знать

- причину возникновения экономических отношений;
- современную классификацию организаций, механизм их внутреннего устройства и взаимодействия между ними;
- особенности менеджмента и организационную структуру фирмы;

уметь

- определять показатели эффективности для любого вида деятельности;

владеть

- навыками определения закономерностей возникновения различных организаций.
-

Прежде чем приступить к изучению экономики фирмы, необходимо понять, что такое экономика. Без этого нельзя корректно рассматривать национальную экономику, экономику региона, города, организации и т.д. Невозможно выделить существенные признаки экономических объектов и систем, понять их соподчиненность. В конце концов, невозможно корректно осуществлять управление экономическим развитием. Как писал В. И. Ленин, «не решив общих вопросов, при решении частных вопросов мы будем все время на них наталкиваться»¹.

1.1. Понятия «экономика» и «экономика фирмы»

Иерархичность экономических объектов, многофакторность процессов их развития обусловила разнообразие определений экономики. Вместе с тем однозначного и всеми принятого определения этого общественного явления не сформировалось.

¹ Ленин В. И. Полн. собр. соч. Т. 15. С. 368.

В настоящее время термином «экономика» в русском языке обозначают и экономическую науку, и экономические отношения, которые являются предметом изучения экономической науки. Подобно тому, как медицина — это «система наук и практическая деятельность, направленные на сохранение и укрепление здоровья... предупреждение и лечение болезней»¹, экономика есть система наук и практическая деятельность людей, которую назвали «экономической». Поэтому в научной литературе термин «экономика» используется для определения большого количества областей знаний, например экономика труда, экономика научно-технического прогресса, экономика отрасли или предприятия.

Что такое экономические отношения? Что должна изучать экономическая наука вообще и экономика предприятия в частности? Ответы на эти вопросы имеют принципиальное значение для управления, поскольку если экономика — это искусственно созданное явление, то его можно изменять согласно своим желаниям. Если же в ее основе лежат естественные процессы, то эффективное воздействие на экономическую систему возможно лишь тогда, когда будут ясны закономерности этих процессов, подобно тому, как садовник получает хороший урожай потому, что вмешивается в естественный процесс развития сада на основе хорошо понимаемых закономерностей этого развития.

Рассмотрим смысл экономических отношений.

1. Большинство экономистов определяют экономические отношения как общественное явление, а экономическую науку — как общественную, социальную науку, которая изучает отношения в обществе, т.е. отношения между людьми. Однако человек является естественным фрагментом планеты, поэтому взаимоотношения человечества с природой в экономических отношениях играют далеко не последнюю роль.

2. Не вступая в дискуссию о времени и причине появления человека на Земле, следует признать, что для его появления на планете должны были возникнуть соответствующие условия. Сначала естественные физико-химические процессы, а затем образовавшиеся микроорганизмы, растения и животные в процессе своей жизнедеятельности создали атмосферу, запасы природных ископаемых, плодородный

¹ Крысин Л. П. Словарь иностранных слов / Л. П. Крысин. М. : Русский язык, 1998. С. 301.

слой почвы и т.п. Иными словами, развиваясь поэтапно, планета последовательно преобразовывала исходное состояние собственного вещества и создала условия для появления человека как необходимого элемента. Необходимо отметить очень важную особенность процесса формирования этих условий: он имел *характер совместного направленного развития всех элементов планетарной системы, или коэволюционный¹ характер.*

3. С появлением человека (человечества) процесс преобразования состояния собственного вещества планеты не прекратился. Более того, люди активно включились в этот естественный процесс, точно так же, как это делали и делают все ее остальные естественные фрагменты. Причем не только из-за производственной деятельности, а просто потому, что дышат, пьют и едят. «Выключиться» из этого процесса ни один человек не может в силу коэволюционности развития.

4. Выполняя свою часть работы по преобразованию вещества планеты, люди вступают в многообразные отношения и с природой, и друг с другом. Очевидно, что все эти отношения взаимосвязаны и взаимозависимы и имеют различный характер: биологический, эстетический, социальный, духовный, чувственный и т.д. Участие в преобразовании вещества планеты порождает целый ряд *потребностей²* у каждого человека и человечества в целом. *Потребность возникает как осознание разности между «необходимым» и «имеющимся». То, что удовлетворяет потребность, называется благом.*

5. Наличие потребностей и необходимость их удовлетворения, в свою очередь, обуславливают появление отношений (установление связей) между людьми, касающихся производства этих благ, их распределения и обмена. Это естественные коэволюционные отношения, они являются непреходящим атрибутом развития человечества. Но совершенно очевидно, что подобные отношения можно выделить и в животном мире, например в муравейнике, улье, стае. Отличительный признак экономических отношений заключается в том, что человек способен постоянно осознавать, оценивать и делать во многом абстрактные выводы по поводу потребностей и благ. Иными словами, человек, человечество в отличие от многочисленных представителей животного

¹ Термин введен акад. Н. Н. Моисеевым. Ко... (от лат. *co(n)*) — с, вместе.

² *Потребность* — надобность, нужда, требующая удовлетворения.

го мира способны формировать свое (субъективное), иногда парадоксальное, противоречащее здравому смыслу понимание потребностей и благ, а также постоянно корректировать это понимание.

В силу этого обстоятельства многие потребности у людей возникают в процессе осознания несоответствия между имеющимся и тем, что *считается необходимым*. Сформированный в сознании людей образ того, что считается в данное время необходимым, *приобретает вид ценностей*. Ценность блага — это не его природные свойства, а существующее или сформированное в сознании человека (группы людей или всего человечества) отношение к потребностям. Именно поэтому невозможно представить возникновение в муравейнике табачной отрасли или убедить собак не есть мяса по причине повышения холестерина в крови.

В обществе то, что «считается необходимым», складывается в силу воспитания, менталитета и мировоззрения. На формирование ценностей оказывает влияние целый ряд общественных институтов: семья, племя, род, вера, образование и т.д. Именно это отношение, эта сформированная в сознании ценность определяет экономическое поведение людей. Например, североамериканские индейцы не понимали, почему испанцев так интересует золото. Или, для одного человека почтовая марка — просто кусок плохой бумаги со стертым рисунком и следами чернил, а для другого — ценнейший экземпляр его коллекции, и он готов отказаться от многих других благ в ее пользу. Алмаз — самый твердый минерал, им можно резать стекло, но часть людей воспринимает его как драгоценный камень. В период кризисов и катаклизмов отношение к потребности в алмазах, золоте резко меняется в пользу «хлеба насущного».

Иными словами, у человека возникают потребности, и то, как он их воспринимает, оценивает, определяет его отношение к природе и людям, в том числе и взгляд на номенклатуру и ассортимент благ, их производство, распределение и обмен. К сожалению, часто ценность рассматривают лишь как «значимость товара, вещи, продукта, актива для потребителя»¹. Будучи измеренной в денежном выражении, она получает название «стоимость». Вместе с тем ценность для человека представляет не только значимость товара, ве-

¹ Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. М. : ИНФРА-М, 2006. С. 495.

щи, продукта, актива. Ценностями являются и справедливость процессов обмена и распределения благ и многое другое, что невозможно свести к понятию «стоимость», но что оказывает влияние на экономическое поведение человека.

Именно наличие ценностей позволяет управлять экономическими отношениями, т.е. целенаправленно воздействовать на них. Эффективность в достижении цели — удовлетворение потребностей — зависит от того, как люди относятся к своим потребностям, насколько создаваемые, «конструируемые» людьми отношения, способы производства, правила обмена и нормы распределения благ не противоречат развитию других элементов планеты. Способность человека к парадоксальным выводам и непонимание коэволюционности развития сослужили ему плохую службу. Например: все знают о вреде курения, но именно сформированная в сознании людей ценность табака вызвала к жизни крупнейшую отрасль мировой экономики; стремление к 200 парам обуви едва ли можно назвать гармоничными потребностями.

Непонимание коэволюционности развития породило у людей мнение, что их потребности безграничны¹ и что они должны быть удовлетворены наиболее эффективным способом. К сожалению, под эффективным чаще всего понимают наименее затратный способ удовлетворения потребностей. Однако эффективность того или иного способа в контексте коэволюционного подхода не всегда должна означать его наименьшую затратность. Так, чаще всего мусор не выбрасывают в окно, а относят в специально отведенное место, хотя это и более затратно.

Не всякие отношения между людьми по поводу благ являются экономическими. В системе экономических отношений производство и потребление как обмен и распределение благ неотделимы друг от друга, как северный полюс от южного. Экономическими же отношения будут только тогда, когда пары (диполь) производство-потребление (распределение-обмен) имеют характер обязательных атрибутов. Если мать готовит ребенку завтрак — это, несомненно, благо и отношения между людьми, но *экономическими* эти отношения будут лишь тогда, когда мать готовит завтрак для ребенка в расчете на то, что он будет кормить ее в старости. Дружба и любовь — благо и отношения между людьми, но неэкономические. Но если кто-то дружит с кем-то или любит кого-то из выгоды — это, скорее всего, экономические отношения.

¹ Впрочем, так же как и возможности: «Человек — царь Природы».

Формирование ценностей у людей происходит, если существует совокупность людей, которая объединена исторически сложившимися социальными формами совместной жизни и деятельности, т.е. при наличии общества, социума. Существенные признаки объекта — потребности, ценности, блага, отношения по поводу производства, распределения и обмена благ, а также особенности их формирования дают возможность построить следующую лингвистическую формулу экономических отношений.

Экономические отношения — это связи между людьми в обществе, возникающие по поводу производства, обмена и распределения благ, формирования потребностей и ценностей.

Эти отношения обусловлены естественными законами, но в силу особенностей человечества экономические отношения чрезвычайно многообразны. Поэтому **экономическая наука** включает в себя целый комплекс дисциплин, которые рассматривают эти отношения на разных уровнях и в различных аспектах.

Можно изучать:

- теорию этих отношений (политэкономия, микро- и макроэкономика, теория управления и т.п.);
- правила производства, обмена и распределения — как записанные, так и неписанные правила экономических отношений;
- отдельные стадии этих отношений — производство, обмен, распределение (производственный менеджмент, организация производства, маркетинг, налогообложение, государственное регулирование и т.д.);
- способы оценки и учета экономических отношений (например, экономическая статистика, эконометрика, бухгалтерский учет, финансы);
- психологию и этику экономических отношений; и др.

Предлагаемый «образ» экономических отношений позволяет корректно выделять экономические объекты в качестве объектов изучения.

Экономический объект, или **экономическая система как объект изучения**, — это условно выделенный фрагмент отношений между людьми, в которых реализуется процесс производства, распределения и обмена благ и отношения людей к потребности. В данном учебнике используется дефиниция термина **«система»** как *порядок*¹, который обус-

¹ *Порядок* — правильное, налаженное состояние, расположение чего-либо.

ловливает *единство*¹ входящих в нее элементов. Для того чтобы экономические системы могли взаимодействовать друг с другом, этот порядок должен быть одинаков и подобен для экономических систем любого уровня иерархии. Именно единый порядок позволит корректно выделять экономические системы. В зависимости от того, какая совокупность людей рассматривается и на каком этапе развития, меняется перечень благ, способы их производства, распределения и обмена, т.е. модифицируются специфика и форма экономических отношений, а сами отношения остаются.

Можно ли говорить об экономике семьи? Да, поскольку всякий знает, как остро стоят иногда в семье вопросы производства благ и особенно их распределения. Существуют отношения между людьми, занимающимися сельским хозяйством, тогда говорят об экономике сельского хозяйства; между людьми, проживающими на территории города или страны, тогда это экономика города, страны. Рассматривают также отношения между странами, в таком случае речь идет о международных экономических отношениях. Под мировой экономикой понимаются отношения между всеми людьми на нашей планете, возникающие по поводу производства, обмена и распределения благ.

На протяжении веков экономические отношения трансформировались. На современном этапе, с появлением личной свободы у людей большинства стран, стали возможны рыночные экономические отношения, основанные на свободном и эквивалентном обмене благами.

Любая экономическая система представляет собой специфический объект исследования. Эта специфика, ставшая очевидной в начале XXI в., делает экономические объекты одними из самых сложных для научного изучения и заключается в следующем.

1. Экономические системы как объекты изучения трудно или вовсе не типологизируются (особенно на макроуровне), поскольку существуют в единственном числе, например мировая экономика или экономика России. При том, что можно выделить некоторые сходные черты в экономических системах разных фирм, стран или регионов, характер протекания процессов в экономических системах обнаруживает явную *эндемичность*, т.е. он присущ данной экономической системе (или экономическая система пространственно зависима).

¹ *Единое* состоит из фрагментов, их нельзя поменять местами или заменить, в отличие от *целого*, состоящего из частей, которые могут быть заменены.

Поэтому управленческие решения, приводившие к успеху в одних экономических системах, зачастую становятся неэффективными при экстраполяции их на другие системы.

2. Любая экономическая система находится в постоянном развитии. Очевидно, например, что экономика любой страны сегодня не такая, какой была 10 лет назад. Поэтому управленческие решения, приводившие к успеху в течение ряда лет, становятся неэффективными при использовании их в будущем. Это характерно для любой экономической системы. Таким образом, выявилась некая этапизация в развитии экономических систем. Помимо этапов, развитие экономических систем демонстрирует явную цикличность, т.е. экономическая система *темпорально* зависима.

3. Как и экономическая система, окружающее пространство находится в постоянном развитии, в силу этого применение экономических моделей, построенных на упрощении «при прочих равных условиях», весьма ограничено, поскольку таковых не может быть.

4. Особенностью экономической науки является то, что теоретические основы, положенные в основу управленческих решений, трудно поддаются экспериментальной проверке. Если в биологии, физике или технических науках можно поставить эксперименты и тем самым проверить гипотезы или теоретические выводы и выработать более или менее стройную концепцию их применения, то в экономической науке это сделать очень сложно, а в большинстве случаев вообще невозможно, поскольку это будут эксперименты с людьми.

5. Коэволюционность экономических отношений планетарной системы обуславливает огромное число факторов, которые необходимо учитывать при разработке управленческих решений. Они находятся в поле зрения ученых и практиков различных специальностей. В такой ситуации возникает необходимость использования методов, позволяющих сформировать объективное обобщенное решение, чтобы результаты проведенных исследований были бы одинаково понятны специалистам различных научных дисциплин и руководителям, принимающим решения. Таким образом, методы анализа и обобщения должны иметь меж- и трансдисциплинарные особенности.

Итак, реализуя свою задачу преобразовывать состояние планеты, человечество породило особый тип общественных отношений, касающихся удовлетворения своих потребнос-

тей. В обществе создаются жизненные ценности (потребность, сформированная в сознании). Для удовлетворения этих потребностей-ценностей люди объединяются в группы и вступают между собой в отношения, чтобы произвести блага, обменяться ими и распределить их. Совершенствуя эти отношения, они изобретают способы производства, а также принципы и методы или правила обмена и распределения благ.

Ключевым объектом экономических отношений является семья, а точнее, *домашнее хозяйство*. Оно выступает главным и конечным потребителем благ. Именно для удовлетворения потребностей домашнего хозяйства возникают экономические отношения, именно в этом состоит цель экономических отношений.

Все организованные совокупности людей прямо либо косвенно участвуют в удовлетворении потребностей домашнего хозяйства. Для реализации экономических отношений необходимо формировать ценности, производить блага, устанавливать правила, по которым происходят процессы производства, обмена и распределения (обычаи, традиции, ритуалы, нормы, законы и т.п.), а также контролировать их соблюдение. Среди совокупностей людей, участвующих в экономических отношениях, особую роль играют фирмы или предприятия, поскольку именно они создают основную массу благ. Поэтому все последующие параграфы будут посвящены тому, как возникают фирмы, каким образом они производят блага и каковы закономерности отношений между людьми в процессе производства-создания благ, обмена ими и распределения, т.е. *экономике фирмы*.

Вопросы и задания для самопроверки

1. В чем состоит разница между экономикой, экономическими отношениями и экономической наукой?
2. Назовите цель экономических отношений.
3. Кто является главным, ключевым объектом экономических отношений?
4. Что понимают под коэволюционностью экономических отношений? Должны ли потребности быть безграничными?
5. Что такое ценность?
6. В чем заключается сложность изучения экономических объектов?
7. Что такое экономическая система?
8. Что является объектом изучения дисциплины «Экономика фирмы»?

1.2. Сущность, роль и место фирмы в экономических отношениях. Внешняя среда фирмы

1.2.1. Понятие фирмы

Необходимость удовлетворения потребностей в процессе общественного развития обусловила объединение людей для оптимизации этого процесса. Стали появляться разного рода совокупности людей, действующие совместно. Исторически процесс удовлетворения потребностей и формирования ценностей начинался с семьи, рода и племени. Современное общество должно гарантировать своим гражданам экономическую свободу. Это значит, что любой гражданин может заниматься деятельностью, направленной на создание благ и последующий их обмен с целью улучшить состояние своего домашнего хозяйства. Такая деятельность называется *предпринимательской*, т.е. самостоятельной, осуществляемой на свой страх и риск, направленной на систематическое получение прибыли от использования имущества, продажи товаров, выполнения работ и оказания услуг. Таким образом, предпринимательская деятельность может осуществляться индивидуальными предпринимателями самостоятельно и с привлечением наемных работников. Однако для того чтобы домашнее хозяйство и люди полностью удовлетворили свои потребности, только предпринимательской деятельности недостаточно. Часть благ имеет общественный и неделимый характер, например уличное освещение, охрана порядка или границ и т.д. Для того чтобы граждане чувствовали себя в стране защищенными, необходимо иметь армию для защиты от внешних врагов, люди должны быть уверены, что в случае беды (например, пожара, катастрофы) им помогут, требуется охранять их здоровье, учить детей и т.д.

Кроме того, существование экономических отношений предусматривает не только производство благ, но и создание условий для их обмена и распределения. Необходимо регулировать и контролировать способы производства, обмена и распределения в соответствии с целями экономических отношений. Для этого создаются правоохранительные и правозащитные организации.

Иными словами, для того чтобы удовлетворить свои потребности в области производства, обмена и распределения благ, люди объединяются и образуют различные совокупности, которые и называются организациями.

сылок ее функционирования и обновления, получили название *организационного процесса*.

Термин «организация» — наиболее общий по отношению к другим терминам, обозначающим совокупности людей, участвующих в экономических отношениях: учреждения, органы власти, общественные организации, фирмы и т.д.

Организации могут быть формальными и неформальными. *Формальные организации* официально регистрируются и действуют на основании существующего законодательства и установленных регламентов. Регистрация *неформальных организаций* не обязательна. При этом они могут действовать как в рамках, так и вне рамок существующего законодательства. Например, группа фанатов какой-либо певицы может быть неформальной, т.е. незарегистрированной, но она не запрещена законом. Но если группа молодых людей будет собираться раз в неделю для того, чтобы искать людей не из их района или не их национальности и бить их, то их деятельность подпадает под действие Уголовного кодекса РФ.

Таким образом, в процессе экономических отношений возникают формальные и неформальные организации, которые участвуют или обеспечивают, создают условия и правила этих отношений, в том числе и формируют в сознании людей жизненные ценности.

Организации образуются в следующих целях.

1. *Только создание благ*. Они могут формироваться по-разному, но не ставят перед собой цели получения прибыли. Часть таких организаций принимает вид органов власти и создаваемых ими учреждений для осуществления управления государством на разных уровнях. Их принято делить на центральные, региональные и местные. В разных странах конституциями или постановлениями высших государственных органов власти выделены различные органы. Их цель состоит в производстве общественных, неделимых благ, создании правил обмена, распределения и перераспределения благ. Это законодательные, исполнительные и судебные органы, институты, отвечающие за соблюдение правил производства, обмена и распределения благ гражданами, федеральными, региональными, местными и иностранными организациями. К подобным организациям можно отнести политические партии и организации.

Другая часть организаций создается как органами власти, так и гражданами для удовлетворения имеющихся у людей потребностей: образовательных, культурных, спортивных,

медицинских и т.д. Это, например, школы, музеи, библиотеки. Чаще всего такие организации являются формальными, поскольку они существуют независимо от лиц, принадлежащих к ним в любой заданный период времени, и называются *учреждениями*. Но могут быть и неформальными, например религиозная секта, клуб фанатов рок-группы и т.п.

2. *Создание благ в целях получения прибыли*. Такие организации занимают предпринимательской деятельностью. С этой точки зрения и сапожная будка, и магазин, и риэлтерская компания, и прачечная, и банк, и «Газпром» являются *предприятиями*. Термин «фирма» — не что иное, как экономический сленг. В российской хозяйственной практике он используется в качестве синонима термину «предприятие». Созданным благом является организация концерта, выпечка хлеба, торговля конфетами, строительство космического корабля и т.п.

Фирмы могут быть как формальными, так и неформальными организациями. В некоторых случаях значительная часть благ производится, распределяется или обменивается в «теневом» секторе экономики, т.е. незаконно, например *нелегальными предприятиями*, производящими наркотики, алкоголь, DVD-диски. В данном случае не обсуждаются морально-этические аспекты создаваемых благ и законность или незаконность их создания, обмена и распределения. Здесь важен смысл. Создание, в том числе и таких «благ», наряду с получением прибыли, — обязательное условие для корректного выделения фирмы, предприятия.

Фирма, предприятие — это организация, создающая блага в целях получения прибыли.

3. *Только получение прибыли без создания благ*. В этом случае совокупность людей, действующих совместно для достижения прибыли, будет бандой или организованной преступной группировкой.

Итак, организации под названием «фирма» или «предприятие» играют в экономических отношениях очень важную роль, поскольку большая часть благ создается на предприятиях, обменивается и распределяется с их помощью. Однако отдельно взятая фирма находится в тесном взаимодействии с другими организациями, поскольку экономические отношения — это общественные отношения. Результаты деятельности фирмы, предприятия в значительной степени определяются внешней средой.

1.2.2. Внешняя среда фирмы

Существуют различные подходы к описанию структуры внешней среды фирмы. Чаще всего в современной литературе внешняя среда организаций рассматривается как двухуровневая система, состоящая из *микросреды*, которая оказывает прямое воздействие на деятельность фирмы, и *макросреды*, которая оказывает косвенное воздействие на ее деятельность (рис. 1.1).

Микросреда фирмы. Субъектами внешней среды, с которыми взаимодействует отдельно взятая фирма и которые прямо и непосредственно влияют на темпы и масштабы развития предприятия, на эффективность его деятельности, являются потребители, поставщики, конкуренты, государство.

Потребители — главный ограничительный или стимулирующий элемент внешней среды. В их число входят домашние хозяйства, другие предприятия, сбытовые или торговые организации, выступающие посредниками, а также государственные органы, которые нуждаются в целом ряде благ, необходимых им для функционирования.

Спрос рождает предложение, поэтому изменение во вкусах, предпочтениях, возможностях потребителей оказывает непосредственное влияние на деятельность предприятия. Следовательно, перспективы развития каждого конкретного предприятия обуславливают необходимость обязательного и постоянного изучения рыночного спроса (потребности), постоянный поиск возможностей расширения сегментов рынка, установление наиболее рациональной ценовой политики.



Рис. 1.1. Внешняя среда предприятия

Поставщики — это предприятия и отдельные лица, поставляющие ресурсы для обеспечения деятельности предприятия. Ограничениями со стороны поставщиков могут быть, например, цены на ресурсы, качество поставляемого оборудования, комплектующих изделий, полуфабрикатов, услуг и сырья, договорные условия. С точки зрения предприятия, домашнее хозяйство является поставщиком важнейшего ресурса — рабочей силы. Поставщиками необходимых трудовых ресурсов могут выступать учебные учреждения, службы занятости и т.д. В этой связи предприятие не должно оставаться пассивным потребителем ресурсов. Важнейшим инструментом уменьшения силы воздействия этого фактора (поставщики) должны быть маркетинговые исследования в сфере приобретения необходимых предприятию потребителю ресурсов.

Конкуренты — это предприятия, которые производят аналогичные товары, товары-субституты (заменители) или комплементарные (взаимосвязанные) товары. Ограничениями со стороны конкурентов могут быть, например, объем, номенклатура и ассортимент товаров, цены и качество поставляемых товаров, услуг, договорные условия. Поставщики, потребители и конкуренты — бизнес-системы одного уровня. Конкуренты как фактор прямого воздействия оказывают влияние не только на другое предприятие на рынке аналогичной продукции, но и на поставщиков различных ресурсов, и на посредников. Наличие конкурентов обуславливает способность предприятий-поставщиков торговаться, отстаивая свои интересы; способность и возможность покупателей торговаться, появление новых товаров-заменителей. Вследствие этого предприятие ради сохранения «своего» сегмента рынка вынуждено нести дополнительные издержки на совершенствование организации сбыта, научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки (НИОКР), рекламу и т.п.

Государство, выступая в экономическом смысле, представляет собой совокупность государственных органов и учреждений, т.е. организаций или групп людей, целью которых должно быть создание условий существования и функционирования для всех участников экономических отношений. К таким условиям относят:

а) *справедливое* (в рамках существующего мировоззрения и миропонимания) *распределение и перераспределение благ*. Правила производства, обмена и распределения благ

должны быть установлены ради повышения благосостояния каждого домашнего хозяйства. В противном случае правила улучшают благосостояние отдельных людей или их групп (классов, сословий, каст и т.п.);

б) *свободу предпринимательства и экономическую обособленность производителей* как неперенное обстоятельство эквивалентного обмена. Однако свобода и обособленность производителей должна ограничиваться коэволюционностью развития экономических отношений, т.е. правилами использования природных ресурсов, охраной окружающей среды и т.п.

Эти условия находят отражение в правовых нормах функционирования предприятия. Проводя свою политику в области экономики, государственные органы с помощью законодательных и нормативных актов, инструкций, положений прямо влияют на его деятельность. Эти органы обеспечивают принудительное соблюдение законов в пределах своей компетенции, а также вводят собственные требования. Кроме того, государство регулирует деятельность предприятия, устанавливая разнообразные формы налоговых льгот, субсидий, юридического контроля на нерегулируемом рынке, ставки процента и т.п.

Макросреда фирмы. Состояние государства как надсистемы оказывает косвенное влияние на деятельность предприятия. Это состояние обусловлено факторами косвенного воздействия (факторами макросреды): экономическими, научно-техническими, социальными, демографическими, политическими, природно-климатическими, экологическими. Весь их спектр выступает своеобразной системой ограничений для всех участников экономических отношений, и несмотря на то что они называются косвенными, степень их влияния на отдельную фирму не менее существенна, чем воздействие факторов микросреды¹.

Экономические факторы определяются состоянием экономической системы страны. От нее зависит способность потребителей формировать спрос (платежеспособные потребности), потенциал предприятия привлекать дополнительный капитал. Тем самым экономическое состояние государства влияет на многие аспекты деятельности предприятия, в том числе на уровень экономической эффективности

¹ *Фактор* (от лат. *factor* — делатель, творец чего-нибудь) — движущая сила, причина какого-нибудь процесса, обуславливающая или определяющая его характер.

ности и возможности развития предприятия. Экономическое состояние страны характеризуют многие показатели, например темп экономического роста, платежный баланс, уровень занятости, состояние финансовой системы страны, покупательная способность населения, уровень инфляции. Рассмотрим некоторые из них.

Экономический рост является одной из главных целей правительства. Он предполагает рост национального продукта на душу населения, а следовательно, в идеале, достижение более высокого уровня жизни для всех. При прогнозах экономического роста предприятие расширяет производство, наращивает производственные мощности, нанимает больше рабочих. При прогнозах экономического спада предприятие уменьшает запасы готовой продукции, сокращает производство (услуги) и численность работающих.

Платежный баланс — это статистический документ, отражающий баланс внешнеэкономических операций страны за определенный период. Неравновесие платежного баланса страны вызывает ряд последствий для ее экономики. Так, стабильно положительное сальдо баланса по текущим операциям укрепляет позиции национальной валюты и одновременно позволяет иметь прочную финансовую базу для вывоза капитала из страны. Стабильно отрицательное сальдо баланса по текущим операциям ослабляет позиции национальной валюты и подталкивает страну к все большему привлечению иностранного капитала.

Уровень занятости, или уровень безработицы, существенно влияет на деятельность предприятия. На первый взгляд, безработица предполагает богатый рынок рабочей силы ввиду ее потенциальной доступности и низкой цены предложения. С этой точки зрения среда бизнеса даже имеет какие-то выгоды от безработицы. Однако нельзя забывать о том, что безработица оказывает негативное воздействие на функционирование предприятия. Чем выше безработица, тем ниже платежеспособный спрос и тем больше проблем с продажей продукта.

Научно-технические факторы влияют на то, какого рода новые услуги и продукцию ожидают потребители, на темпы устаревания продукции и технологии ее изготовления. Для успешного функционирования предприятие должно приспосабливаться к техническим и технологическим изменениям, в противном случае оно потеряет конкурентоспособность. Развитие и эффективное функционирова-

ние любого предприятия возможно тогда, когда оно в полной мере использует все достижения научно-технического прогресса в области процессов производства. От того, насколько хорошо государственные органы создают условия для реализации научных и прикладных исследований, зависит конкурентоспособность российских предприятий.

Социальными (социокультурными) факторами являются организационная и потребительская культура населения, нравственные нормы его поведения, профессиональные и личностные качества работников предприятия, уровень здравоохранения. Так как экономика — это отношения между людьми, то менталитет (умонастроение), образовательный и культурный уровень граждан страны, жизненные ценности населения, национальные традиции сказываются на характере деятельности предприятия. Социальная среда во многом определяет номенклатуру, объемы производства и, порой, качество продукции, которую покупает население. Социальные факторы формируют специфические установки для предприятия, например жизненные ценности, традиции, которые оказывают существенное влияние на результаты его деятельности. По существу эти факторы обуславливают направленность экономических отношений в стране и в конечном итоге воздействуют на политическую обстановку.

Демографические факторы — факторы косвенного воздействия. С одной стороны, динамика изменения численности населения во многом определяет реальные возможности обеспечения предприятия трудовыми ресурсами, а с другой — формирует уровень и масштабы рыночных потребностей. Поэтому для повышения эффективности работы руководство предприятия должно отслеживать демографическую динамику населения, возрастную структуру и этнический состав населения; уровень смертности и рождаемости, миграционные процессы, уровень образования; региональные особенности и структуру домашних хозяйств. Это позволит своевременно реагировать на эти изменения.

Политические факторы подразумевают действия руководства государства. Естественно, что эти действия вызваны умонастроением руководителей и их целями. От того, насколько они совпадают с настроением граждан и насколько стабильны эти настроения, зависят политическая обстановка в стране и политическая стабильность общества. *Политическая обстановка* определяет отношение федеральных, региональных государственных учреждений, законодатель-

ных органов и судов к бизнесу. Это отношение находит свое отражение в политических решениях правительства и законодателей, например налогообложение доходов, контроль цен, политика доходов и заработной платы, установление налоговых льгот, защита потребителей, стандарты на чистоту окружающей среды. От этих решений напрямую зависит политическая стабильность, дающая возможность разрабатывать долгосрочные планы развития предприятия, планировать доходы и расходы. Нестабильность вынуждает предприятия жить одним днем. Стабильность политической ситуации внутри страны, в равной мере как и внешнеполитическая обстановка, имеет большое значение для предприятий как с точки зрения привлечения инвестиций, в том числе и зарубежных, так и с позиций развития внешнеэкономической деятельности предприятия.

Природно-климатические условия, в которых осуществляется деятельность предприятия, должны обязательно учитываться в процессе принятия любого управленческого решения. К этим факторам макросреды относятся геологические условия добычи сырьевых ресурсов, наличие энерго-ресурсов, воды, транспортных коммуникаций, климатические условия. Названные факторы оказывают прямое воздействие на размещение предприятия, а следовательно, на издержки предприятия на добычу, транспортировку материально-сырьевых и топливно-энергетических ресурсов и цену рабочей силы.

Экологические факторы занимают особое место среди факторов воздействия внешней среды на перспективы развития и эффективность деятельности предприятия. Чаще всего они выступают в качестве ограничений как с точки зрения возможностей использования первичного природного сырья, так и с позиций загрязнения окружающей среды отходами, выбросами и сбросами, образующимися в процессе производства. Многие фирмы в планах и прогнозах развития своего производства должны учитывать ограниченность и даже дефицитность большинства видов природных невозобновляемых ресурсов, усложнение горно-геологических и природно-климатических условий добычи и переработки этих ресурсов, что и вызывает существенное их удорожание. Большое влияние с точки зрения перспектив развития предприятия оказывают устанавливаемые государственными органами жесткие ограничения по загрязнениям окружающей природной среды.

Конечно, для каждой отдельной фирмы влияние внешней среды неоднородно, различается по степени и характеру влияния. Однако анализ внешней среды позволяет организации создать перечень опасностей и возможностей, с которыми она может столкнуться, и своевременно разработать мероприятия для ослабления влияния этих обстоятельств.

Необходимо понимать, что внешняя среда предприятия во многом определяется некоторым множеством организаций, которые обеспечивают и обуславливают проявление указанных факторов.

Вопросы и задания для самопроверки

1. В чем состоит разница между организацией, предприятием, фирмой, учреждением, бандой?
2. Что такое организация?
3. Если вы собрались с приятелями и решили сходить в кино-театр, являетесь ли вы с приятелями организацией?
4. Что понимают под внешней средой предприятия?
5. Охарактеризуйте микро- и макросреду фирмы.
6. В чем заключается влияние государства на предприятие?
7. Какие факторы влияния государства можно отнести к прямым, а какие — к косвенным?

1.3. Типология организаций.

Основные правовые формы организаций

1.3.1. Некоммерческие организации

По критерию получения и распределения прибыли в современном российском законодательстве организации классифицированы как *коммерческие* и *некоммерческие*. Главным признаком различия между коммерческими и некоммерческими организациями является то, что некоммерческие организации должны направлять полученную прибыль на достижение своих уставных целей и не могут распределять полученную прибыль между своими участниками.

Некоммерческие организации создаются для производства благ. Получение прибыли не является целью их функционирования. Деятельность таких организаций направлена на достижение благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей, развитие физической культуры и спорта, охрану здоровья, удовлетворение духовных и иных нематериальных потребностей.

тей, защиту прав, законных интересов граждан и организаций, разрешение споров и конфликтов, оказание юридической помощи, а также иных общественных благ.

Особенности правового положения отдельных видов государственных и иных учреждений определяются законодательством и ведомственными правовыми актами. Часть учреждений создается для непосредственного осуществления управленческих, социально-культурных и иных функций некоммерческого характера. Как правило, эти организации осуществляют властные полномочия, т.е. создают условия и правила отношений по поводу производства, обмена и распределения благ, контролируют их исполнение и создают общественные и (или) неделимые блага. Это органы власти: совет министров, парламент или дума, суды, полиция, мэрии городов и другие региональные и муниципальные учреждения. Они могут называться министерствами, ведомствами, комитетами, агентствами, комиссариатами и т.д.

Для выполнения работ, оказания услуг в сферах науки, образования, здравоохранения, культуры, занятости населения, физической культуры и спорта создаются такие некоммерческие организации-учреждения, как академии наук, школы, высшие учебные заведения. В этом случае они могут осуществлять предпринимательскую деятельность, но всю полученную прибыль должны направлять на достижение целей, ради которых они созданы. Однако в этих сферах создания благ учреждения могут быть образованы и частными лицами. Социально-экономическое развитие общества в России породило многообразие организационно-правовых форм некоммерческих организаций. Огромное количество законов и подзаконных актов, регламентирующих деятельность некоммерческих организаций, делает процесс их регистрации в России длительным и трудоемким. Поэтому их созданием и регистрацией могут заниматься только опытные юристы.

1.3.2. Коммерческие организации

Целью образования коммерческой фирмы является получение прибыли путем создания благ. Многообразие типов предприятий обусловлено желанием людей обеспечить наиболее выгодные и безопасные формы создания, распределения и обмена благ и стремлением повысить эффективность деятельности предприятия.

С точки зрения права, фирма — это не только совокупность людей. Любое предприятие (вне зависимости от его размера, характера деятельности и отраслевой принадлежности) — это очевидное единство и его продукции, и территории, и работников, и оборудования и многого другого, т.е. предприятие представляет собой бизнес-систему как некий порядок, который определяет единство многих элементов.

В связи с этим предприятием как объектом прав признается имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности. В состав предприятия входят все виды имущества, предназначенные для его деятельности, включая земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, сырье, продукцию, права требования, долги, а также права на обозначения, индивидуализирующие предприятие, его продукцию, работы и услуги (фирменное наименование, товарные знаки, знаки обслуживания), и другие исключительные права, если иное не предусмотрено законом или договором (ч. 1 ст. 132 ГК РФ).

Рассмотрим критерии типов предприятий. Одним из основных критериев, по которому предприятия разделяются на типы, является **характер ответственности предпринимателя** за результаты производственно-хозяйственной деятельности.

Неограниченная ответственность предусматривает ответственность за результаты производственно-хозяйственной деятельности всем своим имуществом. Смысл неограниченной ответственности состоит в том, что если вы как физическое лицо получили прибыль, то после уплаты налогов вся оставшаяся прибыль принадлежит вам. Но если вы понесли убытки, то вы будете продавать все, что вам принадлежит, чтобы возместить убытки.

В истории экономических отношений первоначально существовала естественная неограниченная ответственность физического лица за результаты производственно-хозяйственной деятельности. Однако рост масштаба производства предполагал объединение финансовых и иных ресурсов нескольких физических лиц. Но как быть, если группа людей объединилась, стала заниматься предпринимательской деятельностью и понесла убытки? Кто и как их будет погашать? Вместе с ростом масштабов производства возрастала и ответственность, размеры которой могли поставить под угрозу не только материальное благополучие, но и существование физического лица. Тогда люди изобрели гениаль-

ную вещь. Было предложено понятие «юридическое лицо». В природе нет такого лица, не существует — это фикция¹. Это лицо существует только в сознании людей, причем только тех, кто согласен считать его существование возможным. Люди договорились и закрепили в законах то, что *юридическое лицо* (как некий символ) отвечает всем своим имуществом за результаты своей производственно-хозяйственной деятельности, а создатели этого «лица», или учредители, подвергаются риску потери того, что они вложили. Это обстоятельство породило иную организационно-правовую форму — ограниченную ответственность.

Ограниченная ответственность предусматривает ответственность за результаты производственно-хозяйственной деятельности только вложенным имуществом.

Таким образом, их ответственность ограничивается суммой вложенного капитала. Если таких учредителей больше одного, то такое юридическое лицо получило название *корпорации* (от лат. *corporatio* — объединение, сообщество). Объединение происходит на основе долей (паев) или продажи акций. В отличие от индивидуального предпринимательства и партнерства, корпорация — это специальная форма организации бизнеса, являющаяся юридическим лицом, существующим самостоятельно и в правовом смысле отдельно от ее владельцев. Это явилось мощным толчком для развития производства благ. В самом деле:

- юридическое лицо является субъектом права, ведет все свои дела от собственного имени и владеет собственностью самостоятельно;
- юридическое лицо само отвечает по всем своим долгам и самостоятельно платит налоги с дохода корпорации;
- юридическое лицо не прекращает существования в связи со сменой владельцев;
- создатели юридического лица, вложившие в него свой капитал, получают доход в виде дивидендов, т.е. отчислений от прибыли юридического лица.

У корпоративной формы бизнеса обычно существуют следующие недостатки.

1. *Двойное налогообложение владельцев корпорации*: так как корпорация как юридическое лицо платит самостоятель-

¹ Справедливости ради надо сказать, что теория фикции как прием, способ юридической (законодательной) техники до сих пор является дискуссионным вопросом в среде юристов-цивилистов (специалистов по гражданскому праву).

но налог с дохода, то доход создателей юридического лица фактически облагается налогом дважды: сначала как доход корпорации, а затем как доход частных лиц — акционеров.

2. *Более строгое регулирование корпоративной деятельности, чем в случае индивидуального бизнеса или партнерства.* Действия корпораций ограничены местными и национальными законами. Кроме того, поведение корпорации определено уставом и положением о корпорации, которые устанавливают довольно строгий регламент.

3. *Отделение владельцев корпорации — акционеров — от текущего управления корпорацией.* Как правило, текущим управлением занимаются наемные управляющие, которые могут быть и акционерами. За свою работу управляющие получают заработную плату и, если они акционеры, дивиденды. Управляющие являются высококвалифицированными профессионалами, владеющими тонкостями конкретного бизнеса. Акционеры же в своей массе с особенностями бизнеса не знакомы. Иногда, конечно, возможны ситуации, когда управляющие преследуют свои групповые интересы. Но главное, что акционеры, особенно в больших корпорациях, не в состоянии оценить и проконтролировать политику управляющих.

Термин «компания» обозначает фирму, имеющую черты и характеристики общества с ограниченной ответственностью. Корпорацию или компанию можно назвать фирмой или предприятием, но не всякая фирма является компанией или корпорацией.

В зависимости от **формы собственности** предприятия делятся на *государственные, муниципальные и частные*, а также *предприятия смешанной формы собственности*.

Следующим критерием классификации предприятий может быть их **участие в процессе разработки новых технологий**. Необходимость стимулирования научно-технического прогресса в отраслях, которые с точки зрения государства имеют приоритетное направление, но высокую степень риска, привела к созданию так называемых рисковых, или венчурных, предприятий. *Венчурные предприятия* создаются для ведения бизнеса в областях с высокой степенью риска. Быстрые темпы научно-технического прогресса и значительные затраты обусловили высокую степень риска в целом ряде отраслей. Как правило, в большинстве развитых стран венчурные фирмы обладают рядом налоговых льгот.

Одной из форм венчурных фирм является *S-корпорация*, ее владельцы несут ограниченную ответственность по обя-

зательствам и обладают другими чертами, которые характерны для корпораций. Однако S-корпорации не облагаются налогом на прибыль, их прибыли и убытки переходят непосредственно к акционерам, тем самым исключается двойное налогообложение. Речь идет о специфической американской организационно-правовой форме, которая была введена в 1982 г. (SSRA). В отличие от обычных корпораций, которые по-английски обозначаются как «C-corporation», эти корпорации обозначаются как «S-corporation».

Другой критерий классификации предприятий — **размер оборота (годовой выручки от продажи) и численность работающих**. По этому критерию выделяют микро-, малые, средние, крупные предприятия.

В России, согласно постановлению Правительства РФ от 22 июля 2008 г. № 556 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства», *микро-предприятием* признается бизнес с оборотом до 60 млн руб. и количеством сотрудников не более 15 человек; *малым* — до 400 млн руб. и 100 сотрудников; *средним* — до 1 млрд руб. и 250 сотрудников. Соответственно предприятие с оборотом выше 1 млрд руб. и численностью работающих свыше 250 человек относятся к *крупным*.

Малые предприятия в развитых странах создают большую часть рабочих мест, выплачивают существенную часть налогов и являются питательной средой для развития среднего и крупного бизнеса. В связи с этим во многих странах создаются специальные системы стимулирования малого бизнеса, т.е. разрабатываются специальные меры, поощряющие возникновение малых фирм, и условия для их нормального существования, защищающие от дискриминации и поглощения. Для нормального функционирования экономики необходимо существование как крупных, так и малых предприятий. Каждая из этих групп предприятий может максимально эффективно использовать свой потенциал в определенной сфере деятельности. Малые фирмы существуют в тех областях, которые не могут охватить крупные предприятия. Они «улавливают» и реагируют на изменение потребностей, на которые не в состоянии среагировать крупные фирмы либо в силу своей инерции, либо нерентабельности производства малого объема продукции.

После возникновения и становления у малого предприятия может быть несколько путей развития:

- 1) оно может разориться;
- 2) оставаться малым предприятием, если есть условия для стабильного функционирования;
- 3) существовать за счет взаимодействия с крупной фирмой;
- 4) влиться в крупную фирму;
- 5) превратиться в крупную фирму.

Превращение малого предприятия в крупную фирму обусловлено процессами вертикальной и горизонтальной интеграции. *Вертикальная интеграция* — рост предприятия в результате объединения предприятий по технологической цепочке или этапам производственного процесса. *Горизонтальная интеграция* — рост предприятия внутри отрасли путем объединения однотипных предприятий. Цель укрупнения фирмы состоит в получении еще большей прибыли за счет все большего создания благ. Это достигается путем обеспечения эффективности своего производства; создания лучших условий деятельности; обеспечения выполнения в рамках единого объединения всех операций производственного процесса; проведения единой ценовой или сбытовой политики и пр.

Одним из примеров вертикальной интеграции может быть создание *комбинатов* — объединений в одном предприятии производств, относящихся к различным отраслям, либо представляющих собой последовательные ступени обработки сырья, либо играющих вспомогательную роль по отношению к друг к другу. Например, ткацкий комбинат включает в себя прядильное, ткацкое, красильное производство.

Примером горизонтальной интеграции может служить *франчайзинг* — система взаимовыгодных партнерских отношений, при которой интеграция происходит путем передачи на платной основе торговой марки, линии производства, технологии и т.д. Как правило, этим занимаются крупные фирмы, такие как *McDonald's*, *Coca-Cola*.

В результате укрупнения фирмы чаще всего представляют собой объединения предприятий, которые принимают различные организационные и правовые формы.

1.3.3. Виды объединений предприятий

Картель — форма объединения предприятий, участники которого, сохраняя производственную и коммерческую самостоятельность, заключают между собой соглашение о ценах, рынках сбыта и т.д.

Как правило, картели и картельные соглашения запрещены в большинстве стран, так как это приводит к образованию монополий. Однако в международных экономических отношениях создание такого рода объединений пока не запрещено. Так, самыми известными международными картелями на сегодняшний день являются Организация стран — экспортеров нефти (ОПЕК) и печально знаменитый колумбийский наркокартель.

Трест — форма объединения предприятий, как правило, в рамках одной отрасли, при которой предприятия, входящие в него, полностью теряют свою производственную, коммерческую и юридическую самостоятельность и действуют по единому плану. Характеризуется наиболее высокой степенью централизации управления.

Обычно в рамках треста происходит объединение предприятий, имеющих относительно однородную производственную деятельность или выпускающих продукцию одного назначения. Например, строительные тресты, тресты ресторанов и столовых.

Синдикат — форма объединения предприятий, целью которого является совместная организация коммерческой деятельности (снабжение, сбыт, ценообразование и др.). Предприятия, входящие в синдикат, сохраняют хозяйственную и юридическую самостоятельность и, как правило, создают отдельную фирму, занимающуюся сбытом их продукции или их снабжением, с которой каждый из участников синдиката заключает договор. В настоящее время синдикат как форма организации бизнеса не имеет широкого распространения.

Концерн — форма долговременного объединения (как правило, многоотраслевого) предприятий и организаций для создания сложных изделий. Концерны могут объединять предприятия по технологической цепочке, находиться в разных городах или даже странах и сохранять свою юридическую самостоятельность. Однако они делегируют часть прав коллегиальному органу управления — проведение единой экономической политики, централизацию части финансов некоторых функциональных служб и др.

Например, крупнейший в мире автомобильный концерн *General Motors* объединяет свыше 200 предприятий в США, Канаде и еще 36 странах мира. Концерн может связывать всю отрасль. Так, в Германии всю электротехническую промышленность представляет концерн *Siemens*. В России са-

мым знаменитым из современных российских концернов является «Газпром». Вместе с тем данное понятие не нашло пока должного отражения в действующем законодательстве нашей страны. В качестве альтернативного понятия используется термин «финансово-промышленная группа».

Финансово-промышленная группа — это совокупность юридических лиц, действующих как основное и дочерние общества, полностью или частично объединившие свои материальные и нематериальные активы на основании договора о создании группы.

Консорциум — одна из организационных форм временного объединения фирм (банков или промышленных предприятий) для решения разовых задач (совместного размещения займов, акций, проведения крупных финансовых или коммерческих операций, реализации крупных научно-технических проектов и т.п.).

Участники, входящие в консорциум, полностью сохраняют свою юридическую и хозяйственную самостоятельность, но в деятельности, касающейся целей консорциума, они подчиняются совместно выбранному руководству. Как правило, консорциум создается для высококачественного исполнения срочных и дорогостоящих заказов и проектов, требующих консолидации усилий и средств научно-технических, производственных, обслуживающих и финансовых компаний, способных совместно решить поставленную задачу. Например, консорциум нефтедобывающих компаний «Бритиш Петролеум», «Шелл», «Амко», «Шеврон», «Туркиш Петролеум», осуществивших совместно с Государственной нефтяной компанией Азербайджана и российским АО «Лукойл» разработку нефтяных месторождений Азери и Чираг на шельфе Каспийского моря.

Конгломерат — объединение предприятий разных отраслей. Образуется путем поглощения и слияния многочисленных предприятий, не имеющих между собой функциональных связей (т.е. связей, обусловленных последовательностью выполнения операций производственного процесса). Цель — увеличение прибыли.

В настоящее время в странах западной Европы и Америки наблюдается падение прибыльности конгломератов, таких как известные американские конгломераты *General Electric*, *Textron Inc.* и *United Technologies Corporation*, британский *Hanson*, голландский *Philips Electronics*. В настоящее время они приобретают компании в ключевых областях

и продают все неключевые активы. В России большинство предприятий входит в состав холдингов конгломеративного типа.

Холдинг — форма объединения предприятий путем скупки контрольных пакетов акций. Объединение предприятий в холдинговой компании ограничивается, как правило, лишь финансами. Во главе холдинговой компании стоит так называемая компания-держатель, имеющая контрольные пакеты акций и действующая через нижестоящие, промежуточные компании. Капитал холдинговой компании существует преимущественно для приобретения контрольных пакетов акций других компаний.

Производственный кооператив (артель) — это объединение лиц для совместного ведения предпринимательской деятельности на началах их личного трудового и иного участия, причем первоначальное имущество артели складывается из паев членов этого объединения.

Ассоциация — добровольный союз людей, предприятий, организаций, объединенных едиными интересами. Ассоциация, как правило, является юридическим лицом. Она представляет собой общественную организацию, не ставящую цель получения прибыли.

Отрасль — это совокупность предприятий и организаций, создающих блага (выпускающих продукцию) одного экономического назначения, имеющих сходный состав используемого сырья и материалов, применяемых средств производства, а также профессиональный и квалификационный состав персонала.

1.3.4. Правовые формы некоммерческих организаций в России (по состоянию на 2013 г.)

Согласно Федеральному закону от 19 мая 1995 г. № 82-ФЗ «Об общественных объединениях», некоммерческие организации называются общественными объединениями и подразделяются на политические общественные объединения, торгово-промышленную палату, общественные палаты, общественные организации, общественные движения, общественные фонды, общественные учреждения, некоммерческие партнерства, органы общественной самодеятельности, некоммерческие кооперативы, религиозные организации, объединения юридических лиц (ассоциации и союзы).

Политическим общественным объединением является общественная организация (для политической организации, в том числе политической партии¹) и общественное движение (для политического движения). Функциональное назначение таких организаций — достижение политической власти. Политическим общественным объединением является общественное объединение, в уставе которого в числе основных целей должны быть закреплены участие в политической жизни общества посредством влияния на формирование политической воли граждан, участие в выборах в органы государственной власти и органы местного самоуправления посредством выдвижения кандидатов и участие в организации и деятельности указанных органов. *Партия* (от фр. *parti*, лат. *pars* (*parties*) — часть, группа) — политическая организация, выражающая интересы определенных социальных групп и слоев.

Торгово-промышленная палата — некоммерческая организация, объединяющая российские предприятия и российских предпринимателей, имеющая своей целью развитие предпринимательства (представительство и защита интересов предпринимателей, информационные услуги, контакты с зарубежными партнерами и пр.). Членами палаты могут быть только предприниматели, для учреждения необходимо 15 человек, и на одной и той же территории не допускается регистрация более одной торгово-промышленной палаты.

Общественная палата создана для обеспечения взаимодействия граждан России с федеральными органами власти, органами государственной власти субъектов РФ и органами местного самоуправления, в целях учета потребностей и интересов, защиты прав и свобод граждан России и прав общественных объединений, а также в целях осуществления общественного контроля за деятельностью государственных органов исполнительной власти и органов местного управления². Она формируется из 42 граждан России, кандидатуры которых утверждает Президент РФ, 42 представителей общественных объединений и 42 представителей межрегиональных и региональных общественных объединений.

Общественной организацией является добровольное объединение, основанное на членстве. Членами объедине-

¹ Федеральный закон от 11 июля 2001 г. № 95-ФЗ «О политических партиях» (в ред. от 6 мая 2010 г.).

² Федеральный закон от 4 апреля 2005 г. № 32-ФЗ «Об общественной палате Российской Федерации».

ния могут быть физические и юридические лица. Членство оформляется на основе заявлений путем выдачи документов (например, членских билетов), позволяющих учитывать количество членов общественного объединения и обеспечивать равноправие членов как участников данной организации. При регистрации некоммерческой организации члены передают ей имущество в собственность, утрачивая какие-либо права на него. Законодательством РФ предусмотрен коллегиальный исполнительный орган. Регистрацию общественной организации обычно осуществляют, когда материальные потребности учредителей переплетаются с нематериальными, например в объединениях писателей, композиторов. К общественным организациям относятся: правозащитные, женские, детские, экологические организации, патриотические клубы, культурные и творческие союзы, профсоюзы, органы местного самоуправления, научные, образовательные, ветеранские, молодежные, спортивные, общественные, религиозные, международные организации, представительства и организации соотечественников за рубежом, независимые российские средства массовой информации, благотворительные организации и организации инвалидов.

Общественные движения в отличие от общественных организаций не предусматривают членства участников. Это массовое общественное объединение (некоммерческая организация) граждан на основе участия, преследующее общественно полезные цели (социальные, политические и т.п.). Например, антиглобалистское движение, феминистское движение, комитет солдатских матерей, молодежное движение «Россия молодая», движение за гражданские права. Они могут быть зарегистрированными и незарегистрированными. При регистрации общественного движения и в ходе дальнейшего его функционирования постоянно действующий коллегиальный выборный орган осуществляет полномочия юридического лица.

Общественные фонды учреждаются как один из способов формирования имущества для общественно полезных целей. Это один из видов некоммерческих фондов, представляющий собой не имеющее членства общественное объединение. Средства фонда образуются за счет взносов учредителей, добровольных взносов и пожертвований физических и юридических лиц и иных, не запрещенных законодательством РФ поступлений. Учредители фонда опре-

деляют орган управления фондом — попечительский совет. Совет и учредители не вправе использовать имущество фонда в своих интересах. Средства фонда направляются только на уставные цели. Фонд, как правило, создается для решения социальных, благотворительных, культурных, образовательных и других аналогичных задач. Например, фонд содействия здравоохранению, фонд поддержки талантливых детей.

Общественное учреждение является некоммерческим формированием, несколько отличным от общественных фондов. Общественным учреждением также является не имеющее членства общественное объединение. Но в данном случае оно ставит своей целью оказание конкретного вида услуг, отвечающих интересам организаторов (учредителей), участников и, соответственно, закрепленных как направление деятельности в уставе учреждения. Например, музеи в России, как правило, являются общественными учреждениями. Учреждение может быть создано гражданином или юридическим лицом (частное учреждение) либо Российской Федерацией, субъектом РФ (государственное учреждение), муниципальным образованием (муниципальное учреждение). Государственное или муниципальное учреждение может быть бюджетным или автономным учреждением. Частные и бюджетные учреждения полностью или частично финансируются собственником их имущества.

Некоммерческое партнерство — это некоммерческая организация, основанная на членстве граждан и (или) юридических лиц для достижения общественных благ (социальных, благотворительных, научных, управленческих и пр.). Партнерство вправе осуществлять предпринимательскую деятельность. В форме некоммерческого партнерства создаются, например, фондовые биржи, дачные и садоводческие товарищества граждан и пр.

Органы общественной самодеятельности — еще одна разновидность не имеющих членства общественных объединений, целью которых является совместное решение социальных проблем по месту жительства, работы или учебы. Такой орган формируется по инициативе граждан, заинтересованных в решении социальных проблем. Регистрация органа общественной самодеятельности оформляет отношения по представительству и защите интересов граждан по месту жительства, работы или учебы. В форме органа общественной самодеятельности обычно регистрируются

первичные профсоюзные организации, территориальные органы местного самоуправления. Орган общественной самодетельности не имеет над собой руководящих органов и осуществляет свою деятельность на основе самоуправления. Например, домовый или студенческий комитет, объединение арбитражных управляющих или оценщиков, комитет по развитию местного и территориального общественного самоуправления.

Некоммерческие кооперативы — некоммерческая организация граждан и юридических лиц на основе членства для удовлетворения материальных и иных потребностей участников. Гражданский кодекс РФ предусматривает наличие паевых взносов и разделение уставного капитала (паевого фонда) на части. Регистрацию потребительских кооперативов применяют в сфере строительства (жилищно-строительный кооператив), недвижимости, сельском хозяйстве (дачные кооперативы) и пр.

Религиозные организации играют важную роль в экономических отношениях, поскольку под влиянием веры формируются основные жизненные ценности людей — отношение к богатству, справедливости и т.д. Под религиозной организацией понимается добровольное объединение граждан, образованное в целях совместного исповедания и распространения веры. В нашей стране в соответствии с конституционным принципом отделения религии от государства религиозные объединения создаются и осуществляют деятельность по собственной иерархической и институциональной структуре, назначают и заменяют свой персонал по своим установлениям. Религиозные объединения со статусом «религиозная организация» регистрируются государством, а органы прокуратуры осуществляют надзор и контроль исполнения законодательства всеми ведомствами о свободе вероисповедания и соблюдения самой религиозной организацией целей ее создания и порядка деятельности, определенных ее уставом.

Ассоциации и союзы — это объединения, некоммерческие организации коммерческих или некоммерческих юридических или физических лиц, основанные на членстве в целях координации, представительства и защиты общих интересов. Законодательство РФ запрещает союзам и ассоциациям осуществлять любую предпринимательскую деятельность. Члены объединения вправе безвозмездно пользоваться его услугами.

1.3.5. Правовые формы коммерческих организаций в России (по состоянию на 2013 г.)

В России регулирование предпринимательской деятельности основывается на нормах гражданского права (Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ, Конституция РФ и другие федеральные законы) в отличие от большинства зарубежных государств, где эта деятельность регулируется нормами торгового (коммерческого, хозяйственного) права. Официальная классификация организационно-правовых форм коммерческих организаций в России приведена в ГК РФ. Она включает в себя хозяйственные товарищества и общества, производственные кооперативы, народные предприятия, государственные и муниципальные унитарные предприятия (ст. 50 ГК РФ).

Хозяйственные товарищества — это организации с неограниченной ответственностью. Они создаются в форме полного товарищества или товарищества на вере (коммандитного товарищества). Товарищество создается и действует на основании *учредительного договора*. Вкладом в имущество хозяйственного товарищества могут быть деньги, ценные бумаги, другие вещи или имущественные права либо иные права, имеющие денежную оценку. Участниками хозяйственных товариществ могут быть индивидуальные предприниматели и (или) юридические лица.

Полным признается товарищество, участники которого (полные товарищи) в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществом, т.е. неограниченно. Лицо может быть участником только одного полного товарищества. Участники полного товарищества солидарно несут полную ответственность за результаты своей деятельности или несут *субсидиарную ответственность* своим имуществом по обязательствам товарищества. Прибыль делится между участниками пропорционально вкладу.

Товариществом на вере (коммандитным) признается товарищество, в котором наряду с участниками, осуществляющими от имени товарищества предпринимательскую деятельность и отвечающими по обязательствам товарищества своим имуществом (полными товарищами), имеется один или несколько участников-вкладчиков (коммандитистов), которые несут риск убытков, связанных с деятельностью

товарищества, в пределах сумм внесенных ими долей и не принимают участия в предпринимательской деятельности. Иными словами, это такая правовая форма, при которой часть участников несет неограниченную ответственность, а часть — ограниченную.

Хозяйственные общества предусматривают ограниченную ответственность создателей этих организаций. Основными видами хозяйственных обществ являются:

- общества с ограниченной ответственностью;
- общества с дополнительной ответственностью;
- акционерные общества.

Общество с ограниченной ответственностью. Таким обществом признается учрежденное одним или несколькими лицами предприятие, уставный капитал которого разделен на доли. Однако для того чтобы участники общества с ограниченной ответственностью не отвечали по его обязательствам и несли риск убытков, связанных с его деятельностью, в пределах стоимости принадлежащих им долей, фирменное наименование общества должно содержать слова «с ограниченной ответственностью».

Число участников общества с ограниченной ответственностью не должно превышать 50 человек. В противном случае оно подлежит преобразованию в акционерное общество или производственный кооператив в течение одного года или, по истечении этого срока, ликвидации в судебном порядке, если число его участников не уменьшится до установленного законом предела. Помимо этого общество не может иметь в качестве единственного участника другое хозяйственное общество, состоящее из одного лица. Учредительным документом общества с ограниченной ответственностью является *устав*. Размер уставного капитала общества должен быть не менее суммы, определенной законодательством РФ. В соответствии с п. 1 ст. 14 Федерального закона от 8 февраля 1998 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» размер уставного капитала общества с ограниченной ответственностью должен быть не менее 10 тыс. руб.

Общество с дополнительной ответственностью. Участники такого общества солидарно несут ответственность по его обязательствам не только вкладом, но и своим имуществом в кратном размере к стоимости их долей. При банкротстве одного из участников его ответственность по обязательствам общества распределяется между остальными участниками пропорционально их долям.

Акционерное общество. Имущество рассмотренных правовых форм предприятий создается в основном в результате объединения имущества и денег предпринимателей, и уставный фонд разделен на паи или доли. Однако для привлечения дополнительных денежных ресурсов на условиях ограниченной ответственности были придуманы акции. *Акция* — ценная бумага, свидетельствующая о внесении ее владельцем установленной суммы в капитал предприятия и дающая право на получение ежегодного дохода — части прибыли данного предприятия — дивиденда. В результате в создании уставного фонда предприятия могут принимать участие большее количество людей. Появились акционерные общества (АО). *Акционерным обществом* признается коммерческая организация, уставный капитал которой разделен на определенное число акций, удостоверяющих обязательственные права участников АО.

Акции могут быть различных видов, но основными являются: обыкновенные (простые) и привилегированные, именные и на предъявителя. *Обыкновенная акция* дает право на получение дохода (дивиденда) в зависимости от величины прибыли АО. *Привилегированная акция* гарантирует их владельцам доход в виде заранее установленного твердого процента, который не меняется с увеличением или уменьшением прибыли акционерного общества. Однако в этом случае акционер не имеет права участвовать в управлении АО. *Именная акция* закрепляется за акционером посредством занесения его фамилии в саму акцию и книгу записей. Передача именной акции (прав на нее) осуществляется путем передаточной надписи и отражением ее в книге общества. *Акция на предъявителя* подобно деньгам принадлежит ее фактическому владельцу и не закрепляется за каким-либо конкретным лицом.

Разделение уставного капитала на акции позволяет продавать и покупать их как физическим, так и юридическим лицам. Отношения между людьми, возникающие при выпуске и размещении на рынке (эмиссии) и обращении эмиссионных ценных бумаг независимо от типа эмитента (юридического лица или органа исполнительной власти, несущего от своего имени обязательства перед владельцами ценных бумаг), а также особенности создания и деятельности профессиональных участников рынка ценных бумаг регулируются Федеральным законом от 22 апреля 1996 г. № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг» и Федеральным законом от 29 июля

1998 г. № 136-ФЗ «Об особенностях эмиссии и обращения государственных и муниципальных ценных бумаг».

Отношения, которые возникают при первичном выпуске и размещении акций (да и других ценных бумаг), образуют *первичный фондовый рынок*. На первичном рынке размещение акций АО позволяет привлечь дополнительные денежные ресурсы. Возможность продажи ценных бумаг ее владельцами образует *вторичный фондовый рынок*. На вторичном рынке торговля акциями имеет другое предназначение. Прежде всего это возможность заработать на разнице в курсе. В зависимости от того, как продавцы и покупатель оценивают положение предприятия и перспективы его развития, цена акции может отличаться от номинальной. Цена акции, которую назначают продавцы, называется *текущей котировкой*¹ по предложению на продажу или ценой-аск (ценой-офер). Разница между ценами продавца и покупателя является *спредом*. Чем меньше спред, тем быстрее продавец и покупатель придут к договорному соглашению. Последовательная котировка, или курс ценной бумаги, определяется в соответствии с заключенной по ней сделке.

На территории РФ и за рубежом АО вправе создавать *филиалы и представительства*, не являющиеся юридическими лицами. Последние наделяются основными и оборотными средствами за счет имущества общества и учитываются на его отдельном балансе, а также на самостоятельном балансе филиалов. Руководители филиалов и представительств действуют на основании доверенности, полученной от АО.

Акционерное общество может иметь дочерние и зависимые общества с правами юридического лица. Организация признается *дочерней*, если основное АО в силу преобладающего участия в ее капитале либо в соответствии с заключенным между ними договором имеет возможность определять решения в ней. Дочернее общество не отвечает по долгам основного общества, но основное общество отвечает солидарно с дочерним обществом по сделкам, заключенным последним во исполнение его указаний.

Общество признается *зависимым*, если другое общество имеет более 20% его голосующих акций.

¹ *Котировка* (от фр. *coter* – нумеровать, метить) – определение курсов иностранных валют, ценных бумаг (акций и облигаций) или цен товаров на бирже.

Общество может быть *открытым* или *закрытым*, что отражается в уставе и фирменном наименовании. *Открытое АО (ОАО)* может проводить открытую или закрытую подписку на акции и осуществлять их свободную продажу. Число акционеров в таком АО не ограничено. *Закрытым АО (ЗАО)* признается общество, акции которого распределяются только среди заранее определенного круга лиц. По законодательству РФ число акционеров ЗАО не должно превышать 50 человек. Минимальный уставный капитал ОАО должен составлять не менее 1000-кратной суммы минимального размера оплаты труда (МРОТ), установленного федеральным законом на дату регистрации общества, а закрытого общества — не менее 100-кратной суммы МРОТ.

Общество может быть *реорганизовано* в форме слияния, присоединения, разделения, выделения и преобразования. *Слиянием* обществ признается возникновение нового общества путем передачи ему всех прав и обязанностей двух или нескольких обществ с прекращением их у последних. Этот процесс закрепляется договором о слиянии, утверждаемым на общем собрании акционеров. *Присоединением общества* признается прекращение прав и обязанностей одного или нескольких обществ и передача их другому на основании договора о присоединении. *Разделением общества* считается прекращение его прав и обязанностей и передача их вновь создаваемым обществам по разделительному балансу. *Выделением общества* называется создание одного или нескольких обществ с передачей им прав и обязанностей реорганизуемого общества без прекращения прав и обязанностей последнего, в соответствии с разделительным балансом. Общество может быть *преобразовано* в общество с ограниченной ответственностью или производственный кооператив по решению общего собрания акционеров в соответствии с передаточным актом.

Производственным кооперативом (артелью) признается добровольное объединение граждан, образованное для совместной хозяйственной деятельности. Главное отличие производственного кооператива от АО состоит в том, что создание и деятельность кооператива (артели) основаны на личном трудовом и ином участии и объединении имущественных паевых взносов его членов. Кооператив является юридическим лицом — коммерческой организацией, имеет фирменное наименование.

Кооператив образуется исключительно по решению его учредителей. Согласно российскому законодательству, число членов кооператива не может быть менее пяти. Членами кооператива могут быть граждане Российской Федерации, иностранные граждане, лица без гражданства, а также юридические лица. Уставом определяются характер и порядок трудового и иного участия членов кооператива в его деятельности, их ответственность за нарушение обязательств по личному трудовому и иному участию. В этом документе устанавливаются порядок распределения прибыли и убытков кооператива, размер и условия субсидиарной ответственности членов кооператива по его долгам. Уставом регламентируются порядок выплаты стоимости пая или выдачи соответствующего имущества лицу, прекратившему членство в кооперативе, а также порядок вступления в кооператив новых членов. Паевым взносом могут быть деньги, ценные бумаги, прочие материальные ценности и объекты интеллектуальной собственности. Имущество, находящееся в собственности кооператива, делится на паи его членов в соответствии с уставом. Уставом кооператива может быть установлено, что определенная часть принадлежащего кооперативу имущества составляет неделимый фонд кооператива, используемый в целях, определяемых уставом кооператива. Имущество, составляющее неделимый фонд кооператива, не включается в паи членов кооператива. На указанное имущество не может быть обращено взыскание по личным долгам члена кооператива. Член кооператива вправе по своему усмотрению выйти из кооператива. В этом случае ему должна быть выплачена стоимость пая или выдано имущество, соответствующее его паю, а также осуществлены другие выплаты, предусмотренные уставом кооператива. Член кооператива с согласия других членов вправе передать свой пай или его часть другому члену кооператива или гражданину, не являющемуся членом кооператива. В этом случае члены кооператива обычно пользуются преимущественным правом покупки такого пая (его части).

Народные предприятия — очень интересная правовая форма фирмы. Идея состоит в том, что отношения наемного труда и капитала заменяет партнерство. Помимо выплаты тарифных ставок и окладов работники получают процент от дохода предприятия в зависимости от количества принадлежащих им паев (акций) и трудового вклада. Так как основным действующим лицом в экономических отно-

шениях является человек или домашнее хозяйство, то создание народных предприятий ведет к улучшению социального климата. По сути, такая организационная форма представляет собой некую комбинацию производственного кооператива и АО.

Идея привлечения трудящихся к управлению предприятием в целях создания заинтересованности в повышении эффективности производства родилась довольно давно. Любопытно, что К. Маркс и Ф. Энгельс рассматривали акционирование капиталистических предприятий как «упразднение капитала в рамках самого капиталистического производства». Маркс в письме Энгельсу охарактеризовал акционерный капитал как «самую совершенную форму, подводящую к коммунизму»¹. По всей вероятности, впервые система привлечения рабочих к участию в прибылях организации была применена на каменноугольных копях фирмы «Г. Бригс, сын и К» в Западном Йоркшире. Определенная часть прибыли отдавалась рабочим и распределялась среди них пропорционально годовому заработку². Затем предпринимались попытки не только привлекать рабочих к участию в прибылях, но и наделять их определенными правами в сфере управления обществом. Так, во Франции сначала появился Закон от 26 апреля 1917 г., предусматривавший создание акционерных обществ с рабочим участием, а затем — целый ряд нормативных актов, преследовавших аналогичные цели³. Идея привлечения рабочих к участию в управлении акционерным обществом получила развитие в законодательстве Германии. Она сводится главным образом к возможности рабочих оказывать влияние на решения, принимаемые наблюдательным советом, посредством участия в его деятельности. В США было разработано несколько механизмов формирования так называемой собственности работников. Появился термин «коллективный капитализм». Широкое распространение получила программа развития «акционерной собственнос-

¹ *Маркс К.* Сочинения : в 39 т. / К. Маркс, Ф. Энгельс. 2-е изд. М. : Государственное издательство политической литературы, 1955—1981. Т. 29. С. 254.

² *Тотомиани В.* Примирение труда с капиталом (Участие в прибыли и коопартнершип) / В. Тотомиани. Берлин : Книгоиздательство «Слово», 1923. С. 27—31.

³ *Кулагин М. И.* Государственно-монополистический капитализм и юридическое лицо / М. И. Кулагин. М. : Статут, 1997. С. 87—91.

ти рабочих» ESOP (Employee Stock Ownership Plan)¹, в рамках которой при государственной поддержке происходит учреждение доверительного фонда, являющегося держателем акций общества. В 1974 г. в США были официально одобрены планы создания предприятий, акциями которых владеют их же рабочие, а в 1986 г. была принята программа содействия этим предприятиям. Акции приобретаются за счет банковского кредита и по мере его погашения распространяются среди работников АО. Аналогичные организационно-правовые формы разработаны и в Великобритании. В России Государственной Думой был принят Федеральный закон от 19 июля 1998 г. № 115-ФЗ «Об особенностях правового положения акционерных обществ работников (народных предприятий)». Согласно этому закону, народные предприятия представляют собой разновидности ЗАО, имеют верхнее ограничение числа участников (не более 5 тыс. человек) и нижнее — не менее 51 человека. Однако ввиду недостаточной проработанности правовых вопросов этой формы предприятий их появление в России пока не получило должного развития.

Унитарным предприятием в соответствии с Федеральным законом от 14 ноября 2002 г. № 161-ФЗ «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях» признается государственная или муниципальная коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Назовите основные критерии классификации фирм.
2. Для чего нужна ограниченная ответственность?
3. Что понимают под юридическим лицом?
4. Зачем предприятиям объединяться?
5. Может ли страна быть народным предприятием?
6. Что такое горизонтальная и вертикальная интеграция?
7. Дайте определение понятию «отрасль».
8. Каковы основные правовые формы коммерческих предприятий?
9. Что такое холдинг конгломеративного типа?
10. В чем состоят экономические задачи политических организаций?

¹ Описание данной программы на английском языке — <http://www.esopassociation.org/>; на русском — <http://www.duma.gov.ru/sobstven/analysis/corporation/1005usa.htm>.

1.4. Основы управления фирмой

1.4.1. Основные сведения

Как было указано в п. 1.2, фирма создается в целях получения прибыли посредством создания благ. Для достижения этой цели необходимо правильно управлять предприятием. Смысл термина «управление» заключается в том, что это процесс целенаправленного воздействия на что-либо или кого-либо. Именно в этом смысле говорят, что управляют автомобилем, семьей, фирмой, армией или государством. При этом осуществляется целенаправленное воздействие на них. Иногда можно услышать, что термины «управление» и «менеджмент» — это синонимы, однако это не так, их отличие состоит в следующем.

Менеджмент — это целенаправленное воздействие на людей в процессе экономических отношений, т.е. в процессе производства, обмена и распределения благ. Именно аспект *экономических отношений* следует подчеркнуть особо.

Оказание целенаправленного воздействия на людей предусматривает циклические действия, связанные с выявлением проблем, разработкой, принятием решений и организацией их выполнения. В результате управляемый объект приводится в желаемое состояние. Для этого необходимо ясно представлять себе свои действия и создать условия для совместной деятельности. Нужно, чтобы люди знали, что от них требуется, как им действовать и в чем будет заключаться их интерес. Для этого необходима система управления как порядка выполнения и наличия необходимого механизма осуществления этих действий. Подробно вопросы менеджмента рассматриваются в курсе «Теории управления» и ему подобных. Для целей нашего курса рассмотрим основные положения.

Функции — это совокупность существенных свойств системы, обуславливающих ее способность совершать действия.

Подходов к классификации функций достаточно много. Впервые их состав был установлен основателем классической административной школы управления А. Файолем в 1916 г. Это пять логически связанных между собой видов деятельности: предвидение и разработка политики; построение организационной структуры; распоряительство; коор-

динирование; контроль и регулирование. В процессе дальнейших разработок состав функций управления неоднократно пересматривался представителями разных управленческих школ. Но в целом большинство ученых придерживаются процессного подхода, предложенного А. Файолем. Согласно этому подходу, выделяется пять основных функций управления. Помимо классических (планирование, организация, мотивация, контроль) к ним все чаще добавляются координация, а также прогнозирование и анализ. Эти функции являются взаимосвязанными в процессе любого управления людьми.

1.4.2. Планирование

Для того чтобы воздействие на людей привело к желаемому результату, необходимо заранее разработать систему мероприятий, которые должны быть проведены в определенной последовательности. Именно по этой причине первым в цепи функций управления является планирование.

План — это заранее разработанная система мероприятий, определяющая последовательность их проведения для достижения намеченной цели. Таким образом, **планирование** — это процесс выработки целей и разработки системы мероприятий для их достижения. Составление обоснованного плана предусматривает анализ, прогнозирование и целеполагание.

Анализ. Для того чтобы правильно поставить цели и разработать мероприятия, план должен обосновываться обширными исследованиями и фактическими данными. Фирма должна постоянно заниматься сбором и анализом огромного количества информации об отрасли, рынке, конкуренции и других факторах, чтобы эффективно конкурировать в сегодняшнем мире бизнеса. Анализ служит исходной точкой прогнозирования, планирования, управления экономическими объектами и протекающими в них процессами. В результате анализа производится разложение экономических процессов и явлений на составные части, элементы, выявляется сущность, закономерности, тенденции экономических и социальных процессов, хозяйственной деятельности на всех уровнях (в стране, регионе, на предприятии, в частном бизнесе, семье). Это позволяет обосновывать с научных позиций управленческие решения, способствует выбору лучших вариантов действий. *Ретроспективный анализ* представ-

ляет собой изучение сложившихся в прошлом тенденций. *Перспективный анализ* направлен на изучение будущего.

Прогнозирование. Как показывает практика, прежде чем поставить цели, необходимо предусматривать возможные изменения условий, т.е. нужно знать, *что может быть*. На этот вопрос отвечает прогноз.

Прогноз — это научное заключение о предстоящем развитии чего-либо. Именно научность — основной признак отличия прогноза от гадания (на картах, кофейной гуще и т.п.). Очевидно, что для достижения цели необходимо проводить прогнозные исследования и на их основе составлять план и его альтернативы с учетом возможных отклонений. В основном применяются статистические методы прогнозирования, а также методы экспертных оценок. Научная дисциплина, изучающая общие принципы и методы прогнозирования развития объектов любой природы, закономерности процесса разработки прогнозов, называется *прогностикой*. Как наука прогностика сформировалась в 1970—1980-е гг.

Целеполагание. Цель фирмы — это результаты, которых стремится достичь фирма. Современный менеджмент предполагает формулировку целей исходя из миссии фирмы. Под миссией понимают основную главную идею существования фирмы или организации, ради которой она и создана. Например, миссия фирмы *McDonald's* — «Быстрое, качественное обслуживание клиентов с помощью стандартного набора продуктов»; миссия фирмы *Mary Kay* — «Украшать жизнь женщин во всем мире»; миссия «Красного Креста» — «Защищать незащищенных»; миссия компании *3M* — «Решать нерешенные проблемы инновационно». Исходя из миссии, фирма определяет цели как долго-, так и краткосрочные. Чаще всего для этого составляется схема-граф, который называется *деревом целей*.

Название «дерево целей» связано с тем, что схематически представленная совокупность распределенных по уровням целей напоминает по виду перевернутое дерево. Представление целей начинается с верхнего яруса, дальше они последовательно разукрупняются. Причем основным правилом разукрупнения целей является полнота: каждая цель верхнего уровня должна быть представлена в виде подцелей следующего уровня исчерпывающим образом, т.е. так, чтобы объединение понятий подцелей полностью определяло понятие исходной цели. Пример построения фрагмента дерева целей представлен на рис. 1.2.

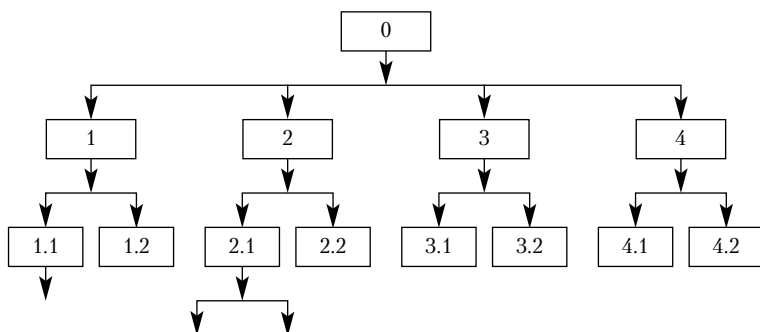


Рис. 1.2. Пример построения дерева целей:

0 — главная цель — повысить производительность труда; 1 — изменить материальное стимулирование; 1.1 — совершенствовать системы и формы оплаты; 1.2 — совершенствовать систему премий и штрафов; 2 — создать систему морального стимулирования; 2.1 — создать ощущение причастности к коллективу; 2.2 — создать у работников ощущение стабильности и защищенности; 3 — изменить плановые нормы выработки; 3.1 — сделать «фотографии» рабочего дня; 3.2 — изменить организацию подготовительного и заключительного времени; 4 — внедрить новые технологии; 4.1 — заменить оборудование; 4.2 — произвести переобучение работников

Так как система — это порядок, обуславливающий единство, то должна быть продумана последовательность проведения этих мероприятий по датам и исполнителям. План определяет то, *что должно быть*. После процедуры целеполагания необходимо разработать систему мероприятий, осуществление которых приведет к достижению целей.

Обобщение опыта хозяйственной практики позволило сформулировать теоретические основы для разработки оптимальных планов. Существуют две основные системы планирования — директивная и индикативная.

Директивная (от лат. *directio* — направление) — система, основанная на прямых указаниях и распоряжениях руководства по большинству мероприятий.

Индикативная (от лат. *indicator* — указатель, показатель) — система, при которой руководством разрабатываются основные плановые показатели. Планирование мероприятий по достижению этих показателей делегируется исполнителям.

В зависимости от вида бизнеса и стиля хозяйственного руководства менеджеры используют ту или иную систему планирования.

Принципы планирования. В число таких принципов входят:

1) *научность*. В экономических отношениях много здравого смысла. Однако любое решение, которое принимается

специалистами-менеджерами или экономистами, должно быть основано на экономических законах. Удачливость некоторых бизнесменов, не получивших специального образования, говорит не о том, что решения принимаются исходя из здравого смысла, а о способности этих бизнесменов интуитивно «улавливать» экономические закономерности;

2) *единство экономического и политического подходов*. Очевиден тот факт, что на экономические отношения оказывают влияние политические решения. С другой стороны, политика — это концентрированное выражение экономики, поэтому в основе политических решений всегда лежат отношения по поводу благ;

3) *непрерывность*. Суть этого принципа состоит в том, что процесс производственно-хозяйственной деятельности нуждается в постоянной корректировке тактических плановых заданий. Соблюдению этого принципа способствует перекрытие плановых горизонтов;

4) *комплексность*. Данный принцип заключается в необходимости планирования системы мероприятий, всесторонне охватывающих производственно-хозяйственную деятельность. Соблюдать этот принцип позволяют разработанные и опробованные в течение десятилетий методики планирования;

5) *сбалансированность и пропорциональность*. Этот принцип вытекает из предыдущего. Если комплексность обеспечивает всеохватность плана, то сбалансированность и пропорциональность плана определяют необходимые количественные соотношения между сферами и масштабами деятельности подразделений и служб предприятия, требуемыми затратами и ресурсами.

Методы планирования. Исходя из определения планирования, методы планирования представляют собой способы разработки мероприятий и определения последовательности их проведения.

Балансовый метод — это метод разработки плановых мероприятий на основе соотнесения имеющихся и требуемых ресурсов.

Нормативный метод является методом разработки мероприятий на основе норм и нормативов¹, которые обусловлены

¹ *Норма* (эконом.) — максимально допустимая величина абсолютного расхода ресурса на единицу или на объем продукции.

Норматив (эконом.) — относительная величина использования ресурса в пересчете на единицу продукции.

юридическими законами, законами природы, национальными и культурными традициями, климатическими условиями и т.п.

Программно-целевой метод предполагает разработку системы мероприятий исходя из поставленной цели, например строительство дома или электрификация России. Временной промежуток, необходимый для осуществления этих мероприятий, не обязательно кратен календарным периодам. Система мероприятий для достижения цели получила название *программы*.

Аналитический метод подразумевает разработку плановых мероприятий на основе выявленных в процессе анализа тенденций развития и экстраполяции, т.е. переноса этих тенденций в будущее. В экономике применяется большая группа методов анализа: графический, факторный, корреляционный, кластерный, морфологический, системный, структурный, функционально-стоимостной и т.д.

Экономико-математический метод предусматривает разработку мероприятий и последовательности их проведения на базе математических моделей, которые выражают зависимость между экономическими категориями в виде формул. Модели, в формулах которых используются знаки сложения и вычитания, называют *аддитивными*, а модели, при составлении формул которых используются знаки умножения, — *мультипликативными*.

В зависимости от целей и средств, которые предполагается использовать при выполнении плана, выделяют различные виды ориентации плановой работы:

- *реактивная* — представляет собой разработку системы мероприятий, ориентированной на прошлое состояние фирмы;
- *инактивная* — означает ориентацию системы мероприятий на сохранение существующего, текущего состояния дел;
- *преактивная* — предусматривает ориентацию системы мероприятий на изменение внешних условий;
- *интерактивная* — состоит в разработке системы мероприятий с расчетом на использование внутренних ресурсов.

Очевидно, что при составлении комплексного плана в различных сферах деятельности предприятия используются различные виды ориентации плановой работы.

В зависимости от целей и задач, которые ставятся перед системой мероприятий, различают долгосрочные (стратегические), краткосрочные (тактические), оперативно-календарные (текущие), а также бизнес-планы.

Долгосрочные, или стратегические, планы разрабатываются для того, чтобы определить основные направления развития фирмы. В них определяются ключевые показатели.

Краткосрочные, или тактические, планы разрабатываются на основе долгосрочных. Ключевые показатели стратегических планов выступают в них как цели.

Оперативно-календарные, или текущие, планы определяют необходимые мероприятия и задачи текущей работы вплоть до сменного и суточного задания.

Временные горизонты описанных планов зависят от вида бизнеса. Так, годовой план для атомной электростанции является текущим, а для коммерческого киоска — стратегическим.

Бизнес-план — это деловой план. «Бизнес» дословно переводится как «дело». С этой точки зрения любой из рассмотренных выше планов является бизнес-планом, однако в хозяйственной практике под бизнес-планом понимается документ, в котором приводится технико-экономическое обоснование предполагаемой деятельности. Бизнес-план предоставляется в банк или предполагаемому инвестору и в нем, наряду с плановыми мероприятиями, приводятся результаты анализа.

1.4.3. Организация

Работа предприятия разделяется на составляющие части, выполняется различными работниками — от исполнителей до руководителей высшего звена. Для реализации мероприятий необходимо организовать работу сотрудников, указать их права и обязанности, определить степень ответственности, подчиненность и т.д. Для этого нужно четко и ясно представлять себе, как управленческая информация будет «циркулировать» внутри предприятия от руководителя до подчиненных и обратно, т.е. следует *организовать* деятельность. Здесь термин «организация» употребляется в другом смысле, нежели в п. 1.2. Под *организацией управления* понимается внутренняя упорядоченность и согласованность элементов, процессов и действий между элементами системы. Для обеспечения этой согласованности разрабатываются организационные структуры управления. *Структура* — это строение, устройство системы, которое обеспечивает осуществление функций.

Различают иерархические и органические типы структур управления.

Иерархическая, или *бюрократическая*, *структура управления* содержит следующие принципиальные положения:

- иерархичность управления, при которой низший уровень подчиняется и контролируется вышестоящими органами;
- наличие формальных правил и норм, которые обеспечивают однородность выполнения менеджерами своих задач и обязанностей;
- четкое разделение труда, следствием которого является необходимость использования квалифицированных специалистов на каждой должности.

Иерархический тип структуры имеет много разновидностей: линейные, функциональные, дивизионные, линейно-функциональные. Линейно-функциональная структура — одна из самых распространенных во всем мире. Основу линейно-функциональных структур составляет так называемый «шахтный» принцип построения и специализация управленческого процесса по функциональным подсистемам организации (маркетинг, производство, исследование и разработки, финансы, персонал и др.). По каждой из них формируется иерархия служб. Результаты работы каждой службы аппарата управления организацией оцениваются показателями, которые характеризуют выполнение ими своих целей и задач.

Органический тип структур управления назван так потому, что их главной особенностью является гибкость, адаптивность и способность сравнительно легко менять свою форму, приспосабливаться к новым условиям. Разновидностями этого типа структур являются проектные, матричные, программно-целевые, бригадные формы организации управления.

Организационная структура управления зависит от размера предприятия, отрасли, номенклатуры и ассортимента выпускаемой продукции и т.д. В любом случае организационная структура управления должна позволять фирме оптимально взаимодействовать с внешней и внутренней средой и наиболее эффективно достигать поставленных целей.

Опыт показал, что иерархические структуры управления наиболее эффективны там, где аппарат управления выполняет рутинные, часто повторяющиеся и редко изменяющиеся действия и задачи. Но в реальных условиях этого нет, возникает неадекватность реакции системы управления на

требование внешней среды. В этих случаях чрезмерная централизация и иерархичность управления зачастую не позволяют принимать оперативные решения. Многочисленные согласования увеличивают срок принятия решения, отсутствие необходимых исполнителям полномочий снижает эффективность деятельности фирмы. В этом случае требуется применять организационную структуру.

1.4.4. Мотивация

Мотивация представляет собой процесс побуждения людей к деятельности для достижения целей фирмы. Сегодня термин «мотивация» понимается разными учеными по-разному (впервые его употребил в своей статье А. Шопенгауэр). Мотивация тесно связана со стимулированием, и основное различие между ними заключается в том, что для осознания мотива требуется внутренняя работа. Поэтому мотивация — это внутреннее побуждение к деятельности. Стимулирование деятельности — это прежде всего внешнее побуждение, влияющее на поведение человека в сфере труда, материальная оболочка мотивации персонала. Создание систем мотивации и стимулирования работников фирмы — основа работы менеджеров.

Современные теории мотивации делятся на две категории: содержательные и процессуальные.

Содержательные теории основаны на определении потребности человека. Наиболее популярными из них являются: иерархия потребностей по А. Маслоу; двухфакторная теория Ф. Герцберга; теория трех потребностей Д. Мак-Клелланда, а также теории, которые исходят из определенного «образа» работника, его потребностей и мотивов, например «ХУ-теория» (автор Д. Мак-Грегор) и теория У. Оучи.

Процессуальные теории базируются на элементах психологии в поведении людей. К теориям этого типа относят теорию трудовой мотивации Д. Аткинсона, теорию справедливости С. Адамса, теорию мотивации В. Врума, теорию Портера — Лоулера, теорию 12 факторов Ричи и Мартина.

1.4.5. Контроль

Контроль представляет собой процесс обеспечения достижения фирмой своих целей и как функция управления обеспечивает обратную связь в процессе управления.

Для обеспечения контроля необходима установка стандартов, измерение достигнутых результатов и проведение корректировок, если достигнуты результаты, отличающиеся от установленных стандартов. Обычно контроль можно разделить на предварительный (входной), текущий и заключительный.

Предварительный (входной) контроль осуществляется до начала процесса работы.

Текущий контроль производится непосредственно в ходе проведения работ и повседневной деятельности фирмы. При этом обязательно необходима обратная связь между подразделениями и верхним управленческим эшелоном фирмы для обеспечения ее успешной деятельности.

Заключительный контроль выполняется после того, как работа закончена. Он дает информацию руководителю фирмы для оптимального планирования и осуществления в дальнейшем аналогичных задач.

Очевидно, что процесс контроля предполагает наличие системы учета как составной части управления. Сущность этого процесса состоит в фиксации состояния и параметров, сборе и накоплении сведений об экономических объектах и процессах, отражении этих сведений в учетных документах. Как правило, в современных фирмах, наряду с бухгалтерским и налоговым учетом, создается собственная система управленческого учета. Собранные сведения позволяют производить корректирующее воздействие на протекающие процессы с целью поддержания их на определенном уровне или предотвращения, подавления неблагоприятных явлений. Иногда это корректирующее воздействие называют еще одной функцией управления — регулированием.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Почему водителя трамвая, несмотря на то что он управляет трамваем, не называют «менеджером трамвая»?
2. Каковы основные функции управления?
3. В чем состоит отличие менеджмента от управления?
4. Что такое план? Чем план отличается от прогноза?
5. Какие основные принципы планирования вам известны?
6. Приведите пример применения балансового и нормативного методов планирования в семье.
7. Чем мотивация персонала отличается от стимулирования?
8. В чем заключается разница между контролем и надзором?

1.5. Организационная и производственная структура фирмы

Для того чтобы рассмотренные функции управления осуществлялись, фирма, как любая система, должна быть определенным образом устроена. Это устройство, или структура, предполагает выделение отдельных подразделений или элементов системы. Функционально на предприятии выделяются подразделения по критерию профессионально-отраслевого разделения труда, которые выполняют планово-экономические, учетно-статистические, коммерческие, инженерно-технологические, расчетно-аналитические, оперативно-производственные, кадровые и другие функции. Структурно для выполнения этих функций выделяются рабочие места, участки, цеха, отделы, управления. Количество структурных подразделений на предприятии зависит от его отраслевой принадлежности и размера. В общем случае на малых и даже средних предприятиях перечисленные функции организации и управления интегрируются, как правило, директором. Однако по мере роста масштаба производства и его диверсификации директор уже физически не в состоянии подготавливать и принимать решения по всем вопросам, касающимся деятельности предприятия. Поэтому часть своих полномочий он передает заместителям или руководителям вновь создаваемых структурных подразделений. Так, на предприятиях выделяются заместители по отдельным видам работ. Согласно нормам управляемости, таких заместителей не должно быть больше семи. В зависимости от масштаба и степени диверсификации производства указанные функции могут дробиться и выполняться значительно большим числом отделов, подотделов, секций и лабораторий.

Очевидно, что последовательность выполнения процессов труда требует специализации. Даже при выпечке печенья производственный процесс будет отличаться на маленькой пекарне и крупном заводе. Чем больше масштаб производства, тем выше степень специализации подразделений фирмы. Если на микро- и малых предприятиях организация производства не представляет особой сложности, то при укрупнении предприятия происходит увеличение численности работающих и эффективное управление их деятельностью из единого центра становится затруднительным. Возрастающий объем работы вынуждает организовать управление технологическими процессами при помощи специалистов

различного профиля, поэтому на предприятии могут быть выделены *подразделения*, выполняющие определенный круг функций, а если предприятие достаточно велико, то эти подразделения могут быть выделены и организационно.

Подразделения предприятия, их состав, распределение функций между ними формируют **производственную структуру предприятия**.

С учетом специфики выполняемых работ выделяют две группы производственных подразделений предприятия: основного производства и обслуживающие.

Подразделения основного производства выполняют работы, непосредственно связанные с изготовлением продукции (услуги). Такие подразделения в промышленности принято называть *основными цехами*. К подразделениям основного производства относятся также и *вспомогательные производства* (цеха), которые обслуживают своей продукцией и услугами основные цеха: подразделения по ремонту оборудования, изготовления инструментов, оснастки, обеспечения электрической и тепловой электроэнергией и др.

Обслуживающие подразделения обеспечивают нормальную деятельность всех структурных подразделений предприятия. Их еще называют *подразделениями внутрипроизводственной инфраструктуры*. В составе этой группы можно выделить подразделения складского хозяйства, внутрипроизводственного транспорта и связи и, наконец, группу подразделений, обслуживающих социально-бытовые нужды работников.

Основным производственным звеном предприятия обычно является цех. От работы цехов полностью зависят результаты деятельности всей фирмы.

Под **цехом** понимается помещение, оснащенное станками, другим оборудованием, предназначенное для выполнения определенных работ (слесарный, столярный, сборочный цеха), а также коллектив людей, которые выполняют определенную работу.

На крупных и средних предприятиях может быть несколько десятков цехов, на малом — ни одного. Руководит работой цеха *начальник цеха*, в задачу которого входит организация выполнения получаемых от руководителей фирмы производственно-технических заданий по своевременному и качественному изготовлению закрепленной за цехом про-

дукции. Начальники вспомогательных и обслуживающих цехов организуют бесперебойное обслуживание основных производственных цехов.

На крупных предприятиях в отдельных цехах может быть сосредоточено до 2–3 тыс. работников, поэтому функциональные подразделения цехов по характеру работы и составу специалистов зачастую напоминают структуру среднего по размеру предприятия. В этих случаях выделяются основные и вспомогательные участки. Начальники участков или мастера осуществляют главным образом оперативное управление производством и персоналом на подведомственном участке.

При производственной необходимости внутри участков выделяются коллективы рабочих одинаковых или различных профессий, совместно выполняющих единое производственное задание и несущих общую ответственность за результаты работы — **бригады**.

Руководят бригадой *бригадиры*, которые получают задания от мастера, распределяют их среди рабочих, организуют выполнение заданий, т.е. представляют собой нижний уровень менеджмента. В зависимости от применяемой формы разделения и кооперации труда, а также профессионального состава рабочих, бригада может быть специализированной или комплексной.

Специализированная бригада состоит из рабочих одной профессии, выполняющих однородные технологические процессы, например бригада формовщиков в литейном цехе или бригада сборщиков в сборочном цехе.

Комплексная бригада организуется из рабочих различных профессий для выполнения комплекса технологически разнородных работ, объединяемых общностью предмета труда или орудия труда. В составе комплексных бригад могут быть организованы специализированные звенья по выполнению отдельных процессов или операций.

Основной пространственной производственной ячейкой является рабочее место.

Под **рабочим местом** понимается часть пространства, приспособленная для выполнения работником своего производственного задания.

Для этого рабочее место должно быть оснащено основным и вспомогательным оборудованием (станки, механизмы, агрегаты, инструмент, измерительные приборы, средства, обеспечивающие безопасность труда, защитные устройства, улучшающие санитарно-гигиенические условия работы, энергетические установки, коммуникации, верстаки, инструментальные тумбочки, стеллажи, шкафы, стулья, кресла и т.д.). Очевидно, что требования к оснащению рабочего места генерального директора и работника конвейера будут значительно отличаться. Поэтому при организации рабочего места учитываются антропометрические данные, выводы научной организации труда, рекомендации физиологии, психологии и гигиены и т.д. Современное рабочее место должно обеспечивать повышение производительности труда работника и сохранение его здоровья.

Состав и количество подразделений на фирме зависит не только от масштаба предприятия, но и от отрасли. Представьте себе, насколько отличается производственный процесс, например выпечки булочек, выплавки стали, производства художественного фильма или выращивания картофеля. Для классификации процессов производства применяются различные критерии.

По степени непрерывности производственные процессы делятся на дискретные (прерывные) и непрерывные. *Дискретный процесс* предусматривает перерывы при изготовлении продукции в течение как рабочего дня, так и суток, например в магазине или на швейной фабрике. При *непрерывном процессе* производства такие паузы невозможны иногда в течение многих дней, например на атомной электростанции или при выплавке стали. Остановка оборудования может производиться только после окончания процесса.

По масштабу производства различают массовый, серийный и единичные типы производства. Степень специализации и масштаб производства определяют тип организации производства.

Массовый тип производства характеризуется узкой номенклатурой продукции и значительным объемом производства в течение продолжительного периода времени, например бытовой техники, продовольственных товаров. В этом случае возможно применение высокопроизводительного оборудования и поточный метод организации производства. Такой тип производства распространен на крупных предприятиях.

Серийное производство имеет три градации — массовое (крупносерийное), серийное, мелкосерийное. Особенность этого типа производства состоит в том, что продукция изготавливается периодически повторяющимися партиями — сериями.

Единичное производство отличается индивидуальным методом организации производства, поскольку продукция изготавливается в единственном экземпляре или малой и неповторяющейся партией. Например, изготовление космической станции, турбин для электростанций, коллекционных ювелирных украшений.

Разделение труда предприятия является одним из факторов построения производственной структуры, оно определяет специализацию подразделений. С этой точки зрения выделяются: *предметная специализация*, которая выражается в сосредоточении производства отдельных видов продукции на данном предприятии, например прядильное производство, изготавливающее пряжу на ткацкой фабрике; *подetailная специализация*, при которой в отдельных подразделениях сосредоточивается производство только части или детали изделия; *стадийная*, или *технологическая, специализация*, при которой осуществляются лишь определенные стадии (фазы) технологического процесса, например литейные, кузнечно-прессовые и сборочные цеха машиностроительного предприятия. Исходя из перечисленных форм специализации, может осуществляться и формирование состава и структуры производственных подразделений предприятия. В ряде случаев наиболее целесообразной оказывается смешанная производственная структура, в рамках которой сочетаются подразделения, выделенные как по технологическому, так и по предметному типу специализации. Например, на том же машиностроительном предприятии производственная структура, построенная с учетом технологической специализации, может быть дополнена подразделениями, специализирующимися на производстве потребительских товаров, изготовленных из отходов, образуемых в основном производстве. На крупных транспортно-логистических предприятиях могут выделяться подразделения авиационных, автомобильных, морских и других перевозок. На практике встречаются и производственные структуры, ориентированные в основном на определенные группы клиентов. Такая ситуация возможна, если речь идет о крупных торгово-посреднических предприятиях либо о промышлен-

ных многоотраслевых концернах, если производство в них ориентировано на интересы совершенно различных групп потребителей.

Разумеется, выбор той или иной разновидности производственной структуры предприятия целиком определяется спецификой его деятельности. Так, для малых предприятий характерна наиболее простая структура, а иногда и отсутствие четко выделенных структурных подразделений. Если же предприятие первоначально создается для производственной деятельности, то по мере его развития все более необходимой становится диверсификация производства, которая потребует изменения производственной структуры предприятия в направлении более органичного сочетания в ней как предметного, так и технологического типов специализации.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Что такое цех?
2. Что понимают под производственной структурой предприятия?
3. Что такое бригада?
4. Какие основные типы производственных процессов вы знаете?
5. К какому типу относится производство мужской обуви, женской одежды и международной космической станции?
6. Что такое рабочее место?
7. Выделите основные структурные и функциональные подразделения в ближайшем супермаркете.
8. К какому виду специализации относится разделение деятельности почты по доставке писем, бандеролей, посылок, крупногабаритных грузов?

1.6. Понятие эффективности деятельности фирмы

Понятие эффективности является едва ли не самым важным в экономической теории и практике. Вряд ли кто-то будет сомневаться в том, что каждый предприниматель заинтересован в эффективном ведении хозяйства, поэтому чрезвычайно важно выяснить суть категории «эффективность».

Слово «эффект» происходит от лат. *effectus* — результат, действие. Например, когда говорят, что кто-то совершил эффективный поступок или такой-то человек эффективный, подразумевают, что поступок или человек произвел впечатление, т.е. получен результат. Однако характеризуя любую деятельность или действие, важно знать не только результат, но и то,

какой «ценой» этот результат был достигнут, т.е. необходимо оценить действенность усилий или результативность используемых ресурсов или затрат.

Эффективность — это соотношение между результатом и затратами или ресурсами, которые этот результат вызвали или обусловили.

В зависимости от того, какие показатели¹ затрат и особенно — какие показатели результатов принимаются во внимание, говорят об экономической, социально-экономической, институциональной, социальной, экологической эффективности. Однако вокруг этих понятий ведутся активные дискуссии.

Наиболее распространенное толкование смысла *экономической эффективности* — это получение максимума возможных благ от имеющихся ресурсов. При этом подразумевается, что результат и (или) затраты выражаются в денежной форме. «Эффективность имеет место тогда, когда общество не может увеличить выпуск одного блага, не уменьшая при этом выпуска другого. Эффективная экономика лежит на грани производственных возможностей»². Такая трактовка вытекает, по-видимому, из понятия экономической эффективности, которое предложил итальянский экономист Вильфредо Парето (1848–1923). Решая оптимизационную задачу производства и распределения товаров на рынке при ограниченности ресурсов, Парето пришел к выводу, что существует такое состояние рынка, при котором никто не может улучшить свое состояние, не ухудшая положения хотя бы одного из участников рынка. Подобное определение эффективности часто называют оптимумом Парето, оптимальностью по Парето, Парето-оптимальным состоянием. В теории ведутся активные дискуссии по поводу толкования терминов «эффективность», «результативность», «экономичность». Так, эффективность того или иного способа достижения результата в контексте коэволюционного подхода не всегда должна означать его наименьшую затратность. Например, если не строить очистные сооружения на химическом заводе, то производство продукции, несомненно, будет обходиться дешевле, чем если их строить. Однако с тем, что это эффективный способ производства, скорее всего не согла-

¹ Показатель — это отражение состояния чего-либо.

² Самуэльсон П. А. Экономика / П. А. Самуэльсон, В. Д. Нордхаус. 15-е изд. / пер. с англ. М. : Бинوم : КноРус, 1997. С. 55.

сятся жители, купающиеся в реке, в которую этот завод сбрасывает отходы. Или, затратно и хлопотно нанимать на работу женщин, имеющих детей, или инвалидов и т.п. Так как целью фирмы является получение прибыли, то, естественно, именно стоимостные показатели результата и затрат являются доминирующими. Для того чтобы обеспечить необходимый социальный или экологический результат (эффект), органы власти должны таким образом построить систему регуляторов (стимулов, штрафов, налогов), чтобы, сопоставляя результаты с затратами в стоимостном виде, фирмы организовывали свою деятельность в нужном обществе направлении. В зависимости от того, каковы ценности (сформированные в сознании потребности) у руководителей и людей, работающих на фирме и в других организациях, фирмы будут стремиться к тому, чтобы разница между результатами и затратами была либо максимальной, либо оптимальной по Паретто.

Но вне зависимости от характера ценностей оценка успешности деятельности будет производиться путем соотношения результатов с затратами или ресурсами, которые этот результат обусловили. Сравнение можно выполнять следующими способами: логическим и математическим.

Логически сравнение производится в тех случаях, когда не представляется возможным оцифровать результаты или затраты (например, при определении эффективности ухода за девушкой), или применить математические действия для расчета показателя эффективности. Например, выражение «экономическая система развивается эффективно, если повышение благосостояния одного не привело к снижению благосостояния остальных», которая иногда трактуется как эффективность по Парето — это логический способ сравнения результатов с затратами.

Математически сравнение производится двумя способами.

1. *В виде разности между результатом и затратами.* Полученные показатели называются *абсолютными*, т.е.

Абсолютные показатели эффективности = Результаты – Затраты.

Например, прибыль определяется как разница между результатом — выручкой — и затратами на ее получение. *Экономия* — это абсолютный показатель эффективности, так как он определяется как разница между нормативным ресурсом и реальным уровнем затрат. Несмотря на то что в хозяйст-

венной практике прибыль и экономию называют *финансовым результатом*, по своей сути эти показатели являются абсолютными показателями эффективности, т.е. показывают разность между результатом и затратами.

2. *В виде математического отношения затрат и результатов*. Эти показатели называются *относительными*. Относительные показатели бывают прямыми и обратными.

Прямые показатели (показатели отдачи) отвечают на вопрос: сколько единиц результата получают с единицы затрат, т.е. какова отдача потребляемых ресурсов. Конструкция этих показателей выглядит следующим образом:

Прямые показатели, или показатели отдачи = $\frac{\text{Результаты}}{\text{Затраты}}$.

Обратные показатели (показатели емкости) отвечают на вопрос: сколько необходимо единиц затрат или ресурсов для получения единицы результата. Иными словами, позволяют судить о том, какова ресурсо- или затратноемкость единицы результата. Эти показатели определяются по формуле

Обратные показатели, или показатели емкости = $\frac{\text{Затраты}}{\text{Результаты}}$.
--

Конструкция показателей эффективности постоянна, а вот показатели результата, затрат и ресурсов выбираются исходя из целей исследования. Например, управляющего может интересовать, сколько единиц продукции приходится на 1 руб. затрат или сколько рублей готовой продукции производится одним работником. Можно использовать различные показатели как результатов, так и затрат. Или получение результатов может далеко отстоять по времени от момента осуществления затрат, тогда необходимо производить корректировку денежного выражения затрат или результатов с учетом, например, инфляции. Но в любом случае при определении эффективности предполагается соотнесение результата с затратами или ресурсами, которые этот результат вызвали или обусловили.

В производственно-хозяйственной деятельности для конструирования и определения показателей эффективности можно использовать мнемонический прием, предложенный профессором М. Н. Демченко, так называемую матрицу относительных показателей эффективности (матрица Демченко). Смысл ее заключается в том, что реквизитами матрицы, как по строкам, так и по столбцам, выступают одни и те же показатели результатов и затрат, выбор которых за-

висит от целей исследования. Показатели эффективности определяются в ячейках матрицы путем деления реквизита каждого столбца на реквизит строки.

Определение основных показателей производственно-хозяйственной деятельности в качестве примера представлено на рис. 1.3. В зависимости от целей анализа возможна любая детализация результатов и затрат. Матрица симметрична относительно главной диагонали. Это означает, что если показатели, расположенные выше главной диагонали, будут расти, то показатели, расположенные ниже главной диагонали, будут снижаться. Ниже главной диагонали расположены показатели отдачи, а выше — показатели, которые носят обратный характер, т.е. показатели емкости. Не все показатели в этой матрице имеют экономический смысл, однако, создав на предприятии компьютерную версию подобной матрицы, руководитель может отслеживать изменение эффективности в реальном режиме времени.

Довольно часто эффективность определяется как деятельность, направленная на получение максимума результатов при минимуме затрат. С точки зрения математики такое выражение некорректно, поскольку это означает, что результат должен стремиться к бесконечности, а затраты — к нулю, т.е. предлагается получить «все из ничего». В производственно-хозяйственной деятельности это трудноосуществимая задача, поэтому повышения эффективности добиваются двумя способами: достижением *максимума результата* при фиксированном объеме затрат; достижением *минимума затрат* при фиксированном объеме результата.

	Выпуск продукции (ВП)	Фонды (Ф)	Численность работающих (Ч)	Прибыль (ПР)	...
Выпуск продукции (ВП)	1	Ф/ВП	Ч/ВП	ПР/ВП	...
Фонды (Ф)	ВП/Ф	1	Ч/Ф	ПР/Ф	...
Численность работающих (Ч)	ВП/Ч	Ф/Ч	1	ПР/Ч	...
Прибыль (ПР)	ВП/ПР	Ф/ПР	Ч/ПР	1	...
...

Рис. 1.3. Матрица показателей эффективности

Конечно, это совсем не значит, что при увеличении объема продукции не надо разрабатывать мероприятия по снижению или, точнее, по оптимизации затрат. В этом случае для корректного определения эффективности необходимо привести показатели затрат и результатов в сопоставимый вид.

Таким образом, **эффективно управлять предприятием** — это значит целенаправленно воздействовать на людей в процессе производства благ, их распределения и обмена, добиваясь оптимального соотношения между результатами и затратами ресурсов. Для этого необходимо рассмотреть, что представляют собой результаты деятельности предприятия, его ресурсы и затраты и закономерности их формирования.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Что такое эффективность?
2. Какие способы определения показателей эффективности вы знаете?
3. Что такое абсолютные и относительные показатели эффективности?
4. Вы приобрели пакет телепрограмм на 1000 каналов, а смотрите максимум 20. Какова эффективность использования этого пакета?
5. Разработайте показатели эффективности обучения с позиции студента, преподавателя и руководства института.

Резюме к главе 1

1. Термином «экономика» в русском языке обозначают экономические отношения и экономическую науку, которая эти отношения изучает. Экономические отношения — это связи между людьми в обществе, возникающие по поводу производства, обмена и распределения благ, формированию потребностей и ценностей. Возникновение этих отношений обусловлено естественными причинами. Ключевым пунктом в этих отношениях является отношение людей к ценностям. Ценность — это существующее или сформированное в сознании человека (группы людей или всего человечества) отношение к потребностям.

2. Выполняя свою часть работы по преобразованию вещества планеты, люди образуют различного рода совокупности — организации, которые осуществляют процесс произ-

водства благ, обмена и распределения. Главной и основной организацией является семья или домашнее хозяйство, которое выступает как основной и конечный потребитель благ. Фирмой (предприятием) называется организация, созданная для производства благ в целях получения прибыли. Фирма (предприятие) — важнейший субъект экономических отношений, поскольку обмен и распределение возможны только при наличии произведенных товаров (изделий, работ или услуг).

3. В своем функционировании фирма взаимодействует с другими организациями: фирмами-конкурентами, потребителями, поставщиками, домашним хозяйством, а также с государственными органами, которые разрабатывают правила экономических отношений и обеспечивают их исполнение.

4. Достижение цели создания фирмы возможно лишь при эффективном управлении. Менеджмент — целенаправленное воздействие на людей в процессе экономических отношений. Это воздействие предполагает определение цели; разработку системы мероприятий, определяющей порядок и последовательность их проведения для достижения целей (планирование); разработку должностных инструкций и соподчиненности работников в процессе реализации плана (организация управления); создание для работников условий для внутреннего побуждения работника к эффективной работе (мотивация) и обеспечение контроля исполнения поставленных заданий.

5. Для осуществления функций управления предприятием и производства благ внутри предприятия выделяются отдельные подразделения — отделы, цеха, участки, бригады, рабочие места, которые образуют организационно-функциональную и производственную структуру предприятия.

6. Под эффективностью понимается соотношение между результатом и затратами или ресурсами, которые этот результат вызвали или обусловили. Для того чтобы осуществлять эффективное управление предприятием, необходимо воздействовать либо на результаты, либо на затраты или ресурсы. При этом максимальной эффективности можно достичь либо максимизировав результаты при фиксированном уровне затрат и ресурсов, либо минимизировав затраты и используемые ресурсы при фиксированном уровне результата.

Глава 2

РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОИЗВОДСТВЕННО–ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ

В результате изучения главы 2 студент должен:

знать

- что представляют собой показатели объема производства и особенности их применения в менеджменте;
- что такое качество продукции и особенности управления качеством продукции;
- что такое цена и особенности ценообразования;

уметь

- составлять систему показателей объема продукции для различных категорий работников;

владеть

- навыками расчета товарной политики, цены и определения политики ценообразования.
-

В предыдущей главе мы выяснили, что целью экономических отношений является удовлетворение потребностей людей. С этой точки зрения основным результатом деятельности любой организации являются созданные блага, которые могут удовлетворить потребности потребителя. В этом смысле и создание космического корабля, и организация концерта, и торговля мороженым, и перевод статьи на иностранный язык — процессы создания блага. Фирма имеет возможность их продать и добиться своей цели — получения прибыли — именно потому, что созданные блага могут удовлетворить потребность потребителей. Под *производством продукции* будем понимать создание любого блага. Потребности людей удовлетворяются натурально-вещественной формой продукции, которая проявляется в виде блага, т.е. необходим хлеб, а не его рублевый эквивалент, важен маникюр, а не его стоимость. Это прекрасно понимают вла-

дельцы и менеджеры фирмы, поэтому они в первую очередь заинтересованы в определении необходимых свойств продукции, способных удовлетворить потребности, и установлении необходимого объема продукции в натуральном выражении. Для изготовления продукции нужны работники, обладающие соответствующими навыками, оборудование, материалы и т.д. Все это также требуется в натуральной, вещественной форме. Однако для расчета прибыли следует и продукцию, и все необходимое для ее изготовления оценивать в денежной форме, тогда можно рассчитать прибыль как основной финансовый результат деятельности предприятия.

2.1. Продукция фирмы

2.1.1. Основные понятия

Итак, блага, потребительские ценности, которые создаются на фирме, представляют собой ее продукцию. В натурально-вещественной форме всю продукцию можно разделить на изделия и услуги (работы).

Изделие — это продукция, получаемая из исходного сырья и материалов таким технологическим способом, в результате которого свойства исходного материала полностью исчезают, а продукция приобретает самостоятельную потребительскую ценность.

Услуга (работа) — это вид деятельности, результатом которой является удовлетворение потребностей и (или) при которой происходит улучшение потребительской ценности продукта.

Обычно работы и услуги различаются тем, что под *работой* понимается деятельность, результаты которой имеют материальное выражение, а результат *услуги* такового не имеет, хотя иногда это довольно сложно определить. Вот некоторые примеры услуг — торговля, перевозка товара, расфасовка товара в тару, ремонт и придание продуктам отдельных улучшенных потребительских свойств (мойка машин, полировка и т.п.), рекламирование товара; организация его продаж.

Иногда термины «продукт» и «продукция» употребляются как синонимы. Однако в последнее время термин «продукт» приобрел самостоятельное значение. С развитием информационных услуг появился термин «информационный

продукт» (компьютерная программа, телематериалы, методические разработки и т.д.). В сфере услуг термин «продукт» включает в себя не только непосредственно само изделие или услугу, но и так называемые периферийные факторы, без которых потребитель не будет полностью удовлетворен. Например, туристский продукт — это и проживание в отеле, и экскурсионное обслуживание, и проезд, и многое другое. Гостиничный продукт — услуги в гостинице и ресторане представляют собой продукт, включающий в себя качество обслуживания, питание, окружающую обстановку, дизайн и т.д.

В каждый период времени результатом деятельности фирмы являются: *готовая продукция, неготовая продукция* — незавершенное производство и *продукция, сделанная для себя*.

Для характеристики объемов производства внутри предприятия применяют понятия незавершенного производства, полуфабрикатов и готовой продукции.

Незавершенное производство — это предметы труда, переданные в производственное подразделение для обработки и находящиеся в этом подразделении до стадии ее завершения.

Полуфабрикаты — продукты, полностью законченные обработкой в пределах данного производственного подразделения, но предназначенные для последующей обработки в других подразделениях в соответствии с принятой последовательностью технологических процессов в рамках данного предприятия.

Готовые изделия — продукты, полностью законченные обработкой в данном подразделении, признанные годными для использования и соответствующими принятым стандартам, сданные на склад готовой продукции с соответствующим оформлением.

Готовая продукция, предназначенная для продажи, называется **товаром**. Здесь будет уместным следующее замечание. Очень часто можно слышать устойчивое словосочетание «наши товары и услуги». Это не неверное употребление терминов, поскольку услуга и работа есть продукция, предназначенная для продажи, т.е. товар.

К продукции, сделанной для себя, относится та продукция, которая производится на фирме и потребляется внутри нее. Например, тара для упаковки товарной продукции, некоторые виды вспомогательных материалов или приспособлений.

Товары обладают различными свойствами. Они могут быть *материальными* (холодильник, туфли) и *нематериальными*

(концерт, туристическая путевка, консультация, лекция); *дорогими* (корабль, самолет) и *дешевыми* (семечки). Некоторые продукты *недолговечны* (мороженое, цветы, газеты, новости), в то время как другие предназначены для *длительного использования* (дома, машины). Обычно товары делятся на две категории — потребительские и промышленные (индустриальные) товары.

Потребительские товары в свою очередь делятся на три категории: товары массового спроса; товары, выбираемые при покупке; товары со специальными характеристиками.

Товары массового спроса покупаются часто, быстро и, чаще всего, без сравнения с другими товарами (ряд продовольственных товаров, сигареты, газеты, напитки и т.д.). Обычно эти товары являются продуктами краткосрочного пользования.

Товары, выбираемые при покупке, покупатель сравнивает с другими по таким параметрам, как качество, цена, стиль, цвет (одежда, обувь, мебель). Эти товары зачастую не имеют известных товарных знаков. Даже если эти товарные знаки есть, то это не имеет для потребителей особого значения.

Товары со специальными характеристиками — это товары с уникальными данными. Они, как правило, имеют товарный знак и ориентированы на определенные группы покупателей (специальные виды и типы ювелирных украшений, радиоэлектронной аппаратуры, автомобилей, одежды по специальным заказам и т.д.). Покупатель принимает решение о покупке, исходя из наличия известного ему товарного знака или названия фирмы.

Примеры *услуг потребительского характера* — чтение лекций, консультирование, перевод, редактирование, перепечатка рукописи, изготовление по индивидуальному заказу шкафа, платья, костюма и т.д.

Товары промышленного назначения делятся на три категории: готовые изделия, товары для производственных целей, товары для сферы услуг.

Готовые изделия — это полуфабрикаты, а также продукты, которые могут рассматриваться в качестве законченного продукта или же продукта для производственных целей (краска, лак, радиоприемник для автомобиля, электромотор, дрель).

Товары для производственных целей (изделия, продукты и услуги) используются в производстве других товаров (инструменты, оборудование, станки, программное, информационное обеспечение и т.д.).

Иногда отдельно выделяются *товары для сферы услуг*. Это товары, предназначенные для применения в сфере управления, коммерческих операций (кассовые аппараты, канцелярское оборудование и пр.).

Примеры *услуг промышленного характера* — предпродажное и послепродажное обслуживание машин и оборудования, консультация предприятий в области инжиниринга, эккаунтинга, маркетинга, рекламы, финансов.

2.1.2. Планирование объема продукции

Необходимо различать *объем продаж* и *объем производства*. Производить нужно тот товар и в таком количестве, какое будет куплено. Планирование и первого, и второго объема в значительной степени зависит от вида бизнеса, отрасли и от того, сколько видов продукции выпускает предприятие. Отправной точкой для этого служат маркетинговые исследования. *Задача маркетинговых исследований* заключается в том, чтобы определить то, что будет куплено. Продукция будет куплена лишь в том случае, если в ней есть потребность. Поэтому формированию производственной программы предшествует разработка товарной политики фирмы по номенклатуре и ассортименту.

Номенклатура — это перечень видов продукции, выпускаемой предприятием.

Ассортимент — это состав и соотношение отдельных видов изделий в продукции определенного вида в рамках одной позиции номенклатуры.

Например, планируемые номенклатура и ассортимент буфета могут выглядеть следующим образом: номенклатура — холодные закуски, выпечка, горячие и холодные напитки. Ассортимент выпечки — пирожные заварные, миндальные, булочки с маком.

Товарная политика — это деятельность предприятия, направленная на определение необходимой номенклатуры и ассортимента, создание новых товаров, а также исключение из производственной программы товаров, утративших потребительский

Существует довольно большое число методов формирования товарной политики, однако ее логика предусматрива-

ет решение следующих вопросов: для кого фирма выпускает свои товары, какие потребности потребителей будут удовлетворяться данным товаром. Это позволяет определить перспективы развития, возможный объем продаж и выявить конкурентов. К тому же необходимость ясного понимания того, что представляет собой товар и для кого он предназначен, какие потребности он удовлетворяет, предопределяет разработку рекламных мероприятий, деятельность по продвижению товара на рынок и т.д. Но, как указывалось в гл. 1, потребность приобретает вид ценностей, т.е. сформированной в сознании людей необходимости чего-либо. Поэтому нужно выделить свойства товара, являющиеся определенной выгодой, полезностью в глазах выбранной категории (сегмента) потребителей. Например, простота приготовления, удобство применения. Это позволяет сформировать *имидж* (образ) товара, что является важным атрибутом, который необходимо планировать одновременно с разработкой концепции маркетинга и учитывать при позиционировании товара. Чаще всего при разработке имиджа товара устанавливается положение товара по отношению к конкурентам в системе координат «цена — качество».

Решения, принимаемые в рамках товарной политики, основываются на определении глубины и ширины ассортиментных групп (т.е. количества разновидностей товаров и количества товаров в каждой разновидности), качества товара, его цены и др.

Важным этапом определения товарной политики является исследование *жизненного цикла товара* — времени с момента замысла его создания до прекращения его реализации на рынке в результате появления более совершенного товара. Конечно, продолжительность этого цикла сильно зависит от отрасли и товара. Сравните жизненный цикл, например, сигарет «Ява», ВАЗ-2110, анальгина или соли. Но в большинстве случаев в жизненном цикле можно выделить несколько стадий, которые различаются по объему продаж и прибыли и целым рядом других особенностей. Одной из иллюстраций жизненного цикла товара может быть модель, разработанная ведущей консалтинговой компанией *Boston Consulting Group*, или матрица *BCG*.

Первая стадия — вывод товара на рынок. На этом этапе велики затраты на рекламу и продвижение товара, повышены расходы на освоение в производстве. Незначительные объемы продаж и большие расходы на вывод товара на ры-

нок обуславливают возможную убыточность товара. По терминологии матрицы *BCG* это «трудные дети», или «вопросительные знаки». Бизнес на стадии «вопросительные знаки» может потребовать значительных финансовых затрат только для того, чтобы не отстать от конкурентов. Но он может потребовать даже более крупных затрат, если ставится цель стать лидером на рынке. Товар на этой стадии называют «захватчик ресурсов», и фирма должна решить, стоит ли финансировать такое направление деятельности, поэтому эта стадия и называется «вопросительные знаки».

Вторая стадия — стадия роста. В случае продуманной ценовой, рекламной политики, грамотного продвижения товара на рынке и организации торговли объем продаж быстро растет. В значительной мере за счет уменьшения относительной доли затрат на производство и рекламу, так как товар уже знают, обеспечивается рост доходов и прибыли компании. Товар перестает быть «захватчиком ресурсов». По терминологии матрицы *BCG*, это «восходящие звезды».

Третья стадия — стадия зрелости. Объем продаж стабилен, прибыль максимальна за счет эффекта масштаба. По терминологии матрицы *BCG*, товар на этой стадии назван «дойной коровой», так как основную массу прибыли он приносит на этой стадии. Однако в конце этой стадии объем продаж начинает снижаться, поскольку товар приобретен большинством покупателей, и конкуренты могут начать «теснить» компанию. На этом этапе необходимо начинать разработку нового товара, улучшать сервис. В некоторых случаях возможна модернизация товара, которая, может быть, продлит данную стадию.

Четвертая стадия характерна падением спроса на данный товар и соответственно уходом его с рынка. По терминологии матрицы *BCG*, это «умирающие собаки». На этой стадии применяются различные стратегии ухода — поддержание спроса за счет снижения цены, активизация сервиса, поиск новых рынков сбыта, т.е. конверсионный маркетинг. Естественно, что эти мероприятия потребуют затрат. Удерживать на рынке устаревший товар убыточно и вредно для престижа фирмы. В каждом конкретном случае должна выбираться наиболее выгодная стратегия ухода.

2.1.3. Производственная программа

Производственная программа отражает основные направления и задачи развития предприятия в плановом пе-

риоде, производственно-хозяйственные связи с другими предприятиями, профиль и степень специализации и комбинирования производства.

Производственной программой называется планируемый объем производства продукции в заданной номенклатуре и ассортименте.

Основой разработки производственной программы является плановый объем продаж. *Плановый объем продаж* позволяет определить объем производства в натуральном и денежном выражении, рассчитать необходимые потребности в материалах, оборудовании, определить требуемые трудовые ресурсы, наметить мероприятия по повышению качества продукции и т.д. Таким образом, *определение объема продукции* — это основа и начальный этап управления фирмой.

Система показателей измерения объема продукции должна характеризовать этот объем с количественной и качественной стороны. Она состоит из натуральных, условно-натуральных, трудовых и стоимостных показателей.

Продукция в натурально-вещественной форме характеризуется прежде всего *натуральными* (физическими) *единицами измерения* (штуки, тонны, квадратные метры, количество клиентов и т.д.)¹. Если производится несколько разновидностей продукта, обладающего общностью основных потребительских свойств, то в целях упрощения учета и технико-экономических расчетов можно использовать *условно-натуральные единицы измерения* (условные банки консервов, масса удобрений одного типа в пересчете на содержание основного питательного вещества и т.д.). Это дает возможность выразить весь объем производства в едином измерении, натурально-вещественной форме.

Трудовые показатели отражают объем производства во временных показателях — нормо-, станкочасах, машиносменах, человеко-, трудоднях и т.п.

Стоимостные показатели выражают объем производства в денежных единицах, и в зависимости от того, какую часть объема продукции в натуральном виде исследуют, выделяют валовую, товарную, реализованную и чистую продукцию.

¹ Общероссийский классификатор единиц измерений ОК 015–94 (утв. постановлением Госстандарта России от 26 декабря 1994 г. № 366, введен в действие 1 января 1996 г.). Представлен на сайте <http://www.nist.ru/hr/doc/ok/okei.htm>.

Валовая продукция — это денежное выражение всего результата производственно-хозяйственной деятельности фирмы за определенный период, включая товарную продукцию (ТП), незавершенное производство (НП) и работы и услуги, выполненные для себя (СП):

$$ВП = ТП + НП + СП.$$

Показатель валовой продукции используется для расчета сметы затрат по экономическим элементам.

На малых предприятиях объем продукции, сделанной для себя, невелик. Однако на средних и крупных предприятиях на ее производство затрачиваются значительные суммы. Поэтому для целей учета, планирования и статистики при расчете валовой продукции принято выделять валовой и внутрипроизводственный оборот.

Валовой оборот — это полная стоимость продукции данного предприятия. Данный показатель определяется как сумма валовых оборотов всех производственных подразделений предприятия и включает в свой состав все произведенные готовые изделия, полуфабрикаты независимо от того, предназначены они для отпуска на сторону, для переработки или другого использования внутри фирмы, а также изменение остатков незавершенного производства во всех подразделениях.

Внутрипроизводственный, или внутризаводской, оборот — это общая стоимость потребленных в данном периоде в пределах предприятия полуфабрикатов и услуг. Это продукция, сделанная для себя. В общем объеме произведенной предприятием продукции значительная часть ее может быть в этом же периоде переработана (потреблена) в других подразделениях. Такая же картина может наблюдаться и в отношении услуг, произведенных одним подразделением для другого. В состав внутрипроизводственного оборота входят: стоимость полуфабрикатов и изделий своей выработки, израсходованных на производство товарной продукции (например, стоимость деталей своего изготовления, вошедших в собранное изделие); стоимость продуктов вспомогательных цехов (электроэнергии, пара, сжатого воздуха и др.); стоимость изделий своего производства, израсходованных на текущий ремонт и содержание зданий, сооружений, транспортных средств (например, изготовленные у себя на предприятии запчасти к технологическому, транспортному и другому оборудованию) и т.п.

Товарная продукция — это денежное выражение продукции, имеющей вид товара, включая готовую продукцию на складе и отгруженную продукцию. Стоимость товарной продукции рассчитывается по фактически действующим ценам. Отгруженная продукция — это денежное выражение продукции, отправленной потребителям вне зависимости от того, оплачена она или нет.

Реализованная продукция — это денежное выражение проданной продукции или выручка от реализации. В странах с развитой рыночной экономикой большое количество товаров продается в кредит, т.е. с рассрочкой или отсрочкой платежа. Поэтому в объем реализации включаются как продукция, за которую получены деньги, так и дебиторская задолженность. Это важнейший стоимостной показатель результата деятельности предприятия, так как на его основе рассчитывается прибыль. Планирование этого показателя базируется на маркетинговых исследованиях, осуществляемых в рамках товарной политики предприятия, которые предшествуют разработке плана производства и реализации продукции.

Кроме того, для целей учета и планирования применяются показатели условно-чистой и чистой продукции.

Условно-чистая продукция рассчитывается путем вычитания из стоимости товарной или реализованной продукции (ТП) материальных затрат (МЗ) (например, топлива, энергии).

Чистая продукция (ЧП) — это стоимость условно чистой продукции без учета амортизационных отчислений (А):

$$\text{ЧП} = \text{ТП} - \text{МЗ} - \text{А}.$$

Все стоимостные показатели связаны между собой (рис. 2.1).

Реализованная продукция в ряду стоимостных показателей занимает особое место. Дело в том, что размер выручки от реализации используется для расчета финансовых показателей, в том числе *добавленной стоимости*. Добавленная стоимость вычисляется как условно-чистая продукция, но вместо товарной продукции берется стоимость реализованной продукции. На добавленную стоимость начисляется налог.

Количественное выражение таких взаимосвязей определяется через показатели-коэффициенты:

- *соотношения валовой продукции и валового оборота* — показывает, сколько рублей валовой продукции приходится на 1 руб. валового оборота;

Валовая продукция			
Товарная продукция		Незавершенное производство	Продукция, сделанная для себя (внутри-заводской оборот)
Реализованная продукция		Остаток товарной продукции на складе	
Условно-чистая продукция		Материальные затраты	
Чистая продукция	Амортизация		
Оплата труда	Прибыль		

Рис. 2.1. Формирование стоимостных показателей

- *внутрипроизводственного кооперирования* — коэффициент, обратный первому;
- *товарности* — характеризует стоимость товарной продукции, приходящейся на 1 руб. валовой продукции;
- *отгрузки* — определяет соотношение стоимости отгруженной и товарной продукции;
- *реализации* — отражает соотношение стоимости реализованной и отгруженной продукции. Чем больше реализованная продукция приближается к отгруженной, тем эффективнее работают соответствующие отделы (службы) предприятия.

Вся совокупность описанных ранее показателей является исходными данными для планирования деятельности предприятия по всем направлениям. Очевидно, что, не определив количества и качества продукции, которое возможно продавать, невозможно определить необходимое количество работников, их профессии, специальности и квалификацию, необходимое количество, номенклатуру и ассортимент потребляемых сырья и материалов и пр. Кроме того, создание системы показателей объема продукции для целей внутрифирменного планирования — очень важная и трудная задача менеджмента как целенаправленного воздействия на людей.

Менеджер, оказывая целенаправленное воздействие на подчиненных, выдает им задания в виде показателей объема продукции. И работники будут стремиться к достижению

заданных показателей. Так как показатель — это всего лишь отражение состояния чего-то, то система показателей объема должна обеспечивать изменение состояния, а не отражения. Непонимание этого различия может привести к печальным последствиям. Так, в книге немецкого экономиста Хорста Зиберта¹ приводится пример подобного неправильного назначения показателей, который получил название «эффект кобры». В годы английского колониализма правительство Индии боролось с быстро размножающимися кобрами. Была объявлена награда за каждую убитую змею. Расчет был на то, что всех змей быстро переловят. В действительности это привело к тому, что бедные индийские крестьяне, вместо того чтобы ловить кобр, начали их разводить у себя в домах. Неверная сконструированная система показателей зачастую приводит совсем не к тому состоянию дел, которое предполагают менеджеры.

При планировании производственной программы возникают объективные сложности при согласовании объема производства и объемов продаж. При этом возможны следующие варианты.

Объем спроса неизменен на протяжении длительного времени. В этом случае производственные мощности, а также объем выпускаемой продукции должны приспособливаться к сбыту. Необходим лишь страховой запас готовой продукции на случай непредвиденной остановки производства.

Объем продаж подвержен сезонным колебаниям. Здесь возможны два случая:

1) производственные мощности приспособлены к максимальному спросу. Это означает, что сезонные колебания спроса сопровождаются изменениями числа работников. При высоких расходах на оборудование затраты на хранение готовой продукции минимальны;

2) производство осуществляется при некоторой оптимальной численности занятых. Это позволяет в период максимального сезонного спада спроса создать запасы готовой продукции, достаточные для удовлетворения пикового спроса. Но при значительных производственных запасах увеличиваются складские расходы.

Предприятие заинтересовано в промежуточном решении, при котором общие затраты для одного сезонного цикла минимальны.

¹ Зиберт Х. Эффект кобры: Как избежать заблуждений в экономической политике / Х. Зиберт. М. : Новое издательство, 2005.

На производственном предприятии сезонные колебания спроса могут компенсироваться посредством регулирования занятости, складских запасов или диверсификации. В качестве средства выравнивания сезонных колебаний используется диверсификация продукции, например, в зимний сезон выпускаются электронагреватели, а в летний — кондиционеры.

Для предприятий сферы услуг содержание мощностей на среднем уровне в период сезонного спада очень сложно или невозможно. Например, городской общественный транспорт или предприятия общественного питания вынуждены ориентировать свои мощности на пиковую нагрузку.

Если предприятие выпускает несколько видов продукции, то планирование объема производства является особо сложной проблемой. При планировании производственной программы мелкосерийного, серийного и крупносерийного производства актуальным является расчет оптимальной величины серии. Расчет оптимальной партии может производиться различными способами, суть которых сводится к минимизации издержек в производстве.

Конечно, среди всех показателей объема продукции главным является объем продаж. Объем продаж продукции как результат деятельности фирмы и в натуральном и в стоимостном выражении зависит в основном от двух параметров — качества продукции и ее цены. Или, строго говоря, количество проданного товара — это функция от двух аргументов — качество и цена.

Вопросы и задания для самопроверки

1. В чем заключается разница между продукцией, продуктом, товаром и услугой?
2. Что такое товарная политика?
3. Приведите примеры товаров, которые можно назвать «умирающие собаки».
4. На какие виды классифицируют потребительские товары?
5. Каковы основные показатели измерения объема выпускаемой продукции?
6. Что больше — валовая или товарная продукция предприятия?
7. Что такое производственная программа?
8. В чем состоит сложность составления системы показателей объема продукции?

2.2. Качество продукции

2.2.1. Основные сведения

В предыдущем параграфе говорилось о том, что потребителей в первую очередь интересует натурально-вещественная форма товара. Именно натурально-вещественная форма товара представляет собой потребительскую ценность, потому что обладает свойствами, которые обуславливают способность удовлетворить потребности потребителя.

Качество — это совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением (ГОСТ 15 467—79).

Под термином «продукция» понимается любое благо, поэтому можно говорить о качестве обслуживания в ресторане, стрижки в парикмахерской, в том числе и о качестве работы менеджера или экономиста. Согласно определению, показатели качества должны описывать:

- совокупность свойств;
- степень удовлетворения потребностей в соответствии с назначением;
- степень соответствия назначению.

Конечно, набор показателей зависит от вида продукции. Однако для целей управления качеством продукции разработана система показателей, в которой выделяются классификационные и оценочные показатели.

Классификационные показатели разрабатываются для характеристики назначения, области применения, условий использования. В развитых странах обычно классифицирована вся продукция. Так, в России вся промышленная и сельскохозяйственная продукция систематизирована, имеет кодовое обозначение и включена в Общероссийский классификатор продукции¹. Этот классификатор постоянно пополняется и изменяется. Классификационные показатели используются для формирования групп аналогов продукции и разработки оценочных показателей качества продукции.

Оценочные показатели количественно характеризуют свойства, которые обуславливают качество продукции. Они используются для формирования требований к качеству, разработки стандартов качества, организации системы

¹ Общероссийский классификатор продукции ОК 005—93 (ОКП) (утв. постановлением Госстандарта России от 30 декабря 1993 г. № 301).

оценки и контроля качества — испытаний и сертификации. В эту систему входят показатели:

1) *назначения* — характеризуют полезный эффект от использования продукции по назначению и обуславливают область применения продукции;

2) *надежности* — это безотказность, сохраняемость, ремонтпригодность, а также долговечность изделия. Когда речь идет о безопасности людей, безотказность выступает основным, а иногда и единственным показателем надежности (например, безотказность самолета или безотказность тормозной системы для автомобиля). Показатель сохраняемости играет важную роль для пищевой продукции. Он характеризуется сроком хранения. Ремонтпригодность определяют такие показатели, как средняя стоимость технического обслуживания, вероятность выполнения ремонта в заданное время. Долговечность определяется величиной затрат на поддержание изделия в работоспособном состоянии;

3) *технологичности* — отражают эффективность конструкторско-технологических решений для обеспечения высокой производительности труда при изготовлении и ремонте продукции;

4) *стандартизации и унификации* — это насыщенность продукции стандартными, унифицированными и оригинальными составными частями, а также уровень унификации по сравнению с другими изделиями. Чаще всего, чем меньше оригинальных изделий, тем лучше. Это важно как для изготовителя, так и для потребителя продукции. Например, различие в стандартах зарядных устройств для мобильных телефонов вынуждает покупать зарядное устройство каждый раз при смене модели телефона;

5) *эргономические* — показывают взаимодействие человека с изделием, а также комплекс гигиенических, антропометрических, физиологических и психологических свойств продукции, проявляющихся при ее использовании. Это могут быть усилия, необходимые для управления механизмом, освещенность, температура и влажность, запыленность, шум, вибрация, излучение и т.п.;

6) *экологические* — это уровень вредных воздействий на окружающую среду, которые возникают при эксплуатации или потреблении продукции, например содержание вредных примесей, вероятность выбросов вредных частиц, газов, излучений при хранении, транспортировании и эксплуатации продукции;

7) *безопасности* — характеризуют особенности продукции для безопасности покупателя и обслуживающего персонала, т.е. обеспечивают безопасность при монтаже, обслуживании, ремонте, хранении, транспортировании, потреблении продукции;

8) *эстетические* — отражают рациональность формы, целостность композиции, совершенство исполнения и стабильность товарного вида изделия;

9) *транспортбельности* — выражают приспособленность продукции для транспортирования;

10) *патентно-правовые* — характеризуют патентную защиту и патентную чистоту продукции и являются существенным фактором при определении конкурентоспособности.

Показатели качества измеряются и фиксируются самыми разнообразными способами, достаточными, чтобы наступило осознанное понимание свойств продукции, степени удовлетворения и соответствия назначению. Эти показатели могут быть определены или установлены человеком органолептически (с помощью органов чувств), например дизайн кресла, удобство обуви, вкус еды, качество меха, запах духов; могут быть обозначены путем измерений с помощью приборов, например влажность, содержание веществ, прочность, и выражены в соответствующих единицах (километрах, литрах, фунтах и т.д.). В необходимых случаях применяются расчетные методы, в частности определение сроков службы, надежности. Довольно распространенными методами являются экспертные методы оценки показателей качества. Она может производиться единоличными экспертами — оценка качества подготовки студента преподавателем, или группами экспертов — оценка качества продукта. В некоторых областях качество продукции оценивается путем социологического обследования, особенно это относится к работам и услугам (когда производится опрос постояльцев гостиницы, оценивается качество обслуживания и т.д.).

Номенклатура и ассортимент создаваемых благ сегодня чрезвычайно велик. Поэтому рядовой потребитель не может знать все необходимые свойства той или иной продукции, и даже если и знает, то не имеет возможности произвести необходимые измерения этих показателей. Для целей управления качеством продукции государство, реализуя свою функцию защиты граждан от недобросовестных производителей, берет на себя обязанности разработать соответствующие показатели и контролировать их соблюдение. В России вопросы качества продукции, работ и услуг регу-

лируются следующими документами: Федеральным законом от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании», Федеральным законом от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей».

2.2.2. Управление качеством продукции

Так как управление — это процесс целенаправленного действия, то современная система управления качеством предусматривает воздействие на весь процесс создания блага, начиная с изучения предполагаемых потребностей до утилизации продукции. Особенности управления качеством отразились в так называемой системе всеобщего управления качеством (*total quality management*). Следует отметить, что системы управления качеством в нашей стране были разработаны еще в начале 1950-х гг. и прошли эволюцию от систем управления бездефектным изготовлением продукции (БИП) до комплексной системы повышенной эффективности производства и качества работы (КСПЭП), которая стала наиболее близкой по сути к действующим сейчас стратегиям всеобщего управления качеством.

Основная идея этого подхода состоит в том, что качество продукции зависит от персонала и может быть достигнуто только в результате усилий *команды* — групп работников всех подразделений фирмы на разных фазах производства товара: исследовательской, конструкторской и технологической, производственной и эксплуатационной.

Международный опыт управления качеством продукции на предприятии обобщен в стандартах Международной организации по стандартизации (*International Organization for Standardization, ISO*) серии 9000, в соответствии с которыми работа по управлению качеством продукции обозначается как «петля качества» или «спираль качества» и делится на 11 этапов — от маркетингового исследования до утилизации (рис. 2.2).

Этап 1. Планируемый уровень качества определяется на основе анализа потребностей покупателей и их предпочтений. В последнее время все более преобладает тенденция создания продукции с таким набором свойств, который рождает новые потребности. Маркетинг — изучение рынка, его позиционирование и сегментирование.

Этап 2. Выявленные на первом этапе потребности определяют требования к конструкции и набору свойств с уче-



Рис. 2.2. Управление качеством продукции

том конкурентоспособности продукции и современных требований технического регулирования.

Этап 3. Выявленные свойства и разработанная конструкция (схема, модель) определяют требования к качеству материалов, материально-техническому обеспечению производства.

Этап 4. Получение продукции заданного качества требует технической, организационной подготовки производства.

Этап 5. Качество продукции во многом определяется качеством ее изготовления, технологией производства.

Этап 6. Произведенная продукция должна пройти все необходимые процедуры контроля, испытаний и обследования изделий и требуемую сертификацию свойств.

Этапы 7–9. Качественная продукция предполагает соответствующие ей упаковку и хранение, обеспечивающие быструю доставку, монтаж и реализацию продукции.

Этап 10. Для целого ряда товаров признаком качества является возможность развитой сети или способов сервисного обслуживания. Так, компания гарантирует доставку необходимых запасных частей к своей строительной технике в течение 24 ч с момента обращения в сервисный пункт.

Этап 11. Для многих товаров планирование качества предусматривает способы утилизации продукции. Например, создание сети приемных пунктов по приему использованной продукции, замена старых автомобилей.

Соответственно работы по планированию должны предусматривать мероприятия на каждом этапе этой спирали.

Функцию организации управления качеством реализуют различные системы управления качеством продукции, представляющие собой организационные структуры, рас-

пределяющие ответственность и ресурсы, регламентирующие процедуры, процессы управления качеством.

Функцию мотивации в управлении качеством продукции выполняют различные формы материальной и моральной заинтересованности работников в повышении качества. К ним можно отнести бестарифную систему оплаты труда, бригадный подряд и др. Хорошо зарекомендовали себя так называемые *кружки качества*, получившие широкое распространение в Японии и США. Подобная форма мотивации создает благоприятный психологический климат и повышает заинтересованность рабочих в повышении качества работы.

Главными инструментами осуществления контроля качества продукции являются стандартизация и сертификация продукции¹.

Стандарт — это документ, в котором устанавливаются характеристики продукции, правила осуществления и характеристики процессов производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг. Стандарт может содержать требования к терминологии, символике, упаковке, маркировке или этикеткам и правилам их нанесения.

Стандартизация — нормотворческая деятельность, которая закрепляет требования к продукции в нормативных документах типа стандарта, инструкции, методики и т.п.

Главная задача стандартизации — создание системы нормативно-технической документации, определяющей набор требований к продукции, а также контроль правильности использования этой документации.

Объектами стандартизации могут быть: изделия, работы, услуги, правила, процедуры, методы и т.д. В соответствии с объектом стандартизации разрабатываются:

- основополагающие стандарты;
- стандарты на продукции (услуги);
- стандарты на работы (процессы);
- стандарты на методы контроля (испытания, измерения, анализа).

В общем виде иерархия стандартов, которой руководствуется фирма в своей деятельности, выглядит следующим образом.

¹ ГОСТ 1.1—2002 «Межгосударственная система стандартизации. Термины и определения», ГОСТ Р 1.12—2004 «Стандартизация в Российской Федерации. Термины и определения».

1. *Международные или мировые стандарты, устанавливаемые международными организациями*, например Международной организацией по стандартизации¹, Международной организацией законодательной метрологии, Международной электротехнической комиссией и т.п. Международные стандарты являются обязательными для фирм, которые хотят выйти на мировой рынок.

2. *Государственные стандарты*. Такие стандарты разрабатываются в каждой стране и являются обязательными для этой страны. В Российской Федерации основные нормативные документы по стандартизации разрабатываются Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии.

3. *Отраслевые стандарты*. Обычно такие стандарты разрабатываются и принимаются государственными организациями в пределах их компетенции. Например, образовательный стандарт разрабатывается Министерством образования и науки РФ, но носит название государственного. Кроме того, отраслевые стандарты могут разрабатываться различными отраслевыми объединениями — ассоциациями или союзами производителей и т.п. Эти стандарты являются обязательными для всех предприятий и организаций данной отрасли.

4. *Стандарты предприятия или внутрифирменные стандарты*. Разрабатываются на самой фирме и могут быть выше отраслевых, государственных или международных стандартов. Главное требование для внутрифирменных стандартов — они не могут быть ниже отраслевых и государственных. В России внутрифирменные условия называются *техническими условиями*.

Существуют также стандарты предприятий и объединений предприятий (союзов, ассоциаций, концернов, акционерных обществ, межотраслевых, региональных и других объединений) и стандарты научно-технических обществ и инженерных союзов, ассоциаций и других общественных объединений.

Российская национальная система стандартизации по состоянию на 2011 г. включала в себя: национальные стандарты; правила стандартизации, нормы и рекомендации в области стандартизации; классификации, общероссийские классификаторы технико-экономической и социальной информации; стандарты организаций.

¹ URL: http://www.iso9000.ru/stan_serii9000.

Разработчиками *национальных стандартов* могут быть физические и (или) юридические лица. Уведомление о разработке должно быть направлено в национальный орган по стандартизации и опубликовано. Разработчик должен обеспечить доступность проекта стандарта для ознакомления заинтересованным лицам. Далее разработчик дорабатывает проект национального стандарта с учетом полученных в письменной форме замечаний, проводит его публичное обсуждение в течение двух месяцев со дня опубликования уведомления. Затем проект с перечнем замечаний представляется разработчиком в технический комитет по стандартизации, который организует проведение экспертизы. По результатам экспертизы национальный орган по стандартизации принимает решение об утверждении или отклонении национального стандарта.

Стандарты организаций, в том числе коммерческих, общественных, научных, саморегулируемых организаций, объединений юридических лиц могут разрабатываться и утверждаться ими самостоятельно.

Общероссийские классификаторы — это нормативные документы, распределяющие технико-экономическую и социальную информацию для применения или создания государственных информационных систем и информационных ресурсов и для межведомственного обмена информацией. Правительством РФ утверждено Положение об опубликовании национальных стандартов и общероссийских классификаторов технико-экономической и социальной информации¹.

Особое место в российском законодательстве занимают документы, обеспечивающие безопасность, они получили название технических регламентов. **Технический регламент** — это государственный документ, устанавливающий обязательные для применения и исполнения юридическими и физическими лицами требования к объектам технического регулирования, обеспечивающие безопасность излучений, биологическую безопасность, взрывобезопасность, механическую, пожарную, промышленную, термическую, электрическую, ядерную и радиационную безопасность, электромагнитную совместимость в части обеспечения безопасности работы приборов и оборудования, единство измерений.

¹ Постановление Правительства РФ от 25 сентября 2003 г. № 594 «Об опубликовании национальных стандартов и общероссийских классификаторов технико-экономической и социальной информации».

Специальные технические регламенты устанавливают требования только к тем видам продукции, процессам производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, в отношении которых не обеспечиваются требования общих технических регламентов. Технические регламенты после обсуждения, экспертизы и отзывов правительства принимаются в виде федеральных законов.

В настоящее время создается информационный фонд технических регламентов, стандартов и единой информационной системы по техническому регулированию¹.

Итак, стандарты закрепляют требования к выпускаемой продукции, осуществляемым работам и услугам и всем процессам, сопровождающим производство, потребление, транспортировку, хранение и утилизацию. Для контроля в области соблюдения стандартов, обеспечения единства измерений применяется сертификация продукции.

Сертификация соответствия — действие третьей стороны, доказывающее, что исследуемая продукция, процесс или услуга соответствуют конкретному стандарту или другому нормативному документу.

Сертификация основана на проведении испытаний и оценке условий производства, контроле выполнения этих процедур, а также надзоре за качеством продукции со стороны независимого органа. Поэтому сертификация — надежная гарантия качества, а также эффективное средство стимулирования повышения качества продукции.

В результате этой процедуры фирма получает *сертификат соответствия* — документ, удостоверяющий соответствие объектов требованиям технических регламентов, положениям стандартов или условиям договоров.

В зависимости от вида деятельности и вида продукции сертификация может быть добровольной и обязательной.

Добровольное подтверждение соответствия осуществляется по инициативе заявителя на условиях договора между ним и органом по сертификации. Добровольная сертификация проводится на основе заявления производителя. Однако заявителем может быть и покупатель. Цель добровольной сертификации — показать потребителям продукции прежде всего ее безопасность, качество и надежность

¹ Постановление Правительства РФ от 15 августа 2003 г. № 500 «О федеральном информационном фонде технических регламентов и стандартов и единой информационной системе по техническому регулированию».

либо убедиться в качестве продукции. Особенно это касается вновь создаваемой продукции, для которой может не быть ГОСТа или она еще не включена в Общероссийский классификатор продукции.

Обязательная сертификация проводится только в случаях, устанавливаемых соответствующим техническим регламентом, и исключительно на соответствие требованиям технического регламента. В России Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии согласно постановлению Правительства РФ от 1 декабря 2009 г. № 982 «Об утверждении единого перечня продукции, подлежащей обязательной сертификации, и единого перечня продукции, подтверждение соответствия которой осуществляется в форме принятия декларации о соответствии» подготовлен перечень товаров, подлежащих обязательной сертификации, и номенклатура продукции, подлежащей декларированию соответствия.

Оценка соответствия проводится в формах государственного контроля (надзора), аккредитации, использования, регистрации, подтверждения соответствия, приемки и ввода в эксплуатацию объекта, строительство которого закончено, или в иной форме.

Разновидностью сертификации качества является *санитарно-гигиеническая сертификация*. Она проводится в основном на предприятиях торговли продовольственной продукцией и общественного питания. Ее осуществляют органы санэпиднадзора. Они проверяют соответствие помещения требованиям санитарно-эпидемиологических норм, знание персоналом правил санитарии и гигиены.

2.2.3. Экономическая эффективность повышения качества продукции

Повышение качества продукции есть по существу улучшение ее свойств. Однако набор свойств определяется назначением продукции. Например, качество часов для спортсмена, молодой женщины, первоклассника и солидного бизнесмена будет характеризоваться разным набором свойств. Улучшение свойств требует определенных затрат. Именно величина затрат, которые необходимо сделать, чтобы добиться повышения качества, обуславливает экономические границы повышения качества. Покупатель, приобретая изделие, всегда сопоставляет набор свойств изделия

с его назначением и ценой, поскольку именно ценой определяются затраты на данную совокупность свойств.

Под *оптимальным качеством продукции* понимается соотношение качества и затрат на его создание или повышение, которое можно представить следующей формулой:

$$\text{Оптимальное качество} = \frac{\text{Качество изделия}}{\text{Затраты на повышение качества}}$$

В связи с этим первокласснику чаще всего не покупают часы «Ролекс», несмотря на то что эти часы имеют замечательные свойства или высокое качество.

Определить знаменатель формулы несложно, поскольку в него входят либо продажная цена изделия, либо затраты на НИОКР, эксплуатацию, ремонт и утилизацию изделия и т.п. Сложнее определить числитель, т.е. качество, включающее в себя самые разнообразные показатели. Этим занимается наука *квалитетрия*, которая разрабатывает методы количественной оценки качества изделия, услуги, работы и продукта.

Другой проблемой повышения качества продукции является то, что повышение качества продукции не всегда выгодно производителю. Например, производитель автомобильных шин имеет возможность повысить срок их использования в два раза. Это хорошо для потребителя, но для производителя означает (при прочих равных условиях) сокращение объема продаж, а следовательно, производства в два раза.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Дайте определение качества продукции.
2. Что такое «петля качества»?
3. Что представляет собой оптимальное качество изделия?
4. Каковы основные показатели качества?
5. Как проявляются функции контроля в процессе управления качеством продукции?
6. Что такое стандартизация и сертификация качества продукции?
7. Согласно законодательству, вы можете самостоятельно разработать стандарт. Создайте национальный стандарт для начальной школы по номенклатуре предметов.

2.3. Цена и ценообразование

2.3.1. Основные сведения

Товар может быть реализован потому, что представляет собой благо, а именно обладает совокупностью свойств, которая может удовлетворить потребность потребителей. За эту способность удовлетворить потребности покупатель готов отдать некоторое количество денежных знаков.

Цена — это некоторое количество денег, или денежная форма товара.

Умножив это количество денег на количество проданной продукции, получают важнейший показатель результата производственно-хозяйственной деятельности фирмы — *выручку от реализации продукции*. Поэтому уровень цены на товар (количества денег) определяет все экономические и финансовые параметры предприятия.

Вопросам теории цен и проблемам ценообразования посвящено большое число работ. То, как формируется это самое количество денег за товар, зависит от того, какой товар, какова рыночная ситуация, какая система ценностей в данном обществе, политическая обстановка и т.д.

В соответствии с характером складывающейся в отрасли рыночной ситуации цена формируется либо на основе соотношения спроса и рыночного предложения (в случае совершенной конкуренции, тогда фирма прайс-тейкер принимает цену, которая сложилась на рынке, или в случае установления договорной цены); либо как сумма затрат и прибыли, которую закладывают фирмы прайс-мейкеры («делатели цены»). В этом случае цена изначально формируется фирмой, и в этом смысле цена — это количество денег, которое продавец хочет получить с покупателя. Необходимо отметить, что в случае монополии «делателем цены» может быть покупатель. Однако в большинстве случаев прайс-мейкером является фирма. Производитель товара имеет рыночную власть, вследствие этого он может назначать количество денег, которое хочет получить за товар, стремясь возместить свои затраты и получить прибыль. Но, несмотря на свое стремление, основной проблемой в ценообразовании является определение того, какое количество денег потребитель готов отдать за товар, какова потребность потребителя в данном товаре. В случае необходимости производитель осуще-

ствяет рекламную кампанию с целью создания в головах у потребителей необходимости в данном товаре.

2.3.2. Состав и виды цен

В зависимости от того, на какой стадии товародвижения формируются цены, они подразделяются на цены производителя, оптовые, розничные. Несмотря на рыночную власть производителей, в количестве денег, которое уплачивается за товар, т.е. в составе цены, в большинстве случаев присутствуют некоторые обязательные элементы. Согласно трудовой теории стоимости К. Маркса, цена — это денежное выражение овеществленных в товаре общественно необходимых затрат. В этом смысле в цене учитываются интересы всех участников процесса производства, обмена и распределения благ. Рассмотрим структуру розничной цены обычного массового товара, поскольку именно этот вид цены, как правило, включает в себя интересы всех участников процесса производства и реализации продукции (рис. 2.3).

На любой стадии товародвижения цены могут быть *фиксированными* или *договорными*.

Разновидностью оптовой цены предприятия является *закупочная цена*, когда это касается закупки сельскохозяйственной продукции.

В зависимости от сезона продажи цены также могут изменяться и принимать форму *сезонных цен*. Сезонные цены устанавливаются на некоторые потребительские товары, например обувь, одежду, овощи, фрукты.

По степени воздействия государства при формировании цены различают *свободные цены*, которые складываются на основе конъюнктуры рынка; *регулируемые цены*, которые либо прямо ограничиваются государственными органами, либо их изменение регламентируется величиной рентабельности.

Себестоимость продукции + Прибыль производителя	Затраты оптовика + Прибыль оптовика	Затраты розницы + Прибыль розницы
Цена производителя		
Оптовая цена		
Розничная цена		

Рис. 2.3. Состав розничной цены

При расчете цены возникает ряд проблем, связанных с доставкой товара от продавца к покупателю. Транспортные расходы весьма разнообразны (так называемая транспортная составляющая цены).

Эти расходы могут включать в себя:

- расходы по подготовке товара к отгрузке (упаковка и маркировка, контрольный отбор проб, проверка количества и качества);
- оплату погрузки товара на транспортные средства перевозчика (железная дорога, автомобильный, авиационный, водный транспорт);
- оплату перевозки товара от пункта отправления (склад готовой продукции завода-изготовителя) до внутренних промежуточных пунктов погрузки (терминал магистрального транспорта);
- оплату расходов по погрузке (перегрузке) товара на транспортные средства покупателя;
- оплату перевозки товара международным транспортом;
- страхование товара;
- хранение товара в порту;
- перегрузку или перетарку товара в пункте назначения;
- разгрузку товара в порту (пункте) назначения;
- оплату расходов по экспортной (импортной) таможенной очистке груза (таможенные сборы, налоги, пошлины и иные платежи, связанные с перемещением товара через границу); и др.

При определении цены необходимо решить, какие расходы, до какого момента или географического пункта несет продавец, а какие покупатель; когда и где права собственности на товар переходят с продавца на покупателя. Эти условия определяются в так называемых *базисных условиях поставки*.

Существуют различные методы (способы) включения транспортных расходов в цену.

1. *Метод установления единой цены с включением в нее расходов по доставке.* Продавец устанавливает единую цену на товар с включением в нее одной и той же величины транспортных расходов, вне зависимости от пункта доставки. Этот метод прост и дает возможность рекламировать единую цену в общенациональном масштабе.

2. *Метод установления зональных цен.* Весь территориальный рынок товара делится на определенное количество зон. По каждой зоне устанавливается определенная цена с включением в нее транспортных расходов по доставке гру-

за до данной зоны. Заказчики (покупатели) одной и той же зоны платят одинаковую цену.

3. *Метод установления цен применительно к базовому пункту.* Выбирается пункт, принимаемый за базовый. Например, Москва-Товарная-Курская. Тогда величина транспортных расходов, включаемых в цену, до любого пункта Московской области принимается равной доставке до Москвы вне зависимости от фактических транспортных расходов.

4. *Метод франкирования.* Этот метод предусматривает использование так называемых *франко-цен* (от итал. *franco* — свободный). Термин «франко» применяется в оптовой торговле для обозначения пункта или места, в котором ответственность за товар переходит от продавца к покупателю и продавец свободен от дальнейших расходов. Употребляются цены: франко-склад, франко-станция, франко-порт, франко-вагон и т.д. Так, если приобретает товар по цене франко-склад завода-изготовителя, это значит, что скорее всего товар бесплатно погрузят в транспорт покупателя и все дальнейшие расходы понесет покупатель.

В международной торговле цена должна учитывать целый ряд дополнительных расходов, возникающих на пути от продавца к покупателю (обязательное страхование, оплата таможенных платежей и тарифов и др.). Порядок оплаты этих расходов определяется в базовых условиях поставки, которые оговариваются в договорах. Необходимо отметить, что не существует базисных условий поставки, которые понимаются (трактуются) везде в мире стандартно, одинаково, равно как нет одинаковой терминологии, применяемой для обозначения того или иного базиса поставки. В наиболее общем виде условия включения этих расходов в цены нашли свое отражение в классификации ИНКОТЕРМС, которая по состоянию на 2013 г. включает 11 базовых условий поставки, которые сгруппированы в 4 группы — E, F, C, D:

1) «E»: EXW — продавец предоставляет покупателю товар на своей территории и свободен от дальнейших расходов;

2) «F»: FAS, FCA, FOB — термины, в соответствии с которыми продавец обязан поставить товар перевозчику, назначенному и зафрахтованному покупателем;

3) «C»: CFR, CIF, CIP, CPT — термины, в соответствии с которыми продавец должен заключить контракт на перевозку, но не принимая на себя риск потери или повреждения товара или дополнительные затраты вследствие событий, имеющих место после отгрузки и отправки;

4) «D»: DAT, DAP, DDP — термины, при которых продавец должен нести все расходы и риски, необходимые для доставки товара в страну назначения¹.

2.3.3. Ценообразование

Проблемы ценообразования чрезвычайно интересны и многообразны. Процесс формирования цены сложный, многоступенчатый и в значительной степени определяется внешними по отношению к предприятию факторами. Учитывая влияние этих факторов, продавец должен разработать ценовую политику.

Ценовая политика — это совокупность действий в области ценообразования, направленных на расширение (или сохранение) объемов продаж.

Прежде всего, ценовая политика фирмы зависит от *типа рынка*, на котором работает продавец. Очевидно, что продавец, действующий в условиях совершенной конкуренции, не в состоянии осуществлять какую бы то ни было ценовую политику, поскольку вынужден продавать товар по сложившейся рыночной цене. Разработка ценовой политики возможна лишь в условиях несовершенной конкуренции, когда фирма может устанавливать цены, т.е. является прайс-мейкером. Вопросы формирования цены в условиях несовершенной конкуренции рассматриваются в курсе микроэкономики.

Важнейшим фактором, влияющим на процесс ценообразования, являются *участники каналов товародвижения*: поставщики (сырья, материалов, энергии, топлива, оборудования); посредники, реализующие товар; покупатели. Поставщики, повышая цены на закупаемые предприятием ресурсы, вынуждают его также повышать цены на продаваемую продукцию, тем самым перекладывая более высокие издержки производства на потребителя. Но, как известно, потребитель имеет мощный канал воздействия на производителя — совокупный спрос. Увеличивая цену, фирма-производитель в конце концов столкнется с уменьшением платежеспособного спроса, что является стимулом к снижению цены.

Внешним фактором, влияющим на процесс ценообразования, является также *политика государства*.

¹ Более подробно см.: URL: <http://findebookee.com>i/incoterms-2012>

Воздействие государства на свободу ценообразования может осуществляться тремя способами.

1. *Прямое установление уровня цены:*

- путем введения прејскурантных цен обычно на такие товары, цены на которые являются определяющими для формирования цен на другие товары. Это, как правило, уголь, нефть, газ, электроэнергия, услуги железнодорожного и городского транспорта, авиатарифы, тарифы на жилищно-коммунальные услуги;

- «замораживания» на определенное время рыночных свободных цен. Такое «замораживание» цен носит обычно краткосрочный характер и осуществляется для восстановления ценовых пропорций и ограничения инфляции;

- фиксирования монопольных цен, если монополист или предприятие, занимающее доминирующее положение на рынке, злоупотребляет этим положением, затрудняя доступ на рынок другим предприятиям, т.е. ограничивает свободу конкуренции.

2. *Регулирование рыночной цены:*

- путем установления предельного уровня цены на отдельные товары. Тогда цена розничная не должна превышать уровень предельной цены либо должна равняться ей;

- установления предельной надбавки или коэффициентов к фиксированным ценам прејскурантов. Тогда розничная цена равна или больше прејскурантной цены плюс предельная надбавка;

- регламентирования основных параметров, определяющих уровень цен, таких как величина прибыли производителя, скидка, величина косвенных налогов;

- установления предельного уровня разового повышения цен на конкретный товар в целях недопущения скачкообразного роста цен;

- строгого контроля уровня монопольных цен;

- установления цены на продукцию государственных предприятий, которые выступают на товарном рынке также в качестве субъектов предпринимательской деятельности.

3. *Установление «правил игры» для системы свободных (договорных) цен.* Для того чтобы оградить участников от недобросовестной конкуренции, государство вводит ряд запретов:

- на горизонтальное фиксирование цен, т.е. на соглашения предприятий о поддержании цен на определенном уровне;

- вертикальное фиксирование цен, т.е. навязывание производителем своих цен поставщикам и торговле;
- ценовую дискриминацию, т.е. на ограничение свободы выбора, навязывание так называемых связанных контрактов (с нагрузкой, контрактов только с данной фирмой);
- демпинг, т.е. продажу товара по цене ниже себестоимости с целью устранения конкурента;
- недобросовестную ценовую рекламу.

Алгоритм ценообразования. В условиях несовершенной конкуренции бремя определения цены лежит на фирме, поэтому используется такая последовательность шагов по определению цены, т.е. *алгоритм ценообразования*.

1. *Установление исходной цены.* С учетом постановки цели, а также на основе анализа спроса на продукцию, оценки издержек ее производства и цен конкурентов осуществляется выбор способа установления исходной (ориентировочной) цены на продукцию.

2. *Разработка ценовой политики.* Этот шаг предусматривает определение ценовой стратегии и ценовой тактики. После этого предприятие разрабатывает стратегию ценообразования, т.е. возможную динамику изменения исходной цены на товар в условиях рынка, наилучшим образом соответствующую его цели. Стратегией ценообразования процесс установления цены не заканчивается. Влияние рынка на действия производителя по установлению цены приводит к необходимости рыночной корректировки исходной цены, в результате чего и устанавливается окончательная цена или цена реализации товара.

3. *Осуществление инициативного изменения окончательной установленной цены.* Время от времени предприятие испытывает необходимость в снижении или повышении рыночной цены. Инициативное снижение цены может быть вызвано недогрузкой производственных мощностей, сокращением доли рынка под напором конкуренции; завоеванием доминирующего положения на рынке. В свою очередь инициативное повышение цены также может быть обусловлено рядом обстоятельств: устойчивой инфляцией, наличием чрезмерного спроса и невысоким уровнем конкуренции и т.п.

Исходная цена. Методы ее определения. Исходная цена, или минимально допустимая цена, с точки зрения продавца (производителя) носит расчетный характер и используется производителем в переговорном процессе как ориентир для

формирования цены реализации (договорной цены). После установления внешних факторов, оказывающих воздействие на ценообразование, предприятие переходит к процессу формирования исходной цены. Порядок установления исходной цены включает в себя несколько этапов.

На *первом этапе* определяются цели (задачи) ценообразования, которые вытекают из анализа положения предприятия на товарном рынке и общих целей предприятия. В зависимости от цели, которую ставит перед собой предприятие, определяется и разный подход к ценообразованию:

- установление низких цен, ибо выживание важнее прибыли. Пока снижение цены покрывает издержки, предприятие может некоторое время продолжать коммерческую деятельность;
- максимизация текущей прибыли. При постановке данной цели текущие результаты важнее долговременных;
- завоевание лидерства по доле рынка. При реализации этой цели предприятие идет на максимально возможное снижение цены;
- завоевание лидерства по показателям качества. Для достижения этой цели необходимо добиваться того, чтобы выпускаемая продукция была самой высококачественной из всей предлагаемой на рынке, что требует установления высокой цены.

Второй этап — определение спроса на товар. Для большинства товаров снижение цены приводит к увеличению продаж. Под влиянием неценовых факторов (например, рекламы) может происходить сдвиг кривой спроса при изменности ее формы. При изменении экономической ситуации, не меняя цены, можно продать больше товара. Поэтому необходимо знать, какова эластичность спроса по цене. Ориентация исходной цены на спрос покупателя означает ее определение на максимальном уровне.

Третий этап — оценка совокупных (валовых) издержек на производство товара. Ориентация исходной цены на издержки производства товара определяет ее минимальный уровень.

Четвертый этап — анализ цен и товаров конкурентов. На установление среднего диапазона исходной цены существенное влияние оказывают цены конкурентов, выпускающих аналогичную продукцию. Информация о цене товара конкурента может быть получена путем осуществления сравнительной покупки; доступа к прейскурантам цен; за-

купки, например, оборудования, и его разборки; опросов покупателей.

Пятый этап — выбор метода ценообразования, на основе которого и будет установлена исходная цена. Действующие методики определения цены учитывают следующие возможные варианты: минимальная цена (цена, ориентированная на издержки производства); максимальная цена (цена, учитывающая спрос потребителей) и возможная цена.

Определяя минимальный и максимальный уровни исходной цены, фирма устанавливает предельные границы (диапазон) ее формирования. Конкретный уровень исходной цены будет определен на основе применения того или иного метода ценообразования. При формировании исходной цены основными являются следующие методы (способы).

1. *Метод, ориентированный на затраты: затраты плюс фиксированная прибыль.* В этом случае цена равняется себестоимости плюс фиксированный процент прибыли.

Предположим, что себестоимость по производству товара составляет 10 руб. Производитель привык получать прибыль, равную 25%. В этом случае исходная цена будет установлена на уровне 12,5 руб. При повышении издержек производства, например до 15 руб., при том же уровне процента прибыли исходная цена составит 18,75 руб. Логично ли пользоваться стандартным (средним) уровнем прибыли? Как правило, нет, так как он не учитывает текущего спроса и конкуренции. И несмотря на это, методика установления цен на основе «затраты плюс фиксированная прибыль» остается популярной по ряду причин:

- продавцы лучше знают свои издержки, чем владеют информацией о спросе, поэтому такой метод расчета цены прост и доступен;
- при использовании данного способа установления цены большинством производителей товара их цены скорее всего будут схожими между собой, что сводит ценовую конкуренцию к минимуму;
- многие участники этого процесса считают, что такой подход к установлению цены является более справедливым по отношению как к покупателям, так и к продавцам.

2. *Метод ценообразования на основе безубыточности и обеспечения целевой прибыли.* Этот метод также основан на издержках. Он предполагает установление цены и объема продаж на таком уровне, при котором выручка от реализации товара покрывает затраты на его производство. Ответ на этот

вопрос находится определением точки безубыточности (точки самоокупаемости, точки критического объема производства, точки перелома, точки нулевой прибыли и др.).

Предположим, что предприятие установило исходную цену на уровне 100 руб. за единицу продукции, а средние затраты непосредственно на ее изготовление (переменные издержки) составляют 45 руб. Тогда разница между ценой и переменными издержками равна 55 руб. ($100 - 45$). Если совокупные затраты, не связанные непосредственно с изготовлением продукции (постоянные издержки), равны 250 тыс. руб., то для достижения безубыточности положения предприятия необходимо произвести 4545 изделий ($250\,000/55$). Таким образом, именно такой объем продаж при указанной цене покрывает все затраты. Каждая единица товара, проданная сверх этого количества, принесет предприятию 55 руб. прибыли.

3. Агрегатный метод ценообразования. Суть этого метода заключается в том, что цена определяется суммированием цен на отдельные конструктивные составляющие элементы товара: цена товара = цена элемента 1 + цена элемента 2 + ... + цена элемента n . Этот метод применяется к товарам, состоящим из отдельных изделий (например, мебельный гарнитур), либо к товарам, состоящим из элементов, деталей, узлов. У данного метода есть как достоинства, так и недостатки. Основываясь на затратном подходе, он относительно прост для расчета. Но, с другой стороны, ошибки в определении цен составляющих элементов товара могут воспроизводиться и в цене всего товара.

4. Параметрический метод. Суть его состоит в том, что цена определяется исходя из оценки и соотношений качественных параметров изделия. Процесс установления цены складывается из нескольких этапов:

- выбирается базовое изделие, с которым сравнивается данное;
- определяются основные качественные характеристики базового и данного изделий;
- подбираются несколько независимых экспертов (либо проводится анкетирование потребителей), которые оценивают выбранные качественные показатели по их значимости: наиболее важные, менее важные, наименее важные, т.е. осуществляют ранжирование по степени;
- эксперты оценивают по 10-балльной шкале каждый параметр базового изделия и данного изделия и выводят средний балл по каждому параметру;

- определяется балльная оценка параметров качества;
- рассчитывается цена одного балла, для чего цена базового изделия делится на общую сумму баллов;
- на основе цены одного балла определяется цена каждого параметра и суммарная цена изделия.

5. *Установление цены на основе текущих цен.* Исходная цена ориентируется на цены конкурентов. Она может соответствовать цене конкурента, если товар не отличается от товара конкурента; может быть установлена ниже уровня цен на товары конкурентов, что увеличит спрос; может быть установлена выше цены конкурентов в случае, если товар обладает какими-то уникальными свойствами и производитель уверен, что он будет продан.

2.3.4. Ценовая политика

В зависимости от того, что представляет собой товар, ценовая политика может принимать разные формы. При выводе на рынок нового продукта информация об условиях его реализации зачастую бывает очень ограничена, поэтому применить методы расчета оптимальной реализационной цены становится невозможно. В таких случаях ценовая политика может принимать следующие формы: политика «снятия сливок», политика проникновения, политика вытеснения.

Ценовая политика «снятия сливок» заключается в том, что фирма на фоне мощной рекламной кампании выводит на рынок товар по относительно высокой цене и вследствие этого добивается высокой величины покрытия (фирма «снимает сливки» с рынка). Такая политика проводится фирмой исходя из предположения, что, несмотря на высокую цену товара, всегда найдутся покупатели, желающие приобрести новинку. Это объясняется психологией покупателей, многие из которых идентифицируют высокую цену с высоким качеством товара или желают показать окружающим, что такие дорогие вещи им «по карману». Ценовая политика «снятия сливок» позволяет фирме за короткий срок возместить свои маркетинговые издержки и использовать возможное в будущем снижение цены в рекламных целях.

Ценовая политика проникновения заключается в том, что фирма выводит товар на рынок по относительно невысокой цене, чтобы как можно быстрее обеспечить себе наибольшую долю рынка. К тому же невысокая цена вряд ли сразу привлечет на рынок конкурентов. Опасность этой политики состоит в том, что позднее фирме будет нелегко повысить

цену на предлагаемый товар, поскольку покупатели уже привыкли к невысокой «старой» цене. Эту проблему в какой-то степени можно решить, если при выводе товара на рынок снабдить его наклейками типа «скидка на новинку», «цена новинки» и пр.

Ценовая политика вытеснения заключается в том, что фирма выводит на рынок товары по такой низкой цене, которая практически исключает появление на нем других продавцов с конкурирующими товарами.

При установлении цен на уже существующие товары применяют, как правило, две разновидности политики (стратегий): установление скользящей падающей цены; стратегия преимущественной цены.

Стратегия скользящей падающей цены является логическим продолжением стратегии «снятия сливок». Применяется, когда предприятие застраховано от конкуренции. Цена последовательно скользит по кривой спроса, т.е. изменяется в зависимости от спроса и предложения товара.

Стратегия преимущественной цены является продолжением стратегии прочного внедрения. Применяется, когда есть опасность внедрения конкурентов в область деятельности предприятия. Суть ее — в достижении преимущества по отношению к конкуренту по издержкам производства или качеству товара. В первом случае цена устанавливается ниже цен конкурентов, во втором — выше цен конкурентов, чтобы товар оценивался как престижный, уникальный.

Ценовая дискриминация. Под ценовой дискриминацией понимается продажа одного и того же товара по разным ценам. Фирмы склонны применять ее в условиях, когда покупатель лишен возможности получить объективную информацию о товаре. Осуществление политики ценовой дискриминации предполагает выполнение следующих условий:

- 1) продавец должен быть в состоянии разделить рынок на сегменты с разной ценовой эластичностью спроса;
- 2) продавец должен быть в состоянии изолировать друг от друга эти сегменты рынка;
- 3) должны существовать определенные ограничения конкуренции, в силу которых покупатели утрачивают возможность обладать полной информацией о продукции и рыночных ценах.

Ценовая дискриминация по географическому признаку местонахождения товара. Сравните цены на бутылку минеральной воды на пляже, в магазине в центре города и на

окраине города. Фирмы розничной торговли, владеющие сетью магазинов, продают товары по относительно высокой цене в одной части города и по относительно низкой — в другой. Разница в цене в разных городских районах может объясняться, к примеру, различием в уровне доходов проживающего в них населения. Такое положение часто возникает, когда фирма реализует продукцию как на внутреннем, так и на внешнем рынке. В этом случае предприятие, как правило, испытывает более серьезную конкуренцию на внешнем рынке. Поэтому экономически оправдано установление более низкой цены на экспортируемые товары. Такая форма ценовой дискриминации называется *демпингом*. Допустимая разница внутренних и экспортных цен не может превышать сумму транспортных издержек на доставку товара за границу и возможных таможенных налогов страны-импортера. Если же разница в ценах превышает эту величину, то возникает опасность, что данный товар будет реэкспортироваться в страну своего происхождения и составит ценовую конкуренцию товару, продаваемому на внутреннем рынке.

Ценовая дискриминация по категориям покупателей. В ряде случаев некоторым категориям потребителей предоставляется возможность приобретать товары или услуги по ценам ниже обычных. Детские билеты на спортивные соревнования, театральные спектакли и другие мероприятия, как правило, стоят значительно дешевле взрослых. Пенсионеры пользуются значительными льготами при поездках на городском транспорте, в поездках, стоимость входного билета в музей будет различной для обычного гражданина, студента, пенсионера либо иностранного гражданина. Политика ценовой дискриминации обуславливается тем, что ценовая эластичность спроса у названных категорий покупателей выше, чем у остальной части населения. В таких случаях группы потребителей легко выделяются и изолируются от других с помощью, например, удостоверения личности или студенческого билета.

Ценовая дискриминация по способам применения товаров. Можно привести целый ряд примеров осуществления ценовой дискриминации по способам применения товаров. Так, электроэнергия для промышленного потребления стоит меньше, чем электроэнергия, используемая в домашнем хозяйстве; электроэнергия в квартирах, где используются электрические кухонные плиты, дешевле, чем в квартирах, оборудован-

ных газовыми плитами; технический спирт дешевле пищевого и т.д.

Ценовая дискриминация по ощущаемой ценности товара.

В данном случае исходная цена на один и тот же товар может быть откорректирована в зависимости от покупательского его восприятия. Так, в разных торговых заведениях цена на чашку кофе будет различна: от минимальной в закусочной она возрастет в гостиничном кафе, еще в большей степени — при подаче в номер отеля и составит максимальную величину в шикарном ресторане.

Ценовая дискриминация с учетом временно́го фактора.

В целом ряде случаев ценовая дискриминация осуществляется путем установления более низких цен в какие-то определенные периоды времени. Например, билеты в кинотеатр на утренний сеанс стоят дешевле, чем на вечерний, или телефонные компании устанавливают льготные тарифы на пользование телефоном с 19.00 до 8.00 ч. Цена на один и тот же товар может меняться в зависимости от сезона, дня недели, времени суток. Принимая решение об осуществлении ценовой дискриминации указанного выше типа, фирмы преследуют цель более равномерно загружать свои производственные мощности. С помощью относительно низких цен они стимулируют клиентов пользоваться услугами в те временные отрезки, когда спрос на эти услуги сравнительно невысок.

Неявная (скрытая) ценовая дискриминация. Когда продавцу трудно изолировать различные группы покупателей друг от друга, он начинает предлагать один и тот же товар под разными названиями, в разной упаковке для того, чтобы у одной группы создалось впечатление, что они покупают лучший товар, чем представители других групп.

Ценовые скидки. Не всегда легко определить, имеет ли место ценовая дискриминация при установлении ценовой скидки. Ценовые льготы, предоставляемые, например, членам какого-либо союза или общества, в большинстве случаев можно отнести к формам ценовой дискриминации. Однако предоставление скидки в связи с закупкой большего количества товара, величина которой равна сумме снижения издержек продавца, нельзя считать проявлением ценовой дискриминации. Правда, на практике величина таких скидок часто намного превосходит величину снижения издержек, и в таких случаях следует говорить об осуществлении ценовой дискриминации.

Рассмотрим **инициативное изменение цены**. На корректировку исходной цены влияют следующие факторы.

1. *Долговременный или меняющийся (гибкий) характер цены*, например исходная цена пакета молока 10 руб. может варьироваться в зависимости от времени продажи от 9 (ночь) до 11 руб. (утро), чутко реагируя на изменение конъюнктуры спроса и предложения. Но может быть установлена и стандартная (постоянная) цена. В этом случае у потребителя возникает ассоциация определенного товара с определенной ценой.

2. *Установление психологически правильных цен*. Исходная цена может быть откорректирована с учетом психологического эффекта ее восприятия. Окончательную цену устанавливают на товар на несколько рублей ниже от какой-нибудь «круглой» суммы.

3. *Установление окончательной цены в рамках товарной номенклатуры*. Многие предприятия выпускают кроме профильной продукции еще и другие сопутствующие товары, которые реализуются одновременно с основными. В этом случае возникает проблема установления цены на дополнительные товары. Предприятия, в номенклатуре которых, как в данном случае, имеются взаимодополняемые товары, могут в ценах на эти товары перераспределять издержки, т.е. в цену одного товара включать издержки или часть издержек другого товара. Такая же проблема возникает и при установлении цен на обязательные принадлежности, выпускаемые и рекламируемые одновременно с основным товаром. Например, принтеры могут продаваться по более низким ценам, так как часть издержек возмещается в цене расходных материалов, производящихся этой же фирмой.

4. *Установление окончательной цены в рамках товарного ассортимента*. Основная задача, которая решается предприятием в этом случае, заключается в том, чтобы качественные различия одного и того же вида товара, ощущаемые потребителем, оправдывали разницу в ценах. Например, улучшенные качественные параметры стирального порошка «Ариэль» диктуют более высокую цену по сравнению со стиральным порошком «Тайд». При этом оба выпускаются компанией *Procter&Gamble* и входят в одну ассортиментную группу.

5. *Установление окончательной цены с учетом транспортных расходов*. Окончательная цена на товар должна включать в себя величину транспортных расходов по до-

ставке товара. В зависимости от величины этих расходов и способов их отражения может быть построена целая система цен.

6. *Установление цен со скидками.* В целях стимулирования сбыта продукции и ускорения процесса реализации исходная цена может изменяться под воздействием системы скидок с цены. Существуют скидки:

- за платеж наличными;
- количество закупаемого товара. При оптовой закупке цена может быть снижена по сравнению с продажей данного товара в розницу;
- срочность оплаты товара;
- функциональные — это скидки в сфере торговли, предлагаемые службам товародвижения, которые выполняют определенные функции по продаже, хранению товара, ведению учета. Они стимулируют сбыт продукции;
- сезонные;
- постоянным покупателям;
- к праздничным дням;
- периодические в рекламных целях;
- зачеты — вид скидки с цены, когда происходит уменьшение цены покупки при сдаче старого товара на величину его стоимости.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Что такое цена?
2. Назовите всех тех, чьи интересы учтены в розничной цене пакетика жевательной резинки.
3. Для чего нужны франко-цены?
4. В чем состоит алгоритм ценообразования?
5. Что такое политика ценообразования?
6. Каковы основные виды ценовой политики и условия их применения?
7. Какие основные методы ценообразования вам известны?
8. Что понимают под ценовой дискриминацией?

Резюме к главе 2

1. Результатом производственно-хозяйственной деятельности фирмы является создание (производство) благ, которые принимают вид продукции. Потребителя интересует, прежде всего, натурально-вещественный, реальный вид продукции, поскольку именно совокупность свойств

продукции позволяет ему удовлетворить потребности, и поэтому продукция обладает потребительской ценностью. За это потребитель готов отдать некоторое количество денежных знаков.

2. В каждый момент времени продукция предприятия может иметь вид готовой продукции, незавершенного производства и продукции, изготавливаемой для собственного потребления. Готовая продукция, предназначенная для продажи, называется товаром. Товар может принимать вид изделия, услуг (работ) или продукта.

3. Система показателей объема продукции характеризует его с натурально-вещественной стороны — это натуральные показатели — объем (шт., кг, м и т.д.), номенклатура и ассортимент продукции. А также с точки зрения затрат времени — это трудовые (временные) и стоимостные показатели объема (стоимость валовой, товарной, реализованной, чистой продукции). При этом надо различать объем производства и объем продаж.

4. Для того, чтобы продать товар, надо убедить покупателя, что товар обладает совокупностью свойств, обуславливающих его пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с его назначением, т.е. обладать соответствующим качеством. Для этого производитель должен изучать потребности граждан или создавать в их сознании потребности, а государственные организации — налаживать систему контроля как качества, так и формирования потребностей.

5. Количество денег, которое в конечном итоге уплачивается за товар, — это денежное выражение потребительской ценности товара. В этом смысле цена — это количество денег. Исходная цена — это количество денег, которое продавец хочет получить с покупателя. Поэтому установление этого количества — чаще всего проблема продавца и называется проблемой ценообразования. Действия предприятия по расширению или сохранению объема продаж называются ценовой политикой.

Для того чтобы добиться запланированного результата — произвести и продать заданный объем продукции — предприятию необходимы ресурсы, т.е. возможности. Вопросы формирования этих возможностей будут рассмотрены в следующей главе.

Глава 3

РЕСУРСЫ

ПРОИЗВОДСТВЕННО–ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В результате изучения главы 3 студент должен:

знать

- количественные и качественные особенности ресурсов производственно-хозяйственной деятельности, понимать разницу между капиталом, фондами и средствами;
- особенности формирования и изменения натурально-вещественной и денежной (стоимостной) формы ресурсов;
- источники образования и формирования ресурсов;

уметь

- конструировать показатели эффективности использования ресурсов;

владеть

- навыками анализа показателей эффективности использования ресурсов.
-

Ресурсы (фр. *ressources*) — средства, запасы, возможности. Для того чтобы получить те результаты, о которых говорилось в предыдущей главе, необходимо иметь возможности создания блага (продукции) и получения прибыли. Очевидно, что прежде всего предпринимателей и менеджеров интересует натурально-вещественная форма этих ресурсов. Фирме как экономическому элементу необходимо то, *из чего делается продукция, то, чем делается, и те, кто будет это делать*. В экономической литературе традиционно ресурсами предпринимательской деятельности считаются труд, земля, капитал и предпринимательские способности. Встречается упоминание об управленческих, интеллектуальных и некоторых других видах ресурсов. Однако в экономической теории при рассмотрении производственных функций традиционно используют два вида ресурсов или два фактора — труд и капитал. Это, на наш взгляд, совершенно справедливо, поскольку предпринимательские и интеллектуальные способности — это характеристики качества рабочей силы или трудовых ресурсов. Земля же в качестве фактора производства или ресурса учитывается как одна из форм капитала.

Как и в случае с продукцией, при изучении ресурсов будем рассматривать их натурально-вещественную и стоимостную, денежную форму.

3.1. Труд. Персонал фирмы и оплата труда

3.1.1. Труд как ресурс

Во всей совокупности ресурсов трудовые занимают особое место. Предприятию необходима способность человека-работника к определенным видам трудовой деятельности, именно поэтому предприятие приобретает этот ресурс. Но дело в том, что носителем этого ресурса является человек, и способность к труду неотделима от носителя – работника. Однако работник лишь частично реализуется на производстве. Его бытие не ограничивается только производственной деятельностью. Работник как личность является чьим-то мужем, отцом, болельщиком футбольной команды, любителем рыбалки, т.е. он реализуется во множестве социальных контактов. Поэтому он не выступает пассивным объектом управления в отличие от станков или сырья. Наряду с денежным аспектом управления этим видом ресурса, значительную роль играют и неденежные аспекты. Это условия труда, микроклимат в коллективе, перспективы продвижения по службе и профессионального роста. Кроме того, работник может входить в состав неформальных групп людей, общение с которыми будет оказывать влияние на поведение их друг с другом и соответственно на эффективность выполняемых заданий.

Так как носителем ресурса является человек, гражданин, то в отличие от других видов ресурсов государство играет важную роль в установлении цен на данный вид ресурса. Трудовое законодательство предусматривает для работников определенных профессий ряд дополнительных льгот (снижение возраста выхода на пенсию, увеличение продолжительности очередного отпуска, бесплатная выдача специальной одежды и питания и др.).

Итак, человек обладает рядом свойств, обуславливающих его способность производить блага, является рабочей силой. Рабочая сила как товар имеет качества, которые позволяют удовлетворить потребности предприятия. Натурально-вещественной составляющей рабочей силы выступают люди-работники, которые на уровне предприятия принима-

ют вид *персонала*. За этот товар предприятие готово платить деньги. Денежной или стоимостной составляющей трудовых ресурсов является *оплата труда персонала*.

3.1.2. Персонал фирмы

Предприятие как приобретатель ресурса нуждается прежде всего в натурально-вещественном, реальном компоненте этого ресурса, т.е. необходимы люди, которые могут выполнять различные функции по профессиям, специальностям и с соответствующей квалификацией.

Персонал фирмы — это совокупность физических лиц, состоящих с фирмой как юридическим лицом в отношениях, регулируемых договором найма.

В отношениях могут состоять не только наемные работники, но и физические лица — собственники или совладельцы фирмы, если они помимо причитающейся им части доходов принимают участие в деятельности фирмы и получают за это соответствующую оплату.

Планирование потребности в персонале предполагает классификацию работников по различным критериям.

На крупных фирмах весь персонал по принципу участия в производственной деятельности делится на две категории:

- 1) *промышленно-производственный*, занятый производством и его обслуживанием;
- 2) *непромышленный*, находящийся на балансе предприятия (работники жилищно-коммунального хозяйства, детских, лечебно-санитарных учреждений и др.).

Независимо от сферы приложения труда персонал подразделяется на категории по характеру выполняемых функций. Разнообразие функций, осуществляемых персоналом предприятия, требует классификации работников внутри каждой функциональной группы по профессиям, специальностям и уровню квалификации. Это необходимо для планирования потребности в кадрах и организации оплаты их труда.

Под **профессией** понимают определенный род деятельности, обусловленный совокупностью знаний и трудовых навыков, полученных работником в результате специального обучения или на практике.

Специальность — это вид деятельности в рамках профессии, которая требует дополнительных навыков и знаний

для выполнения работы на конкретном участке производства. Так, профессия врача включает в себя множество специальностей, например терапевт, стоматолог, хирург; профессия слесаря — специальности слесаря-механика, слесаря-ремонтника, слесаря-сборщика и др.

Квалификация — это совокупность знаний и навыков, позволяющих выполнять работы определенной сложности, или степень, уровень подготовленности работника.

Именно потому, что носителями рабочей силы являются граждане, государство разрабатывает стандарты, нормы и нормативы использования рабочей силы, системы и размеры оплаты труда, пенсионного возраста и т.п. Принятие решений в области управления персоналом, распределение работников по профессиям и занятиям осуществляется на основе классификаторов профессий, должностей и тарифных разрядов, действующих как государственный стандарт¹. Определение численности персонала по различным категориям, профессиям, специальностям и квалификации осуществляется на основе норм и нормативов. При этом нормирование труда преследует достижение двух взаимосвязанных целей: обеспечение предприятия необходимым персоналом и воспроизводство рабочей силы.

В силу специфики трудовых ресурсов нормирование труда в настоящее время из чисто инженерной, технической задачи превращается в комплексную социально-экономическую задачу. В связи с этим нормирование труда на предприятиях должно обеспечить нормальную интенсивность труда, сохранение здоровья, соблюдение интересов работника в части содержательности работ, способствовать обеспечению перспектив профессионально-квалификационного роста и т.п.

Измерителем труда является **рабочее время**, необходимое для производства единицы продукции в сложившихся условиях производства. Все рабочее время подразделяется на время работы и время перерывов (рис. 3.1).

Норма труда — это норма времени, т.е. это величина и структура затрат рабочего времени, необходимого для выполнения данной работы, на основе которой рассчитывают-

¹ В настоящее время в России действует Общероссийский классификатор профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов ОК 016–94. Принят и введен в действие постановлением Госстандарта РФ от 26 декабря 1994 г. № 367.

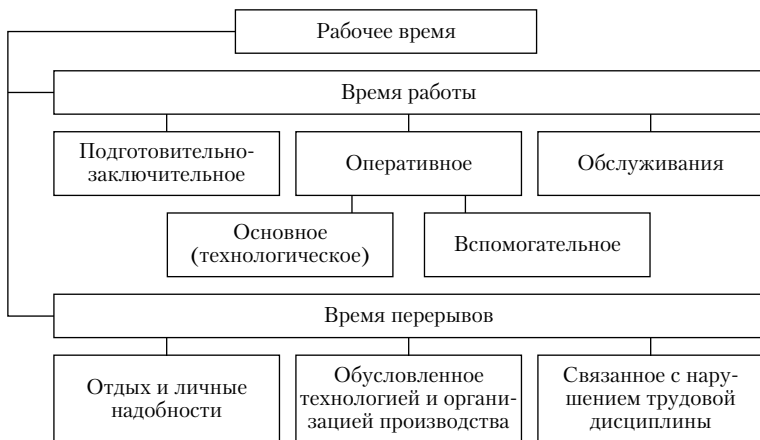


Рис. 3.1. Структура рабочего времени

ся другие нормы: выработки, обслуживания, численности, управляемости и т.д. Эти нормы, наряду с производственной программой, являются исходными данными для расчета требуемой численности работающих на нормируемых работах. На основе этих норм рассчитывают фонд заработной платы, себестоимость продукции не только в целом по предприятию, но и на уровне подразделений. На основе нормирования труда осуществляется учет и оценка индивидуального и коллективного труда, поощрение и стимулирование деятельности работников и коллективов.

Время работы — период, в течение которого производятся трудовые действия.

Подготовительно-заключительное время связано с началом и окончанием конкретного задания. Оно не зависит от объема работы, устанавливается на партию или в целом на задание. Например, ознакомление с чертежом, схемой или условиями изготовления и т.п.

Оперативным называется время, в течение которого изменяется предмет труда. Оно повторяется с каждой единицей продукции. Его затраты подразделяются на основное (технологическое) и вспомогательное время.

Основное, или технологическое, время затрачивается на изменение предмета труда, его размера, формы, качества, структуры, физико-химических свойств и т.д.

Вспомогательное время затрачивается на загрузку сырья и заготовок, готовой продукции, управление оборудовани-

ем, изменение режимов работы, переходы исполнителя при выполнении работы, контроль процесса и др.

Время обслуживания рабочего места включает в себя затраты по уходу за рабочим местом и поддержанием оборудования и инструмента в рабочем состоянии. В механизированных и автоматизированных процессах оно делится на время технического и организационного обслуживания.

Время перерывов — это время, когда работник по каким-либо причинам не работает. Перерывы делят на плановые и неплановые. Плановые перерывы обусловлены физиологическими и психологическими особенностями человека-работника, т.е. человеку необходимо пить, есть, отправлять естественные надобности и пр. Кроме того, человек в отличие от всех других ресурсов может нарушать трудовую дисциплину.

Нормы времени устанавливаются не для всех работников. Чаще применяются нормы выработки.

Норма выработки — это количество натуральных единиц продукции, которое должно быть изготовлено в единицу времени в определенных условиях одним или группой рабочих.

Однако труд ряда работников в силу выполняемых функций не может быть нормирован, например труд директора, конструктора и т.п. В этом случае говорят о ненормируемом характере рабочего времени. Там, где трудно установить нормы времени и нормы выработки, определяют *нормы обслуживания* и *нормы численности*, например, единиц оборудования, рабочих мест, квадратных метров площади, клиентов, которые должны обслуживаться одним работником или группой, закрепленными за определенным участком работы.

3.1.3. Оплата труда

Применительно к работодателю (фирме) оплата труда является платой за купленный ресурс — рабочую силу. Оплата труда — более широкое понятие, чем заработная плата. Помимо заработной платы она включает в себя различные начисления: на обязательное медицинское, социальное и пенсионное страхование. Кроме того, в оплату труда могут входить и другие траты работодателя, которые он несет для того, чтобы привлечь рабочую силу. Например, дополнительное медицинское страхование работника и членов их семей, оплату питания, проезда, путевок и т.п. Необходимо отметить, что в российском законодательстве по состоянию на

2013 г. понятия заработной платы и оплаты труда рассматриваются законодателем как синонимы¹.

Заработная плата — это рыночная цена товара «рабочая сила», по которой работник продает ее фирме. Именно эта часть оплаты труда выступает для работника в качестве платы за его рабочую силу. Как правило, заработная плата определяет воспроизводственный минимум и формируется на основе сложившегося уровня оплаты труда данного качества, уровня потребления данной социальной группы.

Функции оплаты труда. Оплата труда выполняет воспроизводственную, стимулирующую, измерительно-распределительную и ресурсно-разместительную функции.

Воспроизводственная функция предусматривает обеспечение работников необходимыми жизненными благами для воспроизводства рабочей силы. Эта функция тесно связана с установлением государством минимального размера заработной платы. Минимальная заработная плата на первых порах в странах с рыночной экономикой определялась затратами на воспроизводство неквалифицированной рабочей силы, выполняющей простые работы в нормальных организационно-технологических и природных условиях, близкими к биологическому минимуму. Но по мере экономического развития минимальная заработная плата стала приближаться к социальному минимуму, который включает в себя потребности, связанные с функционированием индивида как члена общества, а не только как носителя рабочей силы. Решающую роль в определении размера минимальной заработной платы играют материальные потребности работников и их семей, уровень платы за аналогичный труд в сопоставимых отраслях и специальностях.

Во многих развитых странах уровень минимальной заработной платы связывается с общей экономической ситуацией. Определяющей точкой отсчета является средняя заработная плата. По заключению Международной организации труда, считается справедливой минимальная заработная плата, достигающая 68% национальной средней заработной

¹ Федеральный закон от 30 июня 2006 г. № 90-ФЗ «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации, признании не действующими на территории Российской Федерации некоторых нормативных правовых актов СССР и утратившими силу некоторых законодательных актов (положений законодательных актов) Российской Федерации» ст. 129 Трудового кодекса РФ (ТК РФ).

платы. Однако в ряде стран (в том числе и в России) размер минимальной заработной платы не может выполнять воспроизводственную функцию и является компромиссом между социальными потребностями и экономическими возможностями. Так, минимальная заработная плата в Российской Федерации в 2003 г. — 600 руб. в месяц, в 2006 г. — 1100 руб., в 2009 г. — 4300 руб., в 2013 г. — 5205 руб.

Стимулирующая функция (от лат. *stimulus* — остроконечная пастушья палка) состоит в том, чтобы увязать результаты труда работника с его оплатой. Причем эта зависимость должна заинтересовывать работника в постоянном улучшении результатов труда, стимулировать повышение квалификации и профессионального мастерства, а также не позволять работать плохо. Реализация стимулирующей функции является одним из условий мотивации труда. Утрата или ослабление этой функции снижает производительность труда, качество продукции и, в конечном счете, ее конкурентоспособность.

Измерительно-распределительная функция обеспечивает распределение дохода между наемными работниками и работодателями. Выполнению этой функции способствуют соглашения, заключаемые как на федеральном уровне (Генеральное тарифное соглашение), так и на уровне субъектов РФ: региональные, отраслевые и территориальные, а также на уровне предприятий, в разработке и заключении которых принимают участие как государственные органы, так и профсоюзные организации.

Ресурсно-разместительная функция выражается в оптимизации размещения трудовых ресурсов по регионам и отраслям, предприятиям. Ее реализация зависит от уровня развития рыночных отношений в сфере трудовых ресурсов, инфраструктуры рынка труда, мер по регулированию занятости и защиты внутреннего рынка труда и др.

Различают номинальную и реальную заработную плату. *Номинальная заработная плата* — это сумма причитающихся работнику денежных средств. В свою очередь она подразделяется на начисленную и выплаченную заработную плату, т.е. полученную работником на руки. Различия между ними возникают в силу взимания подоходного налога.

Реальная заработная плата отражает покупательную способность денег, т.е. тот объем товаров и услуг, который работник в состоянии приобрести на свою номинальную заработную плату.

Для реализации функций заработной платы в основу ее организации должны быть положены три принципа.

1. *Дифференциация заработной платы в зависимости от трудового вклада работника.* Дифференциация должна отвечать следующим требованиям:

- минимальный размер вознаграждения (или увеличения) должен быть ощутимым для работника. Иначе пропадает стимулирующая значимость и весомость такого вознаграждения;

- уровень критерия (показателя), по достижении которого наступает право на вознаграждение, должен быть достаточно напряженным, но реальным;

- время между окончанием очередного периода (выполнения работы) и получением вознаграждения должно быть минимальным;

- нормы труда и расценки по заработной плате должны быть стабильными и не пересматриваться, если повышение производительности труда явилось заслугой работника.

2. *Повышение реальной заработной платы.* На реальную заработную плату существенное влияние оказывают уровень цен на потребительские товары, что должно компенсироваться индексацией заработной платы.

3. *Обеспечение опережающих темпов роста производительности труда над темпами роста средней заработной платы.* Реализация этого принципа обеспечивает установление оптимальных соотношений между фондами потребления и накопления на предприятии.

Формы и системы оплаты труда. Последовательность работы по организации заработной платы предполагает выбор систем и формы оплаты труда.

Различают *тарифную* и *бестарифную оплаты труда*. Есть также *смешанные* системы, которые содержат одновременно признаки тарифной и бестарифной систем оплаты труда, коллективной и индивидуальной организации заработной платы. Среди смешанных систем выделяют комиссионную форму оплаты и так называемый дилерский механизм. *Комиссионная форма* предполагает оплату труда работника по заключению какой-либо сделки (договора) от лица предприятия в комиссионных процентах от размера этой сделки. Такой метод расчета заработной платы возможен и в пределах самого предприятия, например для работников подразделений сбыта, внешнеэкономической службы и др. *Дилерский механизм* предусматривает закупку работником

части продукции предприятия за свой счет с последующей его реализацией собственными усилиями. В этом случае работник рассчитывается с предприятием после реализации продукции по заранее оговоренной цене.

Тарифная система оплаты труда. Основной системой заработной платы является тарифная.

Тариф — это абсолютный размер оплаты. Основными элементами тарифной системы являются: тарифные ставки, тарифные сетки, тарифно-квалификационные справочники, районные коэффициенты к заработной плате, надбавки и доплаты к тарифным ставкам, премирование.

Тарифные ставки составляют основу тарифной системы: *сдельная*, при которой тариф устанавливается за каждую единицу продукции или выполненный объем работ; *повременная*, при которой тариф устанавливается за единицу отработанного времени.

Для повышения мотивационной функции заработной платы на предприятиях применяют различные модификации сдельной и повременной оплаты труда (табл. 3.1).

Для руководителей, специалистов и служащих используется система должностных окладов. *Должностной оклад* — абсолютный размер заработной платы, устанавливаемый в соответствии с занимаемой должностью. Он может составлять определенный диапазон — от минимального до максимального значения.

Применение тех или иных форм и модификаций оплаты труда обусловлено задачами фирмы и особенностями форм оплаты. *Повременная оплата* используется обычно при оплате работ, где скорость работ, а следовательно, количество продукции, произведенной в единицу времени, не зависит от индивидуальных усилий рабочего (например, на конвейере).

Таблица 3.1

Модификации сдельной и повременной оплаты труда

Сдельная оплата труда	Повременная оплата труда
Простая сдельная	Простая повременная
Сдельно-премиальная	Повременно-премиальная
Косвенно-сдельная	Почасовая
Аккордная	Поденная
Сдельно-прогрессивная	Понедельная
Индивидуальная	Помесячная
Коллективная подрядная	

Повременная оплата может также применяться там, где трудно или невозможно рассчитать объем выполненной работы (например, для врача скорой помощи или пожарного). Главное преимущество повременной оплаты труда состоит в том, что работник имеет гарантированный еженедельный или ежемесячный доход, не зависящий от возможного снижения уровня производства в данный период времени.

С точки зрения фирмы главным недостатком повременной оплаты является то, что она не стимулирует повышение индивидуальных усилий рабочего.

Для эффективного использования *сдельной формы оплаты труда* необходимо, чтобы машины, инструменты и материалы были одного качества. Кроме того, важно, чтобы соглашения о сдельной оплате между предприятием и работником имели под собой четкую нормативную базу для поддержания нормальной производительности труда (темпы работ, перерывы и пр.). Основу подобного рода соглашений составляют осуществляемые специалистами расчеты времени и нормативов.

С точки зрения работника, сдельная форма оплаты труда дает возможность повышения заработка. Недостаток ее состоит в жестких темпах работы и, как следствие этого, сопровождающим ее риском несчастных случаев и профессиональных заболеваний. Для предприятия существенным преимуществом сдельной оплаты является возможность стимулировать работника добиваться большей выработки. В результате основной капитал используется лучше, постоянные издержки на единицу продукции снижаются, однако появляется риск снижения качества производимой продукции.

Встречаются и смешанные формы оплаты труда, включающие в себя элементы сдельной и повременной. В связи с этим обычно говорят о стимулирующих формах оплаты или формах вознаграждения, например *сдельная оплата с гарантированным минимумом*. Так, в розничной торговле используются *смешанные формы твердых окладов в различном сочетании с комиссионными*, так как продавец, кроме своих реализационных функций, зачастую выполняет функцию консультанта, которого покупатель всегда может застать на рабочем месте. Эти условия говорят в пользу твердых окладов, но твердый оклад не стимулирует усилий продавца по достижению большего объема реализации. Комиссионные, как правило, составляют определенный процент от величины оборота, достигнутого продавцом. Твердые оклады отно-

сятся к постоянным издержкам предприятия, а комиссионные — к переменным.

Следует также упомянуть, что основной формой оплаты труда руководителей и специалистов являются *твердые оклады* (должностные оклады), поскольку выполняемый ими объем работ трудно измерить. Для того чтобы стимулировать производительность труда данной группы работников, кроме твердых окладов применяют дополнительное вознаграждение в виде *бонусов*, обычно соотносимых с прибылью. Некоторые фирмы заключают соглашение со своими сотрудниками (или группами сотрудников) о той или иной форме распределения прибыли, по которому предприятие распределяет часть своих доходов (прибыли) в форме наличных выплат (кроме акций в АО) среди своих сотрудников.

Тарифная сетка — это совокупность тарифных разрядов и соответствующих им тарифных коэффициентов. Тарифная сетка устанавливает соотношения в оплате труда в зависимости от уровня квалификации работников. При этом тарифный коэффициент низшего разряда принимается равным единице. Тарифные коэффициенты последующих разрядов показывают, во сколько раз соответствующие тарифные ставки больше тарифной ставки первого разряда. Основой для расчета заработной платы рабочих является тарифный разряд, присвоенный каждому из них по итогам периодически проводимых испытаний (аттестаций). Уровень квалификации специалистов и служащих определяется, как правило, исходя из наличия диплома о высшем или среднем специальном образовании, а также по итогам периодически проводимых аттестаций. В зависимости от достигнутых результатов в процессе трудовой деятельности уровень оплаты труда может корректироваться. Исключения составляют государственные служащие и работники бюджетных организаций, труд которых оплачивается исходя из должностных окладов, устанавливаемых по категориям (или классам).

Тарифно-квалификационные справочники — нормативные документы, с помощью которых устанавливаются разряды работы и работников. В них содержится информация о том, что должен знать теоретически и уметь практически работник каждого разряда, каждой специальности. Они, как правило, состоят из трех разделов: «Характеристика работ», «Должен знать» и «Примеры работ». В соответствии со ст. 143 ТК РФ тарификация работ и присвоение тарифных

разрядов работникам производятся с учетом единого тарифно-квалификационного справочника работ и профессий рабочих, единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих. К 2010 г. существовало 72 выпуска справочника¹. В настоящее время тарифно-квалификационные справочники носят рекомендательный характер и являются нормативными лишь для предприятий, их использующих.

Районный коэффициент представляет собой законодательно установленный размер увеличения заработной платы в зависимости от места расположения предприятия. Он дифференцирован в пределах от 1,0 до 2,0.

Доплаты и надбавки чаще всего характеризуют особые условия работы конкретного работника. Все виды доплат и надбавок можно подразделить на две большие группы: компенсационные доплаты и надбавки; доплаты, носящие стимулирующий характер. Как правило, доплаты и надбавки носят персонализированный и стабильный характер. Например, надбавка к заработной плате за работу в неблагоприятных природно-климатических условиях, за совмещение профессий, надбавка за стаж работы, за работу в выходные и праздничные дни, за работу в сверхурочное время несовершеннолетним работникам в связи с сокращением их рабочего дня (до нормальной продолжительности) и т.д. Часть из них обязательна для всех предприятий и определяются законодательно, часть назначается самими предприятиями.

Премирование вводится для решения каких-то конкретных задач. Поэтому премию получит любой работник, достигший этого результата, но не получит ее при плохой работе. Величина премии может быть изменчива, носит текущий или даже разовый характер.

Большую роль в формировании тарифов на рынке труда играют соглашения, заключаемые на федеральном уровне (Генеральное тарифное соглашение), на уровне субъектов РФ (региональные, отраслевые и территориальные), а также на уровне предприятий.

Генеральное тарифное соглашение определяет размер минимальной оплаты труда в процентах к потребительской корзине; индексацию заработной платы в связи с ростом цен; соотношение в оплате по квалификационно-должностным группам; перечень сквозных профессий и должностей, требу-

¹ См.: URL: <http://www.consultant.ru/search/>.

ющих единых условий оплаты труда независимо от отрасли, и др.

Отраслевые тарифные соглашения определяют соотношение в оплате труда по основным профессионально-должностным группам, условия оплаты тяжелых и вредных работ и др.

Территориальные тарифные соглашения определяют тот же круг вопросов, что и Генеральное, но с их некоторой корректировкой с учетом территории.

Коллективный договор предприятия устанавливает конкретные размеры тарифных условий оплаты и других элементов организации заработной платы в рамках, определенных всеми предыдущими соглашениями.

Тарифные сетки и коэффициенты утверждаются соответствующими органами государственного управления (по согласованию с профсоюзными организациями). Минимальный уровень оплаты труда работника данного разряда рассчитывается как произведение законодательно установленного минимального уровня оплаты труда на тарифный коэффициент, соответствующий данному разряду.

Бестарифная система оплаты труда. В условиях тарифной системы оплаты труда достаточно сложно избавиться от уравниловки, преодолеть противоречие между интересами отдельного работника и всего коллектива, а при достижении работником высших разрядов тарифной оплаты теряется стимулирующая роль оплаты труда. Решить эти проблемы позволяет бестарифная система оплаты труда. Суть ее состоит в том, что заработная плата каждого работника предприятия от директора до рабочего представляет собой *долю работника в фонде оплаты труда (ФОТ)* всего предприятия или отдельного подразделения. В этих условиях фактическая величина заработной платы каждого работника зависит от ряда факторов: квалификационного уровня работника, коэффициента трудового участия, фактически отработанного времени.

Квалификационный уровень работника предприятия устанавливается всем членам трудового коллектива. Он может определяться по-разному: как частное от деления фактической заработной платы работника на минимальный уровень заработной платы за один и тот же период; как коэффициент, отражающий степень влияния работника на результаты работы предприятия или подразделения, и т.д. Затем, исходя из квалификационного уровня работников и квалификационных требований к работникам различных профессий, все

работники предприятия распределяются по квалификационным группам.

Система квалификационных уровней создает большие возможности для материального стимулирования более квалифицированного труда, в отличие от системы тарифных разрядов, поскольку рабочий, имеющий 5-й, 6-й разряды, уже не имеет перспективы дальнейшего своего роста, а следовательно, и заработной платы.

Квалификационный уровень работника может повышаться в течение всей его трудовой деятельности. Вопрос о включении специалиста или рабочего в соответствующую квалификационную группу решает совет трудового коллектива с учетом индивидуальных характеристик работника.

Коэффициент трудового участия выставляется всем работникам предприятия, включая директора. Этот коэффициент, периодичность его определения (один раз в месяц, квартал и т.д.) и состав показателей для расчета утверждается советом трудового коллектива. Для бестарифных моделей заработной платы характерна неразрывная связь уровня оплаты работника с начисляемым ФОТ по коллективным результатам работы. В этом смысле бестарифная система принадлежит к группе коллективных систем оплаты труда и в большей степени может отвечать задачам повышения производительности труда.

Фактически отработанное время является одним из основных факторов, влияющих на размер заработной платы. В случае если работник по каким-либо причинам не работал, его работу выполняли другие члены, которые и должны получить за это заработную плату.

Фонд заработной платы. Численность персонала, выбор систем и форм оплаты труда позволяет определить фонд заработной платы, который, по сути, является платой за трудовые ресурсы. Фонд заработной платы предприятия в целом определяется отдельно по промышленно-производственному и непромышленному персоналу и отдельно по категориям работающих: рабочим, в том числе сдельным и повременным, специалистам, служащим, руководителям.

Фонд заработной платы включает в себя как основную заработную плату, так и дополнительную. К *основной* относится плата за выполняемые работы. В нее входят тарифный фонд заработной платы, премии (за счет фонда заработной платы), доплаты и компенсационные и стимулирующие надбавки. К *дополнительной заработной плате* относятся вы-

платы, которые производятся не за выполненную работу, а в соответствии с действующим законодательством (оплата очередных отпусков, льготных часов подросткам, выходных пособий при увольнении и т.п.).

В *часовой фонд заработной платы* рабочих включается оплата сдельщиков по сдельным расценкам, повременщиков по тарифным ставкам, доплаты сдельщикам по прогрессивным расценкам, доплаты и надбавки из фонда заработной платы (условия труда, мастерство, интенсивность и др.). Плюс доплаты по законодательству, не связанные с работой (дополнительная заработная плата).

Фонд месячной (годовой) заработной платы рабочих включает в себя дневной фонд, оплату очередных и дополнительных отпусков за время выполнения различных обязанностей, не связанных непосредственно с работой.

Общий фонд заработной платы по предприятию в целом определяется сложением фондов заработной платы по всем категориям и включается в себестоимость продукции. Определенный таким образом фонд заработной платы является элементом затрат предприятия.

Если к фонду заработной платы предприятия добавить величину премий, выплачиваемых из прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, то получим ФОТ предприятия.

3.1.4. Эффективность использования трудовых ресурсов

Эффективность использования трудовых ресурсов измеряется показателями производительности труда. Прямой показатель производительности (показатель отдачи) труда называется **выработкой** и рассчитывается следующим образом:

$$\text{Выработка} = \frac{\text{Объем произведенной продукции}}{\text{Затраты трудовых ресурсов}}$$

Показатель характеризует объем продукции, изготовленной одним человеком в единицу времени. В зависимости от того, что принимается за единицу времени, различают среднечасовую, среднедневную, среднемесячную, среднегодовую выработку.

Обратные показатели производительности называются **трудоемкостью**:

$$\text{Трудоемкость} = \frac{\text{Затраты трудовых ресурсов}}{\text{Объем произведенной продукции}}$$

Трудоемкость показывает количество трудовых ресурсов, необходимых для производства единицы продукции.

Сложность определения производительности труда состоит в проблеме измерения этого показателя. Разнообразие показателей производительности труда обусловлено возможностями использования различных вариантов исчисления, как числителя (в натуральных, трудовых или стоимостных показателях), так и знаменателя (численность персонала, отработанное время, заработная плата). Однако окончательные выводы относительно эффективности, ее уровня и динамики можно делать лишь на основе анализа показателей, исчисленных с помощью как натуральных, так и стоимостных показателей труда.

Если производительность труда рассчитывается применительно к рабочему месту, бригаде, участку или к предприятию в целом, которые выпускают однородную продукцию, то используется *натуральный метод* (в штуках, тоннах, метрах квадратных и т.д.). Он прост, доступен, нагляден, достоверен, однако практически применяется как исключение, а не правило. Разновидность натурального — *условно-натуральный метод* измерения производительности труда. При этом методе различные виды продукции приравниваются к одному (преобладающему).

Когда на рабочих местах, в бригадах производится разнообразная и часто меняющаяся продукция, то объем продукции и выработку определяют в неизменных нормочасах, т.е. используют *трудоу метод* исчисления производительности труда. Такой метод измерения производительности труда возможен лишь на определенных рабочих местах, участках, но не по предприятию в целом.

На уровне предприятия и его крупных подразделений применяется *стоимостный метод* измерения производительности труда. При этом методе объемы производства продукции измеряются показателями валовой, товарной, реализованной продукции: чистая, условно-чистая, нормативно-чистая продукция, нормативная стоимость обработки.

Производительность труда — это один из важнейших показателей экономической эффективности, поскольку «кадры решают все». В этой связи чрезвычайно важен учет факторов¹, влияющих на производительность труда работников.

Применительно к предприятию все факторы можно подразделить на внутренние и внешние.

¹ *Фактор* — движущая сила, причина.

К *внешним факторам* относят причины, не зависящие от предприятия: изменение ассортимента и номенклатуры продукции в соответствии со спросом на рынке, приводящее к изменению и трудоемкости; социально-экономические условия в обществе и т.п.

Внутренними факторами являются уровень технической оснащенности предприятия, энерговооруженность труда, организация труда и производства, применяемые системы стимулирования труда, т.е. все те, которые зависят от коллектива и его руководителей.

Все факторы, влияющие на рост производительности труда, можно объединить в следующие основные группы.

1. *Изменение объема и структуры выпускаемой продукции* (увеличение объема производства, изменение ассортимента, изменение доли покупных изделий и полуфабрикатов).

2. *Повышение технического уровня производства* (внедрение новых видов оборудования, новых технологий, новых материалов и т.д.).

3. *Организация производства труда и управления*. Пожалуй, самая многочисленная группа факторов, включающая в себя новые системы, методы и модели управления, психологические и социальные факторы, в том числе это и изменение форм собственности на имущество предприятий и на результаты труда, а также демократизация коммерческой и общественной жизни и развитие самоуправления. В результате использования этих факторов изменяется материальная и моральная заинтересованность в результатах труда; уровень квалификации, профессиональное мастерство; отношение к труду, трудовой дисциплине.

4. *Отраслевые факторы, обусловленные природными, географическими или геологическими условиями* (сезонность работ в сельском хозяйстве или время нереста для рыболовства, характер месторождения минералов для добывающей промышленности и т.п.).

Резервы роста производительности труда — это возможность более полного использования всех факторов ее повышения. Резервы связаны с факторами роста производительности труда. Если фактор рассматривать как возможность, то резервы — это процесс превращения возможности в действительность.

Сущность расчетов на основе влияния факторов на величину производительности труда заключается в отыскании путей уменьшения численности занятых в результате за счет того или иного фактора.

Величина производительности труда по факторам определяется в следующем порядке.

1. Рассчитывается исходная численность промышленно-производственного персонала на плановый период при условии сохранения базисной выработки на одного работающего.

2. На основе намеченных мероприятий, направленных на повышение производительности труда, по каждому фактору определяется экономия численности промышленно-производственного персонала.

3. Полученная экономия по каждому фактору суммируется.

4. Определяется прирост производительности за счет сокращения численности и на этой основе необходимая численность персонала на запланированный выпуск продукции.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Дайте определение понятиям «персонал», «профессия», «специальность» и «квалификация».

2. Какая разница между тарифом, тарифной ставкой и тарифной сеткой?

3. На что устанавливается тариф при сдельной и повременной оплате труда?

4. Что такое «производительность труда»? Какими показателями она характеризуется?

5. Каковы основные факторы роста производительности труда?

6. В каком соотношении должны находиться темпы роста производительности и заработной платы и почему?

3.2. Основной капитал фирмы (основные фонды, основные средства)

3.2.1. Основные сведения

Главной особенностью капитала является то, что он способен приносить доход и возрастает при этом. В этом смысле деньги, имущество, земля могут быть капиталом, но только в том случае, если они вкладываются в какое-нибудь дело, которое может принести доход. В настоящее время многие фирмы вкладывают значительные денежные средства в подготовку и переподготовку персонала. Это позволило ввести в экономическую литературу понятие «человеческий капитал» в том смысле, что фирма вкладывает капитал в денежной форме в развитие профессиональных возможностей

персонала, и это позволяет увеличить доход. К человеческому капиталу можно отнести и личный опыт, и умение работника, которые он приобретает в процессе работы при условии заинтересованности и старания.

Относительно капитала необходимо сделать некоторые пояснения, поскольку в экономической литературе и хозяйственной практике используются понятия «капитал», «фонды» и «средства».

Рассматривая капитал, необходимо различать его натурально-вещественную (реальную) и денежную (стоимостную) сторону. Когда говорят, что капитал, вложенный в дело, должен возвратиться с приростом, чаще всего имеют в виду его денежную, стоимостную форму. И в этом смысле процесс движения капитала охватывает его авансирование в денежной форме, применение в производстве, реализацию произведенной продукции и возвращение капитала к денежной форме. Чаще всего именно этот процесс называется *кровообращением капитала*. В производственно-хозяйственной деятельности средства (денежный капитал, Д) авансируются на приобретение рабочей силы и средств производства (Т). В процессе производства (П) эти факторы взаимодействуют и создают новый продукт (Т'). Реализуя продукт на рынке (Т'—Д'), фирма получает обратно не только авансированные ранее средства, но и прибыль. Иными словами, капитал существует в двух формах: натуральной (реальной, вещественной) и стоимостной. Натурально-вещественную форму называют *фондами*, а их стоимостную, денежную оценку называют *средствами*. Таким образом, фонды и средства — это формы существования или представления капитала.

Характер участия капитала в бизнес-процессе предопределяет способ включения стоимости имущества в стоимость готовой продукции и является критерием разделения совокупного капитала на основной и оборотный. Одна часть капитала постепенно меняет свою натурально-вещественную форму в течение многих производственных циклов, и поэтому его стоимость частями, в виде амортизационных отчислений, включается в стоимость готовой продукции — это *основной капитал*. Другая часть капитала полностью меняет свою натурально-вещественную форму в течение одного бизнес-цикла, и поэтому его стоимость полностью включается в стоимость готовой продукции — это *оборотный капитал*.

3.2.2. Основной капитал

Состав и структура основного капитала. Процесс производства продукции состоит из большого числа различных этапов и операций. Поэтому детальная классификация основного капитала строится с учетом производственных функций.

Основной капитал — это часть капитала, которая, участвуя в производственном процессе, меняет свою натурально-вещественную форму постепенно, и его стоимость включается (переносится) в готовый продукт по частям.

Фонды — натурально-вещественная часть капитала. В зависимости от назначения и сферы применения различают *производственные* и *непроизводственные фонды*. В свою очередь производственные основные фонды могут подразделяться на *промышленно-производственные* (прямо или косвенно участвующие в производстве промышленной продукции) и *непромышленные*. В основных фондах выделяют активную и пассивную части. *Активная часть* включает в себя передаточные устройства, машины и оборудование (без учета отраслевой специфики), транспортные средства. *Пассивная часть* основных фондов является вспомогательной и обеспечивает процесс работы активных элементов.

Кроме того, основные фонды подразделяются на материальные и нематериальные. Ведущая (определяющая) роль отводится материальным основным фондам (материальным активам).

К **материальным активам** относятся:

1. Земельные участки, объекты природопользования (вода, недра и другие природные ресурсы).

2. Многолетние насаждения (сады, виноградники и т.п.), а также капитальные вложения в многолетние насаждения, коренное улучшение земель.

3. Скот рабочий, продуктивный и племенной.

4. Здания — архитектурно-строительные объекты, предназначенные для создания необходимых условий труда. В них размещаются основные, вспомогательные и обслуживающие производства, лаборатории, склады, заводоуправление и др.

5. Сооружения — инженерно-строительные объекты, предназначенные для осуществления технических функций, не-

обходимых для производства и не связанных с изменением предметов труда (насосные станции, тоннели, мосты, очистные сооружения, эстакады и т.д.).

6. Передаточные устройства. С их помощью передается энергия различных видов (электрическая, тепловая, механическая) от машин-двигателей к рабочим машинам, а также жидкие и газообразные вещества (нефте-, газопроводы и т.д.).

7. Машины и оборудование, в том числе силовые машины и оборудование, предназначенные для выработки и преобразования энергии, — генераторы, двигатели и т.д.; рабочие машины и оборудование, используемые непосредственно для воздействия на предмет труда, т.е. для непосредственного участия в технологическом процессе (станки, прессы, молоты и другое основное и вспомогательное оборудование); измерительные и регулирующие приборы и устройства, лабораторное оборудование; вычислительная техника; прочие машины и оборудование.

8. Транспортные средства. Они предназначены для транспортировки грузов и людей и передвижения в пределах предприятия и вне его.

9. Инструменты всех видов и прикрепляемые к машинам приспособления, служащие для обработки изделия (зажимы, тиски и т.д.).

10. Производственный инвентарь для облегчения производственных процессов (операций) — рабочие столы, верстаки, а также для хранения жестких и сыпучих тел, охраны труда и т.д.

11. Хозяйственный инвентарь конторского и хозяйственного назначения: шкафы, столы, пишущие машинки, вешалки, копировальные устройства и др.

12. Прочие основные фонды, например библиотечные, архивные фонды.

Под **нематериальными активами** понимают такие активы, которые, не обладая материально-вещественной формой, тем не менее:

- имеют денежную оценку;
- используются в течение длительного периода (свыше одного года);
- приносят доход;
- обладают способностью отчуждения.

К нематериальным основным фондам (нематериальным активам) относятся четыре больших класса: интеллектуаль-

ная собственность, имущественные права, отложенные расходы и деловая репутация организации. В соответствии со ст. 1225 ГК РФ результатами интеллектуальной деятельности и приравненными к ним средствами индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которым предоставляется правовая охрана (интеллектуальной собственностью), являются:

1) произведения науки, литературы и искусства; исполнения; фонограммы; сообщение в эфир радио- или телепередач;

2) программы для ЭВМ, базы данных; топологии интегральных микросхем;

3) изобретения;

4) полезные модели;

5) промышленные образцы;

6) селекционные достижения;

7) секреты производства (ноу-хау);

8) наименования мест происхождения товаров; фирменные наименования;

9) товарные знаки и знаки обслуживания;

10) коммерческие обозначения.

Рассмотрим подробнее некоторые из них.

Изобретение подлежит правовой охране, если оно является новым, имеет изобретательский уровень и промышленно применимо (устройство, способ, вещество, штамм, микроорганизм, культуры клеток растений и животных) или является известным устройством, способом, веществом, штаммом, но имеет новое применение.

Промышленный образец — это художественно-конструкторское решение, определяющее внешний вид изделия. Отличительными признаками промышленного образца являются его новизна, оригинальность и промышленная применимость.

Полезная модель представляет собой конструктивное выполнение из составных частей. Отличительные признаки полезной модели — новизна и промышленная применимость.

Товарный знак и знак обслуживания — обозначения, позволяющие различать соответственно однородные товары и услуги разных юридических или физических лиц. Товарные знаки могут быть словесными (сочетание отдельных букв, цифр, фамилия), изобразительными (рисунки, графические символы, сочетания цветов), объемными (форма изделий или упаковки) и т.д.

Наименование места происхождения товара — название страны, населенного пункта или другого географического объекта, используемое для обозначения товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными или людскими факторами, либо обоими факторами одновременно.

Фирменное наименование — индивидуальное название юридического лица. Оно регистрируется при государственной регистрации юридического лица и действует все время его существования. Правовой формой использования товарного знака, знака обслуживания и фирменного наименования является лицензионный договор.

Ноу-хау — информация технического, организационного, служебного или коммерческого характера, имеющая действительную или потенциальную коммерческую ценность в связи с неизвестностью ее третьим лицам. К этой информации нет свободного доступа.

Структура основных производственных фондов зависит от их производственно-технологических особенностей бизнеса. В добывающих отраслях промышленности наибольший удельный вес занимают сооружения, служащие для вскрытия месторождений, откатки полезного ископаемого, вентиляции; в обрабатывающих отраслях выше доля оборудования и зданий. В консультационной фирме очевидно большую часть составляют нематериальные активы. В Российской Федерации современная типовая классификация основных фондов содержится в Общероссийском классификаторе основных фондов и Правилах бухгалтерского учета¹.

Стоимостная оценка основного капитала. Размер основного капитала в силу видового многообразия основных фондов может быть определен только в стоимостном выражении. В зависимости от времени приобретения (изготовления) и состояния основных фондов существуют четыре варианта их статической оценки, которые можно представить в виде мнемонической таблицы (табл. 3.2).

Полная первоначальная стоимость представляет собой сумму фактических затрат предприятия на приобретение, сооружение, изготовление, за исключением налога на добавленную стоимость (НДС).

¹ Общероссийский классификатор основных фондов ОКОФ 013–94 (утв. постановлением Госстандарта России от 26 декабря 1994 г. № 359). С изменениями (постановление Правительства РФ от 18 ноября 2006 г. № 697), а также Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» (ПБУ 6/01). Источник: URL: <http://consultant.ru>.

Таблица 3.2

Виды статической оценки стоимости основного капитала

Стоимость с учетом времени оценки	Стоимость по состоянию	
	Полная	Остаточная
Первоначальная	Цена + Доставка + Монтаж	Полная первоначальная стоимость – Амортизационные отчисления
Восстановительная	Стоимость после переоценки	Реальная стоимость изношенных основных фондов

Фактические затраты на приобретение, сооружение и изготовление включают в себя:

- суммы, уплачиваемые предприятием в соответствии с договором поставки поставщику, договором купли-продажи — продавцу;
- суммы, уплачиваемые за осуществление работ по договору подряда;
- стоимость информации, консультационных услуг, связанных с приобретением основных средств;
- регистрационные сборы, государственные пошлины и другие платежи, связанные с приобретением прав на объект основных средств;
- таможенные пошлины и иные платежи;
- сумму невозмещаемых налогов, уплачиваемых в связи с приобретением объекта;
- вознаграждения, уплачиваемые посредническим организациям;
- иные затраты, необходимые для доведения основных средств до состояния, в котором они пригодны к использованию.

Не включаются в фактические затраты на приобретение основных средств общехозяйственные и иные аналогичные расходы, кроме случаев, когда они непосредственно связаны с приобретением основных средств.

В полной первоначальной стоимости учитываются цены и тарифы, по которым производилась оплата основных фондов, включая затраты на их доставку и установку в конкретных условиях (цены на сырье, материалы, транспортные тарифы, энергоресурсы и т.п.) и которые действовали в момент создания (приобретения) объекта. Это обуславливает тот факт, что одинаковые по своим потребительским

своим объектам, приобретенным в разное время, имеют неодинаковую первоначальную стоимость. Стоимость основных средств, в которой они приняты к учету, не подлежит изменению. Изменение первоначальной стоимости допускается в случаях достройки, дооборудования, реконструкции и т.п.

Остаточная стоимость основных фондов — та часть стоимости основных средств, которая не перенесена на готовую продукцию и представляет собой разницу между полной первоначальной стоимостью конкретного объекта и суммой амортизационных отчислений, начисленных за время существования объекта.

Восстановительная стоимость основных средств показывает, сколько стоит объект на момент его воспроизводства в современных условиях. Моральный износ и инфляционные процессы изменяют денежное выражение основного капитала, и для того чтобы нивелировать это влияние, периодически производят переоценку. В настоящее время предприятиям предоставлено право (но не обязанность) не чаще одного раза в год проводить переоценку основных средств без соответствующих постановлений правительства.

Переоценка может проводиться двумя путями: применение коэффициентов пересчета, которые разрабатываются Росстатом по видам и периодам приобретения основных фондов; пересчет первоначальной стоимости на основе использования рыночных цен (для этого необходимо иметь документально подтвержденные данные о рыночных ценах).

Ликвидационная стоимость — стоимость реализации объекта после окончания его срока службы.

Эти виды стоимостей используются для расчета величины амортизационных отчислений, налогов на имущество, однако исчисляются на конкретную дату.

Для определения эффективности использования основного капитала необходима его динамическая характеристика, а именно средняя за период стоимость основного капитала, которая может рассчитываться двумя способами:

1) как средняя взвешенная:

$$\Phi_{\text{ср}} = \Phi_{\text{н.г}} + \frac{\sum_{i=1}^n \Phi_i^{\text{вв}} t_{\text{э.к}}}{12} - \frac{\sum_{j=1}^m \Phi_j^{\text{выб}} (1 - t_{\text{э.к}})}{12},$$

где $\Phi_{н,г}$ — балансовая стоимость основного капитала на начало периода (года); n — количество введений за период; $\Phi_i^{вв}$ — стоимость введенного капитала; $t_{э,к}$ — время эксплуатации капитала за период; m — количество выведенных капитала за период; $\Phi_j^{выб}$ — стоимость выбывшего капитала за период;

2) как *средняя хронологическая*:

$$\Phi_{ср} = \frac{\frac{\Phi_1}{2} + \Phi_2 + \dots + \Phi_{n-1} + \frac{\Phi_n}{2}}{n - 1},$$

где $\Phi_1 - \Phi_n$ — балансовая стоимость основного капитала на первое число каждого из n периодов соответственно.

3.2.3. Износ и амортизация

Износ. Основной капитал в натуральном виде (как основные фонды) меняется постепенно. Это изменение проявляется в виде износа.

Износ — это потеря потребительских свойств.

Различают два вида износа — физический и моральный.

Физический износ — это утрата потребительских свойств в результате использования или бездействия основных фондов. В этом смысле физический износ неизбежен. Процессы старения, трения, окисления предопределяют потерю потребительских свойств и определяют срок службы основных фондов.

Моральный износ наступает тогда, когда утрачивается такое потребительское свойство, как эффективность использования данного элемента основных фондов, т.е. производство продукции на оборудовании данного вида обходится дороже, чем на новом.

Различают моральный износ 1-го рода, который наступает тогда, когда появляются машины и оборудование той же производительности, но меньшей стоимости (поэтому производство единицы продукции на данном оборудовании обходится дороже), и 2-го рода, который возникает с появлением более дорогих, но производительных машин, причем соотношение между производительностью и ценой таково, что обеспечивает уменьшение удельных затрат на единицу продукции.

Последствия физического износа сглаживаются *системной планово-предупредительного ремонта* — это комплекс мероприятий по уходу, надзору, обслуживанию, текущему,

среднему, а также капитальному ремонту отдельных объектов, проводимому с целью предупреждения их неожиданного выхода из строя. Последствия морального износа могут быть сглажены *модернизацией* или *реконструкцией* объектов основных фондов.

Амортизация. Так как предприятие заинтересовано в натуральном вещественном виде капитала, то для воспроизводства основного капитала в натурально-вещественном виде (реновации) необходимо включать часть стоимости капитала в стоимость готовой продукции.

Амортизацией (от лат. *amortisatio* — погашение) называется процесс включения («переноса») стоимости основного капитала в стоимость готовой продукции с последующим возмещением. Суть этого процесса состоит в том, что по истечении времени полезного использования вся стоимость основного капитала должна быть возмещена и накопленные амортизационные отчисления позволяют ему возродиться в натурально-вещественной форме (реновация основных фондов).

Включение («перенос») стоимости основного капитала в стоимость готовой продукции происходит в бухгалтерии по нормам, которые должны учитывать износ основных фондов и обеспечивать их воспроизводство. Однако предприятие не имеет права самостоятельно определять размер амортизационных отчислений. Дело в том, что амортизационные отчисления включаются в издержки производства, уменьшая тем самым размер налогооблагаемой прибыли. Поэтому нормы расчета амортизационных отчислений разрабатываются и утверждаются на правительственном уровне¹.

В мировой практике используются равномерная и ускоренная амортизация.

Равномерная (пропорциональная, линейная) амортизация предполагает списывание стоимости основных фондов равными долями в течение всего срока службы. При линейном способе годовая сумма амортизационных отчислений определяется исходя из полной первоначальной стоимости объекта. Норма амортизации рассчитывается исходя из срока полезного использования этого объекта. Например, приобретен объект стоимостью 100 тыс. руб. со сроком по-

¹ Законодательная база в отношении амортизационных отчислений в России меняется. Для детального изучения следует воспользоваться соответствующими сайтами, например <http://www.consultant.ru>.

лезного использования пять лет. Тогда годовая норма амортизационных отчислений составит 20%.

Ускоренная амортизация используется для нивелирования последствий морального износа и частично инфляции. Смысл ускоренной амортизации состоит в том, чтобы в первые годы эксплуатации перенести большую часть стоимости и тем самым увеличить возможности для реновации основных фондов.

Используются следующие методы амортизации: уменьшаемого остатка; по сумме чисел лет срока полезного использования; пропорционально объему продукции (работ).

При способе *уменьшаемого остатка* годовая сумма амортизации определяется исходя из остаточной стоимости объекта на начало отчетного периода. Нормы амортизации исчисляются исходя из срока полезного использования объекта и коэффициента ускорения. Обычно этот коэффициент устанавливается законодательно, например 2 или 3 (по движимому имуществу, составляющему объект финансового лизинга).

По сумме чисел лет срока полезного использования годовая сумма амортизации определяется исходя из первоначальной стоимости объекта. Норма амортизации рассчитывается как соотношение: в числителе число лет, остающихся до конца срока полезного использования объекта, а в знаменателе — сумма чисел лет срока полезного использования.

В некоторых отраслях бизнеса амортизация начисляется *пропорционально объему продукции (работ)*, исходя из предполагаемого объема работ за весь срок полезного использования объекта, например на одну тонну-километр перевезенного груза или один погонный метр проходки и т.п.

В сезонных производствах годовая сумма амортизации начисляется равномерно в течение периода работы организации в отчетном году. Существуют особенности расчета амортизационных отчислений по видам предприятий и видам активов (нематериальных активов; полученных по договору дарения и т.д.). Эти особенности рассматриваются в соответствующих нормативных документах и периодически меняются.

3.2.4. Эффективность использования основного капитала

Результатом использования основных фондов является объем выпускаемой продукции. Обобщающий показатель использования основных фондов строится на принципе со-

измерения произведенной продукции. Выпуск продукции может определяться в натуральном, условно-натуральном и стоимостном исчислении (валовая, товарная, реализованная, чистая). На величину этих показателей оказывает влияние изменение материалоемкости выпускаемой продукции, что искажает показатели эффективности. Поэтому при определении эффективности основных фондов предпочтительнее использовать в качестве результата показатель чистой продукции.

Характеризуя эффективность использования капитала, обычно применяют показатели, в которых учитывается не только основной, но и оборотный капитал. Потому общие показатели эффективности использования капитала рассчитываются следующим образом.

Фондоотдача показывает, сколько рублей продукции приносит 1 руб. капитала, и определяется по следующей формуле, руб/руб.:

$$\Phi_o = \frac{\text{ВП}}{\Phi_{oc} + \Phi_{об}}$$

где ВП – выпуск продукции в денежном выражении; Φ_{oc} , $\Phi_{об}$ – средняя за период величина основного и оборотного капитала соответственно.

Фондоемкость отражает, сколько рублей основного капитала необходимо для производства 1 руб. продукции, и вычисляется по формуле, руб/руб.

$$\Phi_e = \frac{\Phi_{oc} + \Phi_{об}}{\text{ВП}}$$

Показателем, характеризующим уровень использования всей величины основного капитала, служит *рентабельность основного капитала*. Он определяется отношением прибыли к стоимости основного капитала. В качестве числителя может использоваться как балансовая, так и чистая прибыль предприятия, остающаяся в его распоряжении после выплаты всех налогов и сборов.

Рассмотрим *показатели эффективности использования активной части основного капитала*.

Активной частью основного капитала являются, как правило, рабочие машины и оборудование, которые можно использовать по времени и количеству (экстенсивно) и по проектной мощности (интенсивно).

Конструкция показателей проста и построена на сопоставлении фактически использованного ресурса с максимально возможным.

Уровень экстенсивного использования может быть охарактеризован степенью вовлечения оборудования в процесс производства. Для этих целей оборудование подразделяется на *наличное, установленное, работающее по плану и фактически*. Ресурсом в данных показателях является наличное оборудование. Отношение каждой последующей группы к наличному оборудованию дает представление о степени вовлечения оборудования в процесс производства. Чем меньше разрывы между рассчитанными показателями, тем выше степень вовлечения оборудования в процесс производства.

Если в качестве ресурса рассматривается время, то *коэффициент экстенсивного использования* — это отношение фактически отработанного времени ($T_{\text{факт}}$) к номинальному фонду времени ($T_{\text{ном}}$):

$$k_{\text{экс}} = \frac{T_{\text{факт}}}{T_{\text{ном}}}.$$

Календарный фонд времени является исходным ресурсом. Так, в году 365 дней, в сутках 24 ч, значит, календарный фонд времени для единицы оборудования вычисляется как $365 \text{ дней} \cdot 24 \text{ ч} = 8760 \text{ станкоочасов}$. Для некоторых предприятий с непрерывным циклом производства календарный фонд является номинальным.

Режимный фонд времени определяется вычитанием из календарного фонда времени выходных и праздничных дней, времени на пересменку. На каждом предприятии действует определенный режим работы (число рабочих и выходных дней, число смен и их продолжительность). Поэтому не весь календарный фонд может быть использован для целей производства. Если в году 252 рабочих дня, предприятие работает в две смены, продолжительность смены 8 ч, то режимный фонд времени для единицы оборудования определяется как $8 \cdot 2 \cdot 252 = 4032 \text{ станкоочаса}$.

Номинальный фонд времени определяют, вычитая из режимного фонда времени время на плановый ремонт и время на нахождение оборудования в резерве.

Фактический фонд времени рассчитывают путем вычитания из номинального фонда времени внеплановых простоев.

В зависимости от вида бизнеса менеджера может интересоваться годовое, квартальное, цело- или внутрисменное использование оборудования.

В некоторых отраслях, особенно в отраслях с непрерывным характером производства, рабочее время делится на *смены*. В большинстве своем продолжительность рабочего дня равна 8 ч, поэтому в сутках три смены, хотя в некоторых видах бизнеса количество смен может быть увеличено.

Коэффициент сменности — это отношение суммы отработанных станкосмен в сутки к количеству оборудования:

$$k_{\text{см}} = \frac{n_1 + n_2 + n_3}{N_{\text{уст}}},$$

где n_1, n_2, n_3 — количество отработанных станко-, машиносмен в 1, 2 и 3-ю смены соответственно; $N_{\text{уст}}$ — количество установленного оборудования.

Если в качестве ресурса рассматривается мощность оборудования (производительность, грузоподъемность и т.д.), то *коэффициент интенсивного использования оборудования* представляет собой отношение фактически используемой мощности (производительности, грузоподъемности и т.д.) ($M_{\text{факт}}$) к нормативной или максимально возможной ($M_{\text{нор}}$):

$$k_{\text{инт}} = \frac{M_{\text{факт}}}{M_{\text{нор}}}.$$

3.2.5. Источники формирования основного капитала

Базой для определения натурально-вещественного состава основного капитала (основных фондов) являются натуральные и трудовые показатели объема производства. В стоимостном выражении потребность определяется либо прямым счетом, исходя из цен на оборудование и строительно-монтажные работы, либо укрупненно, на основе показателя фондоемкости. В этом случае возможный прирост объема продукции умножается на показатель фондоемкости. Так, если $\Phi_e = 2$ руб./руб., а прирост валовой продукции 2 млн руб., то основной капитал должен быть увеличен на 4 млн руб.

Источниками формирования основного капитала являются собственные средства предприятия (нераспределенная прибыль, амортизационные отчисления), а также привлеченные средства (продажа акций или паев), которые приравниваются к собственным; и заемные средства — долгосрочные кредиты или облигации.

Снижение потребности в основных средствах может быть достигнуто на действующем предприятии путем повышения эффективности экстенсивного и интенсивного использования основных фондов.

Кроме того, потребность в основных средствах можно снизить, используя аренду и лизинг¹. Предприятие получает прибыль в основном за счет того, что использует основные фонды для производства продукции, а не потому, что является их собственником. Лизинг дает возможность разделить право собственника и право пользователя. Для того чтобы производить продукцию, вовсе не обязательно владеть станком, его можно взять в долгосрочную аренду. Тем самым лизинг позволяет в значительной степени снизить потребность в основном капитале.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Какая разница между понятиями «капитал», «фонды» и «средства»?
2. В чем состоит различие между основным и оборотным капиталом?
3. Какие виды оценки основных средств существуют?
4. Что такое износ основных фондов?
5. Назовите сущность и задачу амортизации.
6. Что понимают под моральным износом основных фондов?
7. Коэффициент сменности работы оборудования равен 1,2. Что это означает?
8. Какая разница между экстенсивным и интенсивным использованием оборудования?
9. Какие способы удовлетворения потребности в основном капитале вам известны?

3.3. Оборотный капитал (оборотные фонды, оборотные средства)

3.3.1. Понятие и схема кругооборота оборотного капитала предприятия

Основная задача оборотного капитала состоит в том, чтобы обеспечить непрерывность, бесперебойность производственно-хозяйственной деятельности. Поэтому размер оборотного капитала предприятия, его состав и структура должны

¹ Более подробно лизинг и факторинг рассмотрены в главе 4, посвященной финансам фирмы.

обеспечивать выполнение этой задачи все то время, пока из сырья делается продукция и продается в сфере обращения.

Оборотным капиталом называется часть капитала, которая изменяет свою натурально-вещественную форму и полностью переносит свою стоимость на готовую продукцию в течение одного производственного цикла.

Под *производственным*, или *операционным*, *циклом* понимается промежуток времени от момента приобретения запасов до момента поступления денег от продажи продукции.

В соответствии с выполняемыми функциями натурально-вещественный состав оборотного капитала подразделяется на *оборотные производственные фонды* и *фонды обращения*. Проследим метаморфозы, происходящие с оборотным капиталом в течение одного оборота (рис. 3.2).

Оборотный капитал предприятия в отличие от основного, совершая кругооборот, обслуживает и сферу производства, и сферу обращения. Из сферы обращения он переходит в сферу производства, а затем из сферы производства — вновь в сферу обращения, при этом натурально-вещественная форма оборотного капитала все время меняется.

Производственные запасы — это предметы труда, подготовленные для запуска в производственный процесс. К ним относятся сырье, основные и вспомогательные мате-

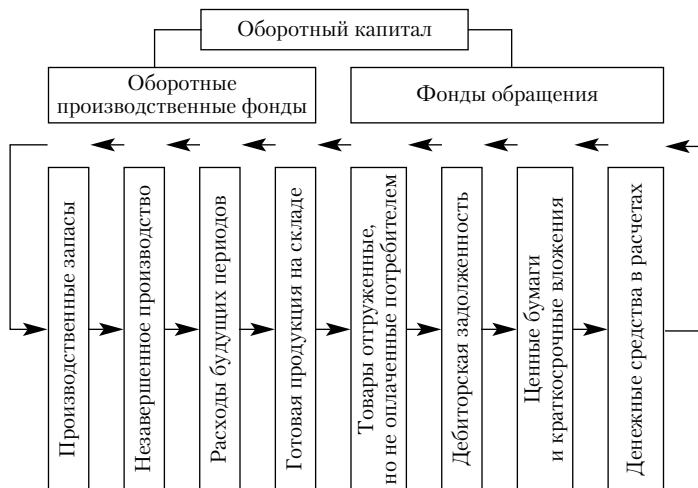


Рис. 3.2. Схема кругооборота оборотного капитала предприятия

риалы, топливо, горючее, покупные полуфабрикаты и комплектующие изделия, тара, тарные материалы, запасные части для текущего ремонта основных фондов и т.д. В торговых предприятиях это *товарные запасы*, т.е. товары, которые ко времени подведения баланса закуплены, но еще не проданы.

Незавершенное производство и полуфабрикаты собственного изготовления — это предметы труда, вступившие в производственный процесс: материалы, детали, узлы и изделия, находящиеся в процессе обработки или сборки, а также полуфабрикаты собственного изготовления, не законченные полностью.

Расходы будущих периодов — это невещественные элементы оборотных фондов, включающие в себя затраты на подготовку и освоение новой продукции, которые производятся в данном периоде (квартал, год), но относятся к продукции будущего периода (например, затраты на конструирование и разработку технологии новых видов изделий, перестановку оборудования, обучение персонала).

Готовая продукция на складе — это запасы на складе предприятия в ожидании реализации или накопления необходимой транспортной нормы или партии.

Товары отгруженные, но не оплаченные потребителем, — это товары, отгруженные потребителю согласно договору о поставке, которые он обязуется оплатить по получению и проверке заказанной партии.

Дебиторская задолженность — нормальная задолженность клиентов по оплате полученного товара. Эта задолженность может возникать при продаже товаров в кредит (товарные дебиторы) или в результате выдачи денежных ссуд (денежные дебиторы). Если дебитор выдал вексель, то сумма по векселю учитывается как вексельные дебиторы.

Ценные бумаги и прочие краткосрочные вложения входят в оборотный капитал, если речь идет о легко реализуемых активах, которые не предназначены для длительного владения. Подобные активы часто составляют ликвидные резервы предприятия.

Денежные средства в расчетах включают в себя средства фирмы на банковских и прочих счетах, а также кассовую наличность.

В хозяйственной практике широко используется понятие «материально-производственные запасы», или «запасы товарно-материальных ценностей», которые представляют собой денежное выражение части оборотных производственных фондов.

Структура оборотного капитала зависит от профиля предприятия (производственное, торговое или снабженческое), масштабов производства, отраслевой принадлежности и других факторов. Так, на производственном предприятии наиболее существенную роль будут играть материально-производственные запасы. Например, в машиностроении доля запасов, находящихся в незавершенном производстве, может составлять 25–40% общей величины оборотных средств. В снабженческой, торговой фирме львиную долю будут занимать запасы товаров, предназначенных к реализации.

В процессе движения оборотного капитала отчетливо проявляется разница между капиталом, фондами и средствами. Если производственный процесс протекает, как запланировано, то разницы между этими понятиями не наблюдается. Однако если плановые сроки нарушаются (например, потерялся вагон с продукцией), сразу становится очевидным, что оборотный капитал существует в виде оборотных фондов, а оборотных средств не хватает.

3.3.2. Определение потребности в оборотном капитале

Потребность в оборотном капитале предполагает определение необходимого натурально-вещественного содержания оборотного капитала, т.е. размера оборотных фондов, и расчет их денежного выражения — необходимой величины оборотных средств.

В основе определения натурально-вещественного содержания оборотного капитала лежит нормирование¹. Нормы и нормативы обуславливаются различными факторами: техникой, технологией процесса, юридическими, климатическими и иными.

Норма расхода включает в себя три составляющие: полезный (чистый) расход материала, технологические отходы и безвозвратные потери в условиях производства и реализации товара в данном периоде. Нормы устанавливаются либо на одно изделие или товар (индивидуальные), либо на типовых представителей (групповые). Определяются нормы различными методами.

¹ *Норма* (эконом.) — максимально допустимая величина абсолютного расхода ресурса на единицу или на объем продукции. *Норматив* (эконом.) — относительная величина использования ресурса в пересчете на единицу продукции.

Аналитически-расчетный метод сводится к тому, что нормы расхода материалов рассчитываются на основании изучения, анализа и обобщения технологических, организационных, конструкционных условий потребления данного ресурса. Полезный расход материалов определяется посредством технических расчетов по чертежам, технологическим картам, паспортам оборудования и т.д. Величина технологических отходов устанавливается путем критического анализа применяемой технологии, уровня организации производства.

Опытно-лабораторный метод применяется, как правило, для нормирования вспомогательных материалов (смазочных, обтирочных). По этому методу норма устанавливается на основе наблюдений, опытов и лабораторных исследований.

Статистический метод основан на анализе сложившейся практики.

Установленные нормы расходов ресурсов и планируемый объем продукции позволяют определить потребность предприятия в материалах, организовать материально-техническое снабжение, сформировать практику продаж и т.д. И на этой основе определить денежный эквивалент натурально-вещественного состава оборотного капитала — *размер оборотных средств*.

Для этого необходимо вычислить, какая величина оборотных средств и в течение какого времени будет сосредоточена на каждой стадии кругооборота оборотного капитала¹ (см. рис. 3.2). Исходя из этого, потребность в оборотном капитале можно определить по формуле

$$K_{об} = O_{ПЗ} + O_{НЗП} + O_{РБП} + O_{ГП} + O_{ТО} + O_{ДЗ} + O_{д},$$

где $O_{ПЗ}$ — потребность в оборотных средствах для создания производственных запасов; $O_{НЗП}$ — потребность в оборотных средствах в незавершенном производстве; $O_{РБП}$ — расходы будущих периодов; $O_{ГП}$ — потребность в оборотных средствах готовой продукции; $O_{ТО}$ — потребность в оборотных средствах для товаров отгруженных, но не оплаченных; $O_{ДЗ}$ — потребность в оборотных средствах для дебиторской задолженности; $O_{д}$ — потребность в свободных денежных средствах.

¹ В советской экономической науке оборотные средства делились на нормируемые и ненормируемые. Однако в рыночных условиях необходимо нормировать практически все элементы оборотного капитала.

Конструкция формулы расчета потребности в оборотных средствах (денежного выражения оборотного капитала) на каждой стадии представляет собой произведение денежно-го выражения капитала, находящегося на той или иной стадии кругооборота, на время его нахождения на этой стадии.

Производственные запасы, кроме малоценных и быстроизнашивающихся предметов, оцениваются по стоимости, определяемой исходя из фактических затрат на их изготовление или приобретение. В течение периода оборота могут меняться цены на ресурсы. В случае если цена на производственные запасы в течение года снизилась, либо они морально устарели или частично потеряли свои первоначальные свойства, предприятие должно проводить уценку запасов на 31 декабря каждого года.

Для оценки стоимости товаров и материалов, включенных в производственные (товарные) запасы, в условиях изменяющихся цен обычно применяется один из четырех способов.

1. *Оценка запасов*. Производится по себестоимости каждой единицы товара или материала. Этот способ используется в особом порядке для запасов, которые не могут в обычном порядке заменять друг друга (драгоценные металлы, камни и т.п.).

2. *Оценка материалов*. Выполняется по средней стоимости запасов на начало года и материалов, приобретенных в течение года.

3. *FIFO* — по начальным буквам английских слов «first in — first out» — «первым пришел, первым вышел». Материалы поступают в производство в порядке их приобретения. Запасы, первыми поступившие в производство, оцениваются по ценам запасов, числящихся на начало месяца. При этом оценка запасов, находящихся на складе на конец месяца, производится по фактической себестоимости последних по времени приобретения, а в себестоимости продукции учитывается себестоимость ранних по времени приобретений.

4. *LIFO* — по начальным буквам английских слов «last in — first out» — «последним пришел, первым вышел». Ресурсы, первыми поступившие в производство, должны быть оценены по себестоимости последних в последовательности приобретения. Оценка запасов, находящихся на складе на конец месяца, производится по фактической себестоимости ранних по времени приобретения, а в себестоимости про-

дукции учитывается себестоимость последних по времени приобретения.

Примененный метод оценки должен быть единым для группы запасов и действовать в течение всего финансового года.

Незавершенное производство оценивается по фактической или нормативной (плановой) производственной себестоимости; по прямым статьям затрат; по стоимости сырья, материалов и полуфабрикатов.

Расходы будущих периодов оцениваются по фактическим затратам. Однако во избежание резких скачков себестоимости подлежат списанию в порядке, установленном организацией, равномерно, пропорционально объему продукции в течение периода, к которому они относятся.

Готовая продукция на складе оценивается по фактической или нормативной (плановой) производственной себестоимости, включающей в себя затраты, связанные с использованием в процессе производства сырья, материалов, топлива, трудовых ресурсов и др.

Отгруженные товары, сданные работы и оказанные услуги оцениваются по фактическим или нормативным (плановым) затратам и включают в себя, наряду с производственной себестоимостью, затраты, связанные с реализацией продукции, возмещаемые договорной (контрактной) ценой.

Расчет потребности в оборотных средствах производится по следующим формулам.

Потребность в оборотных средствах для создания производственных запасов ($O_{ПЗ}$) рассчитывается как произведение среднесуточного расхода материала ($P_{дни}$) в денежном выражении на время нахождения товаров в запасе (норму запаса в днях ($T_{ПЗ}$)):

$$O_{ПЗ} = \sum_{i=1}^n P_{дни} \cdot T_{ПЗ},$$

где n — номенклатура и ассортимент запасов.

Время нахождения товаров в запасе складывается из текущего, технологического (подготовительного) и страхового запасов:

$$T_{ПЗ} = Z_{т} + Z_{тех} + Z_{стр},$$

где $Z_{т}$ — текущий запас, обусловлен интервалом между поставками; $Z_{тех}$ — технологический запас, обусловлен временем, необходимым для подготовки к производству посту-

пившего материала или товара; $Z_{\text{стр}}$ — страховой запас, который создается на случай нарушения сроков и плановых объемов поставок или потребления.

Текущий запас сырья и материалов должен быть достаточным для обеспечения бесперебойного (нормального) хода производственного процесса. На величину текущего запаса оказывают влияние периодичность или интервал между поставками, объемы каждой поставки и календарный график передачи материалов со склада в производство.

В производстве, для которого характерно равномерное по времени потребление материалов, текущий запас материалов будет изменяться от максимальной его величины до равной нулю за период интервала поставки. Следовательно, средняя величина запаса в этом случае будет составлять 0,5, или 50% максимального уровня. Эта величина — *коэффициент задержки на складе*, который зависит от технологических особенностей производства. Если же отпуск материалов со склада осуществляется неравномерно, то необходимо определить коэффициент задержки материалов в запасе, который будет иметь отличное от 0,5 значение.

Пусть передача материалов в производство будет осуществляться равными долями. На величину интервала поставки непосредственное влияние оказывает величина партии закупаемых материалов. Увеличение партий закупаемого сырья увеличивает интервал между поставками и приводит к росту издержек по складированию (потери по хранению, арендная плата, расходы по содержанию складских помещений и т.д.). Но увеличение партии сокращает количество закупок сырья и ведет к снижению издержек по обслуживанию закупок (затраты на размещение заказа, приемку материалов и др.). Эти издержки в расчете на одну партию закупок, как правило, одинаковы. Очевидно, что оптимальной будет такая величина закупаемой партии (и соответственно количество закупок), когда суммарные издержки по складированию и обслуживанию закупок будут минимальными. Расчет производится либо прямым счетом, либо с помощью формулы, получившей название формулы Вильсона

$$Q = \sqrt{\frac{2mo}{kr}},$$

где m — годовой объем закупаемого сырья в килограммах, штуках и других натуральных показателях; o — издержки по обслуживанию закупки одной партии; k — переменные

издержки на единицу продукции; r — издержки по складированию, % среднегодового текущего запаса (выражаются в виде десятичной дроби, например $20\% = 0,20$).

Технологический (подготовительный) запас образуется в тех случаях, когда требуется предварительная обработка материалов до запуска их в производство (приемка, разгрузка, сортировка, комплектование партий и т.д.).

Страховой запас возникает из-за нарушения сроков поставки материалов поставщиками. Размер страхового запаса варьируется в широких пределах — от нескольких часов (в случае использования системы «точно в срок») до 100% текущего запаса (когда предприятие расположено вдали от путей либо использует нестандартные, уникальные материалы). Как правило, размер страхового запаса определяется как $1/2$ текущего.

Имеющиеся в начале производственного процесса запасы сырья и материалов поступают в производство, и к их стоимости добавляются затраты на оплату труда, топлива, расходов электроэнергии, воды, пара и т.д.

В результате *расходы в незавершенном производстве* складываются из стоимости незаконченной продукции, полуфабрикатов собственного изготовления, а также готовых товаров, не принятых службой технического контроля. Потребность в оборотных средствах в незавершенном производстве

$$O_{\text{НЗП}} = \text{ВП}_{\text{себ}} T_{\text{ц}} k_{\text{н.з.}}$$

где $\text{ВП}_{\text{себ}}$ — среднесуточный выпуск продукции (по производственной себестоимости), руб.; $T_{\text{ц}}$ — длительность технологического цикла, дни; $k_{\text{н.з.}}$ — коэффициент нарастания затрат.

Необходимость последнего коэффициента заключается в том, что для обеспечения непрерывности протекания производственного процесса обязательно иметь деньги в размере незавершенного производства. Все затраты в процессе производства подразделяются на *единовременные*, т.е. затраты, осуществляемые в начале производственного цикла (сырье, основные материалы и др.), и *нарастающие* (амортизация, заработная плата, пар, вода, энергия и т.д.). Нарастание затрат в процессе производства осуществляется равномерно и неравномерно. При равномерном нарастании затрат все издержки будут включены в половинном объеме. При неравномерном включении затрат коэффициент нарастания затрат определяется исходя из полного объема еди-

новременных затрат и $1/2$ нарастающих. Если обозначить буквой A долю единовременных затрат в процентах, то величину коэффициента нарастания затрат ($k_{н.з}$) можно рассчитать по формуле

$$k_{н.з} = A - (100 - A)/2.$$

Потребность в оборотных средствах готовой продукции определяется по формуле

$$O_{ГП} = ГП T_{ГП},$$

где ГП — среднесуточный выпуск готовой продукции (по производственной себестоимости); $T_{ГП}$ — время необходимое на подготовку, оформление и отгрузку продукции, дни.

Наличие запаса готовой продукции на складе, а в связи с этим и потребность в оборотном капитале на эти цели обусловлены проведением работ по подборке, сортировке изделий по заказам, упаковке и маркировке продукции, накоплением продукции до размера партии отгрузки и т.п. По возможности на предприятии все перечисленные операции совмещаются.

Самым сложным в расчете является определение времени нахождения готовой продукции на складе. Если производить товар большим числом мелких серий, то, естественно, товар не будет пролеживать на складе и издержки по складированию будут минимальны. Зато возрастают так называемые издержки по подготовке производства (на переналадку оборудования, его запуск и т.п.), которые, как правило, составляют примерно одинаковую величину на каждую серию.

Потребность в оборотных средствах в расходах будущих периодов определяется прямым счетом.

Потребность в оборотных средствах для товаров отгруженных, но не оплаченных, рассчитывается по формуле

$$O_{ГО} = ГП_{ц} T_{дост},$$

где $ГП_{ц}$ — отгруженная, но не оплаченная продукция (по цене), руб.; $T_{дост}$ — время доставки готовой продукции к потребителю, дни.

В составе товаров отгруженных можно выделить три группы товаров: *первая* — товары отгруженные, срок оплаты которых не наступил; *вторая* — товары отгруженные, не оплаченные в срок покупателем; *третья* — товары на ответственном хранении покупателя. Наличие первой группы товаров яв-

ляется нормальным, оно быстротечно. По истечении этих сроков товар оплачивается и средства зачисляются на расчетный счет поставщика. Последние две группы свидетельствуют об отсутствии средств у покупателя или об отказе последнего от оплаты, что приводит к просроченной задолженности покупателей поставщикам и отвлечению средств из оборота, замедлению их оборачиваемости у поставщика.

Потребность в оборотных средствах для дебиторской задолженности (или кредитования клиентов) вычисляется следующим образом:

$$O_{дз} = РП T_{дз},$$

где РП — продукция, реализованная без предоплаты и на условиях товарного кредита, руб.; $T_{дз}$ — нормальная дебиторская задолженность, дни.

Денежные средства обязательно должны присутствовать в определенном размере в составе оборотных средств. Они представляют собой денежные средства на расчетном счете предприятия, а также в небольших суммах, находящихся в кассе предприятия. Потребность в этом виде оборотных средств связана с необходимостью осуществления текущих платежей (например, оплата командировочных, зазор между платежами и поступлениями, разменные денежные знаки). Кроме того, потребность в свободных денежных средствах возникает по причинам, не связанным с производственной деятельностью (в частности, перерасходы по премиальным фондам и резервам, недостачи от потери и порчи имущества и другие подобные затраты). Размер денежной наличности обусловлен видом бизнеса.

3.3.3. Эффективность использования оборотного капитала

Результатом использования оборотного капитала являются выручка или объем реализованной продукции. Поэтому основными показателями эффективности использования этого ресурса будут коэффициент оборачиваемости, или скорость оборота, и коэффициент загрузки оборотных средств.

Коэффициент оборачиваемости, или скорость оборота, рассчитывают по формуле

$$k_{об} = \frac{РП}{O_{ср}},$$

где РП — объем реализованной продукции, руб.; $O_{\text{ср}}$ — средний остаток оборотных средств, руб.

Коэффициент оборачиваемости показывает, сколько оборотов совершают оборотные средства предприятия за определенный период (год, квартал), или характеризует объем реализованной продукции, приходящийся на 1 руб. оборотных средств. Из формулы видно, что увеличение числа оборотов возможно либо за счет роста объема продаж, либо за счет снижения величины оборотных средств.

Коэффициент загрузки оборотных средств обратен коэффициенту оборачиваемости. Он характеризует сумму оборотных средств, затраченных на 1 руб. реализованной продукции и рассчитывается по формуле

$$k_{\text{заг}} = \frac{O_{\text{ср}}}{\text{РП}}.$$

Из показателя оборачиваемости оборотных средств выводится показатель средней продолжительности одного оборота в днях. Этот показатель не совпадает с фактическим сроком производства и реализации определенных видов продукции.

Длительность одного оборота в днях находится делением количества дней в периоде на коэффициент оборачиваемости:

$$D_{\text{об}} = \frac{T_{\text{кал}}}{k_{\text{об}}},$$

где $T_{\text{кал}}$ — длительность календарного периода (360, 90, 30 дней); $k_{\text{об}}$ — коэффициент оборачиваемости.

Чем короче период оборота средств, тем меньше их требуется при том же объеме реализованной продукции. Если оборачиваемость замедляется, то растет сумма, необходимая для обеспечения непрерывности производственной деятельности. Предприятие вынуждено прибегать к кредитам, что отрицательно сказывается на показателях эффективности.

Эффект ускорения оборачиваемости оборотных средств выражается в высвобождении, уменьшении потребности в них в связи с улучшением их использования. Различают абсолютное и относительное высвобождение оборотных средств.

Абсолютное высвобождение отражает прямое уменьшение потребности в оборотных средствах. При этом, однако, не учитывается изменение объема реализованной продукции.

Относительное высвобождение показывает как изменение величины оборотных средств, так и изменение объема

реализованной продукции. Чтобы определить его, нужно исчислить потребность в оборотных средствах за отчетный год, исходя из фактического оборота по реализации продукции за этот период и оборачиваемости в днях за предыдущий год. Разность дает сумму высвобождения средств.

В составе оборотных средств материальные ресурсы составляют, как правило, наибольшую величину, поэтому стоит задача рационального использования материальных ресурсов. Для этих целей применяется система показателей *материалоемкости*, каждый из которых имеет свое назначение. Наряду с показателями материалоемкости в ряде случаев можно использовать и обратные им показатели — *материалоотдачи*.

Для того чтобы ускорить оборачиваемость или сократить требуемый размер оборотного капитала, менеджеры и экономисты прилагают немалые усилия.

В соответствии со стадиями кругооборота оборотных средств можно выделить два направления повышения эффективности их использования:

1) *в сфере производства* — за счет установления прогрессивных норм расхода материалов, сокращения длительности всех составляющих производственного цикла, внедрения новой техники и технологии, а также совершенствования организации производства, труда;

2) *сфере обращения* — ускорение процесса реализации продукции за счет эффективного проведения маркетинговых исследований, систематического контроля состояния дебиторской и кредиторской задолженности.

Этому вопросу посвящены многочисленные прикладные научные исследования и разработки. Например, логистика занимается проблемами управления материальными потоками, существует математическая теория управления запасами. В области организации поставок получила распространение система «точно в срок», или just-in-time (JIT). Эта система позволяет при росте стоимости запасов сократить общую потребность в оборотных средствах за счет отказа от содержания обширных складов сырья и материалов. Для сокращения времени пребывания оборотных средств в незавершенном производстве инженеры-технологи и производственные менеджеры совершенствуют технологический цикл изготовления продукции. Сокращению дебиторской задолженности способствует соблюдение договорной и платежной дисциплины и т.д.

3.3.4. Источники формирования оборотного капитала

Размер оборотного капитала в натуральном виде прежде всего зависит от производственной программы фирмы. Кроме того, во многих случаях формирование оборотных фондов предусматривает возникновение запасов оборотных фондов. Это обстоятельство обуславливает изменения в размере оборотных средств, т.е. денег, необходимых для покрытия этих потребностей. Как и в случае с основным капиталом, источниками покрытия потребности в оборотном капитале являются собственные и заемные средства предприятия.

В число *собственных средств* входят собственный капитал и прибыль предприятия. Однако для покрытия потребности в оборотных средствах предприятие может использовать средства, приравняемые к собственным, — краткосрочную кредиторскую задолженность по текущим платежам (например, задолженность по заработной плате, обязательным платежам).

К *заемным средствам* относятся краткосрочные кредиты, векселя, облигации.

Кроме этих источников потребность в оборотном капитале можно удовлетворить, используя *факторинг*, т.е. продажу факторинговой фирме дебиторской задолженности предприятия. Если партнеры предприятия признаются факторинговой фирмой надежными, то она может выдать предприятию сумму дебиторской задолженности за вычетом своих процентов. Как правило, эти проценты (плата за факторинг) ниже ставки процента по краткосрочным кредитам.

Вопросы и задания для самопроверки

1. В чем состоит назначение оборотного капитала?
2. Какие сферы обслуживает оборотный капитал?
3. Назовите элементы оборотных фондов ближайшего продуктового магазина.
4. К какому элементу оборотного капитала нотариальной конторы будет относиться арендная плата за помещение, в котором она размещается?
5. О чем говорит значение коэффициента оборачиваемости оборотного капитала за истекший месяц, равное 10?
6. Раскройте суть показателей эффективности оборотного капитала.
7. Каковы источники покрытия потребности в оборотном капитале?

3.4. Производственная мощность фирмы

3.4.1. Основные сведения

Количество и качество основного, оборотного капитала и рабочей силы обуславливает возможность выпуска продукции, производственную потенцию предприятия или возможность предприятия выпускать продукцию.

Производственной мощностью называется максимально возможный (при прочих равных условиях) выпуск продукции в заданной номенклатуре и ассортименте.

В отдельных видах бизнеса вместо понятия «производственная мощность» используют понятия «производственная возможность» или «пропускная способность». Например, характеризуя производственную мощность магазина или кафе, говорят о производственной возможности или пропускной способности магазина, (максимальное количество клиентов, которое может быть обслужено за определенный период, и т.д.). В данном случае пропускная способность, производственная возможность и производственная мощность тождественны по значению.

Как правило, производственная мощность определяется по номенклатуре выпускаемой продукции и измеряется в натуральном выражении или в условных единицах измерения, принятых в плане. Но в многономенклатурных производствах (машиностроение, швейное, трикотажное и др.) осуществляют укрупнение номенклатуры путем объединения разных наименований изделий в группы по конструкторско-технологическому подобию и приведения каждой группы к одному базовому изделию, так называемому изделию-представителю.

Особенность расчета производственной мощности предприятия заключается в том, что подразделения и отдельные виды оборудования, участвующие в производственном процессе, имеют разную пропускную способность или производительность. В общем виде алгоритм расчета производственной мощности выглядит следующим образом.

Сначала выделяется *ведущее подразделение* — такое, в котором выполняются основные технологические операции по изготовлению продукции; где расходуется наибольшая доля совокупного живого труда; где сосредоточена главная часть основных фондов и т.д. Предположим, что машиностроительное предприятие включает в состав основных цехов

заготовительный, механический и сборочный, а в качестве ведущего рассматривается механический цех, тогда по мощности механического цеха будет определена мощность всего предприятия.

Затем в ведущем подразделении выделяется по тем же критериям ведущий участок или группа оборудования и рассчитывается производственная мощность этого элемента. Мощность ведущего элемента дает возможность выявить «узкие» либо «широкие» места. Производственная мощность всей технологической цепочки зависит от оборудования, имеющего минимальную пропускную способность.

Узким местом называется элемент в производственной системе, имеющий минимальную пропускную способность (производственную возможность, производственную мощность). В свою очередь под *широким местом* понимается превышение мощности отдельных элементов над мощностью ведущего элемента.

После расчета мощности группы оборудования переходят к расчету мощности участка, затем цеха, а потом и предприятия в целом. Одновременно определяется пропускная способность других подразделений: участков, цехов, и выявляются «узкие» и «широкие» места.

Полученные данные о состоянии производственной мощности позволяют обосновать производственную программу. Понятия «производственная мощность» и «производственная программа» (см. с. 80) не идентичны. Если первое показывает способность предприятия в определенных условиях выпускать максимальное количество продукции в единицу времени, то второе характеризует фактический или требуемый (планируемый) выпуск продукции в этот период времени. При обосновании производственной программы исходят либо из возможностей «узкого места», либо из возможности осуществления мероприятий по «расшивке» «узких мест».

Сопоставление этих данных является основой для разработки планов развития производственных мощностей. В этих планах необходимо учитывать и естественное сокращение выбытия мощностей в результате физического и морального износа. Прирост мощностей может осуществляться за счет внедрения мероприятий по ликвидации или расшивке «узких мест», а именно: повышения производительности за счет модернизации оборудования; увеличения сменности работы оборудования; ввода нового оборудования и т.д. По

результатам этой работы расчетов на предприятиях целесообразно составлять баланс производственной мощности. Баланс составляется по номенклатуре и ассортименту выпускаемой продукции по всем подразделениям предприятия. В балансе отражаются производственная мощность на начало года; изменения (увеличение, уменьшение) мощности за год; среднегодовая производственная мощность; уровень использования среднегодовой мощности.

На особенности расчета производственной мощности влияют характер и тип производственного процесса (см. п. 1.3).

При определении производственной мощности исходят из максимально возможного фонда времени работы оборудования. В условиях непрерывного производственного процесса максимально возможный фонд времени работы оборудования равен произведению календарных дней и 24 ч минус время на плановые и профилактические ремонты. В условиях дискретного производственного процесса максимально возможный фонд времени равен нормативному фонду времени (см. п. 3.2).

Различаются условия и факторы для расчета в зависимости от масштаба производства: единичное (штучное), серийное (крупносерийное) и массовое (поточное).

Единичное производство. В этом случае каждое изделие выпускается в одном экземпляре или мелкой серией. При расчете производственной мощности на предприятиях с единичным типом необходимо учитывать следующие особенности: они оснащены универсальным оборудованием, рабочие имеют разнообразную квалификацию; они не имеют твердой производственной программы, работают на заказ, учитывая специфические пожелания клиентов, и могут производить все, что позволяет имеющееся оборудование.

Серийное (крупносерийное) производство. В серийном производстве при расчете производственной мощности следует принимать во внимание следующее: если продукт производится в многочисленных, различающихся по дизайну вариантах, а также небольшими партиями, если различные варианты изделия содержат многочисленные одни и те же компоненты, их можно выпускать вместе на специальном оборудовании; если спрос на одно из изделий сокращается, то его изготовление можно сразу ограничить в пользу других видов продукции.

Работа оборудования планируется таким образом, чтобы оно быстро перенастраивалось для изготовления очередно-

го варианта. Одновременно с этим решается проблема оптимального размера серии и очередности изготовления разных вариантов.

Массовое (поточное) производство. При расчете производственной мощности необходимо учитывать как преимущества, так и недостатки поточного производства, которые сведены в табл. 3.3.

Таблица 3.3

Характеристики поточного производства

Преимущество	Недостаток
<p>1. Время прохождения детали незначительно, следовательно, затраты на хранение полуфабрикатов практически отсутствуют.</p> <p>2. Выполняя одни и те же операции, рабочие достигают высокой производительности труда.</p> <p>3. При заданной скорости конвейера можно точно определить потребление воспроизводимых факторов, сырья и материалов, что облегчит планирование их закупок.</p> <p>4. Производственный процесс хорошо обозрим, и поэтому легко может контролироваться</p>	<p>1. Изделие должно быть полностью подготовлено к производству, так как любая его «доводка» потребует остановки всего конвейера.</p> <p>2. Монотонность работы на конвейере может отрицательно сказаться на психике и настроении рабочего, поэтому следует увеличивать время между повторением рабочих операций.</p> <p>3. Вся поточная линия может остановиться из-за поломки одного станка или выбытия одного рабочего, поэтому всегда следует предусматривать наличие запасных частей и дублеров.</p> <p>4. Так как при сокращении скорости конвейера или рабочего дня конвейерная линия не изменяется, то невозможно уменьшить затраты на амортизацию и проценты, связанные с необходимостью привлечения значительного капитала</p>

Ярким представителем поточного производства является конвейерное производство. Современные конвейерные технологии позволяют транспортировать и устанавливать обрабатываемое изделие (например, кузов автомобиля) в удобное для работника положение или даже транспортировать рабочего во время монтажных работ. В случае применения роботов транспортировка, обработка и контроль качества работы осуществляются автоматически.

3.4.2. Эффективность использования производственной мощности

Эффективность использования производственной мощности определяется как соотношение между выпущенным объемом продукции и максимально возможным выпуском продукции, т.е. как отношение между производственной программой (или фактическим выпуском) и производственной мощностью. Этот показатель называется *коэффициентом использования производственной мощности* и рассчитывается по следующей формуле:

$$\text{Коэффициент использования производственной мощности} = \frac{\text{Фактический выпуск продукции}}{\text{Производственная мощность}} \times 100\%.$$

Однако максимальное использование производственной мощности не всегда возможно (например, на предприятиях общественного питания). А в некоторых видах бизнеса при расчете производственной мощности и определении производственной программы необходимо создавать запас или *резерв производственной мощности*. Его создание, как правило, очень капиталоемкое мероприятие. В зависимости от вида бизнеса и возможных потерь от нехватки производственной мощности величина ее резерва может меняться в широких пределах.

Коэффициент использования производственной мощности дает представление об уровне использования одной, наиболее активной части основных фондов, по которой определяется мощность. Данный показатель не отражает уровень использования зданий, сооружений. Об этом можно судить по системе показателей использования производственных площадей. В этом случае используются следующие понятия:

- общая площадь, которую имеет предприятие;
- производственная площадь, на которой непосредственно осуществляется производственный процесс;
- площадь, непосредственно занятая оборудованием.

На основе этой классификации определяют показатели использования площадей.

Доля площади, занятой оборудованием в производственной площади, называется *коэффициентом занятости производственной площади*. Отношение производственной площади к располагаемой — *коэффициент занятости располагаемой площади*.

Следующая группа показателей характеризует съем продукции с 1 м² площади предприятия. Следовательно, можно вычислить три показателя съема продукции с 1 м² площади:

- 1) съем продукции с 1 м² площади, занятой оборудованием;
- 2) съем продукции с 1 м² производственной площади;
- 3) съем продукции с 1 м² располагаемой площади.

Как уже говорилось, производственная мощность измеряется по каждому виду продукции в натуральных или условно-натуральных единицах измерения. В некоторых случаях для увязки показателей фондоотдачи, фондоемкости и производственной мощности наряду с натуральным измерением на предприятиях с разнородным выпуском продукции могут быть использованы и стоимостные измерители.

Сопоставление средней годовой стоимости основных фондов со средней годовой мощностью дает показатель, называемый *фондомощностным коэффициентом*. Этот коэффициент характеризует потребность в основных фондах на единицу среднегодовой производственной мощности.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Дайте определение производственной программе и производственной мощности.
2. Что понимается под «узким местом» на предприятии?
3. В чем заключаются особенности планирования производственной программы и производственной мощности на предприятиях, выпускающих один вид или широкую номенклатуру продукции?
4. Какие типы производства вы знаете?
5. К какому типу вы отнесете производственный процесс на предприятии, на котором работаете вы или ваши знакомые?

3.5. Логистика в управлении фирмой

3.5.1. Основные сведения

Для того чтобы осуществлять свою деятельность по созданию благ, фирма должна иметь все необходимые возможности в натурально-вещественном виде. Иными словами, она должна иметь то, из чего делается продукция, то чем делается, и тех, кто делает. Кроме того, эффективность современного предприятия предусматривает доставку произведенной продукции до потребителя.

Спектр деятельности по управлению материальным потоком от поставщиков до потребителей называется **ЛОГИСТИКОЙ**.

Термин «логистика» происходит от греческого слова *logistike*, что означает искусство вычислять, рассуждать. Первоначально этим термином обозначалась деятельность по обеспечению войск всем необходимым. Затем этот термин из военной сферы перешел в область хозяйственной практики, и им стала обозначаться деятельность по обеспечению предприятия всем необходимым. Однако во второй половине XX в. стало ясно, что в оптимизации нуждается не только снабженческая, но и производственная, и сбытовая деятельность. Поясним смысл логистической деятельности на фирме.

Из предыдущих глав вам стало ясно, что производство благ, т.е. продукции, — это непрерывный циклический процесс, который в натуральном виде представляет собой поток материальных ценностей. Этот поток последовательно проходит следующие стадии:

- *снабжение* — приобретение необходимых средств производства: сырья, материалов, оборудования и т.д.;
- *производство* — переработка приобретенных предметов труда (сырья, материалов, информации и т.д.);
- *сбыт* — продажи товара (изделий, услуг, работ).

Каждая стадия этого процесса связана с тем, что материальные ценности необходимо транспортировать, складировать, разгружать, нагружать, сортировать и т.д. Каждая из перечисленных стадий деятельности фирмы (назовем их логистическими операциями) достаточно хорошо изучена и описана. Однако необходимость быстрого реагирования на изменение спроса потребовала расширения номенклатуры и ассортимента производимой продукции. Это в свою очередь потребовало согласованности выполнения предприятием указанных стадий для того, чтобы обеспечить непрерывность движения материального потока от поставщика сырья до доставки товара потребителю.

Таким образом, на современном этапе под *логистикой* понимают управление (планирование, организацию, мотивацию и контроль) материальными потоками. Для того чтобы делать это наиболее эффективно (с минимальными затратами времени и ресурсов), необходимо рассматривать стадии снабжения, производства, хранения, распределения, сбыта (назовем их *логистическими операциями*) в виде единого ор-

ганизационно-технологического процесса. Организационно управление материальными потоками выглядит как построение логистических цепочек.

Логистическая цепь — это линейно упорядоченное множество физических и (или) юридических лиц (производителей, дистрибьюторов, дилеров, перевозчиков, складов и т.д.), последовательно осуществляющих логистические операции от поставщика до конечного потребителя.

При формировании логистической цепи отдаются предпочтение модульному принципу управления на всех уровнях с достаточной самостоятельностью модулей. От модульного принципа построения отдельных рабочих мест и их групп переходят к модульному формированию производственных, транспортных, складских подсистем, целых производств и групп предприятий. Логистические системы снабжения, производства, сбыта, складирования называют *микрологистическими системами*. В свою очередь микрологистические системы должны быть интегрированы в единую логистическую систему предприятия.

3.5.2. Микрологистические системы

Закупочная логистика. Целью закупочной логистики является реализация функции снабжения, т.е. обеспечение предприятия необходимыми средствами труда. Для достижения эффективности закупочной логистики осуществляется поиск и закупка необходимых материалов надлежащего качества в необходимые сроки и по оптимальным ценам. Очевидно, что управление деятельностью в области закупочной логистики подразумевает:

- определение потребностей предприятия в материально-технических ресурсах;
- организацию закупок и завоза материально-технических ресурсов;
- организацию хранения материалов и подготовку их к производственному потреблению;
- соблюдение требований производства по качеству сырья и комплектующих изделий.

На крупных предприятиях на отделы логистики возлагаются задачи по изучению поставщиков и их ценовой политике, по разработке программ экономии материальных ресурсов и контролю их выполнения, контролю кредиторской задолженности поставщикам и т.д.

Естественно, что основной задачей закупочной логистики является определение потребностей в материальных ресурсах. Планирование потребностей осуществляется двумя способами:

- 1) определение потребностей на основе заказов и перспективных планов;
- 2) определение потребностей на основе расходов.

В первом случае определение потребностей происходит путем разложения спецификаций на отдельные комплектующие с учетом уже имеющихся складских запасов. Первичными потребностями здесь являются потребности в готовых изделиях, вторичными — узлы, из которых состоят изделия, третичными — детали, из которых состоят узлы. Сроки удовлетворения последующих потребностей определяются на основе сроков закупки предыдущих.

Если применение этого метода нецелесообразно, тогда используют метод определения потребностей в ресурсах на основе расходов, т.е. на основе прошлого опыта, — метод подобия с учетом изменения планируемых объемов выпуска продукции.

Для повышения эффективности закупочной логистики разработан и применяется ряд перспективных методов снабжения. Рассмотрим некоторые из этих методов.

1. *Открытые заказы.* Выполняемый поставщиком заказ является контрактом на закупку определенного количества товара, но без права его отгрузки до получения соответствующего требования от заказчика. Это позволяет оптимизировать складские запасы.

2. *Закупки без счетов-фактур.* Представляют собой технику поставок, при которой один постоянный поставщик снабжает заказчика всеми материалами, необходимыми для производства конкретного продукта. Оплата закупок осуществляется на основе простого расчета количества материалов, используемых заказчиком при производстве своей продукции за отчетный период. Это позволяет экономить деньги на составлении договоров.

3. *Закупки без запасов.* В этом случае поставщик поддерживает необходимые запасы у заказчика самостоятельно на основе заключенных договоров.

4. *Закупки по стандарту.* Представляют собой технику поставок, при которой их содержание и порядок осуществления регламентируются стандартами.

Экономия достигается за счет формализации процедур и сокращения параметров поставок.

Конечно, применение изложенных методов возможно при тщательном выборе поставщиков. Если фирма-заказчик имеет длительные по времени доверительные отношения с небольшим, ограниченным числом поставщиков, появляется возможность осуществлять производственный процесс с минимальными запасами сырья и материалов. Отпадает необходимость в выполнении самостоятельных действий по поставке, внепроизводственному хранению, проведению входного контроля, включая формальный пересчет и тестирование входящих материалов. Кроме того, в рамках таких отношений поставщик и покупатель помогают друг другу улучшать свою продукцию и увеличивать объемы продаж, являются источником идей в области новой техники, технологии, материалов.

Главной проблемой системы закупок является то, что для обеспечения непрерывности производственного процесса необходимо иметь комплекс складов с присущими им издержками. Основные статьи издержек таковы:

- содержание складских помещений — арендные и рентные платежи, амортизационные отчисления, коммунальные услуги и т.д.;
- затраты на обслуживающий персонал — заработная плата складских работников;
- затраты на транспортные средства;
- убытки от хранения запасов.

Складирование и хранение. Перемещение материальных потоков в логистических системах невозможно без концентрации в определенных местах необходимых запасов. Места хранения этих запасов называют складами. Основное назначение склада — концентрация запасов, их хранение и обеспечение бесперебойного и ритмичного снабжения заказов потребителей. Процесс складирования включает в себя контроль поставок (в том числе входной контроль качества); разгрузку и приемку грузов; внутрискладскую транспортировку и перевалку грузов; складирование и хранение грузов; комплектацию заказов клиентов; снабжение запасами; сбор и доставку порожней тары; контроль за выполнением заказов; информационное обслуживание склада; оказание дополнительных услуг по заявкам клиентов (фасовка, распаковка, сортировка и т.д.).

Очевидно, что технологический процесс складирования весьма сложен и ответственен, так как он связан со значительными товарно-материальными ценностями. В связи с тем,

что назначением склада является концентрация и хранение запасов, то определение оптимальных партий запасов — основная проблема складской логистики.

Выделяют две основные группы запасов: производственные и товарные.

Производственные запасы предназначены для производственного потребления. Они должны обеспечивать бесперебойность производственного процесса. Эти запасы учитываются в натуральных, условно-натуральных и стоимостных измерителях. К ним относятся предметы труда, поступившие к потребителю, но еще не использованные и не подвергнутые переработке.

Товарные запасы необходимы для бесперебойного обеспечения потребителей необходимыми товарами. К ним относятся запасы готовой продукции, а также запасы в каналах распределения. В свою очередь производственные и товарные запасы подразделяются на текущие, подготовительные, гарантийные (страховые), сезонные и переходящие.

Текущие запасы обеспечивают непрерывность производственного или торгового процесса между двумя поставками.

Подготовительные запасы (или запасы буферные) выделяются из производственных запасов при необходимости их дополнительной подготовки перед использованием в производстве (например, сушка древесины, сортировки). Подготовительные запасы товарных средств производства формируются в случае необходимости подготовки материальных ресурсов к отпуску потребителям (например, для развеса и упаковки).

Гарантийные (страховые) запасы предназначены для непрерывного снабжения потребителя в случае непредвиденных обстоятельств: отклонения в периодичности и величине партий поставок от запланированных, изменения интенсивности потребления, задержки поставок в пути. В отличие от текущих запасов размер гарантийных запасов — величина постоянная.

Сезонные запасы образуются при сезонном характере производства продуктов, их потребления или транспортировки. Эти запасы должны обеспечить нормальную работу организации во время сезонного перерыва в производстве, потреблении или транспортировке продукции.

Переходящие запасы — это остатки материальных ресурсов на конец отчетного периода. Они предназначены для обеспечения непрерывности производства и потребления

в отчетном и следующем за отчетным периоде до очередной поставки.

Современный склад — это сложное техническое сооружение, которое состоит из многочисленных взаимосвязанных элементов и выполняет ряд функций по накоплению, переработке и распределению товарно-материальных ценностей. В связи с этим рационализация складских затрат оказывает значительное влияние на величину общих издержек.

Оптимизация этих затрат осуществляется в процессе решения следующих проблем.

1. *Выбор между собственным складом, складом общего пользования или их комбинациями.* Это одна из самых главных проблем в складировании. На собственных складах лучше поддерживаются условия хранения и контроля. Руководству фирмы легче корректировать стратегию сбыта (дешевле). Однако склад общего пользования не требует инвестиций в развитие складского хозяйства, охрану, поддержание условий хранения и т.д. Складу общего пользования следует отдавать предпочтение при низких объемах оборота фирмы или сезонности хранимого товара.

2. *Определение количества складов и размещение складской сети.* Как правило, данный вопрос актуален для крупных фирм с большим национальным или транснациональным рынком. Наиболее распространены два варианта размещения складской сети: централизованное — наличие одного крупного склада на регион; децентрализованное — наличие нескольких мелких складов в регионе, максимально приближенных к конечному потребителю.

Следует иметь в виду, что размещение и формирование складской сети — оптимизационная задача. Необходимо учитывать значительные капиталовложения в складское хозяйство и при этом оценивать полученный эффект от приближения к своим клиентам.

3. *Определение размера склада и его месторасположения.* При определении складских мощностей необходимо учитывать требования, предъявляемые к условиям и срокам хранения продукции. Оптимальным считается месторасположение с минимальными транспортными расходами на доставку и отправку грузов.

Производственная логистика. Целью управления материальным потоком в процессе производства является оптимизация загрузки производственной мощности. Эту логистическую операцию называют *операционным менеджментом*.

Без надлежащей организации движения предметов труда по технологическим маршрутам невозможно планирование времени окончания работ. Напротив, если известны направления движения и средняя скорость, то можно установить время выполнения заказа. Упорядоченное движение изделий в производстве достигается стандартизацией и унификацией технологических маршрутных карт прохождения предметов труда. Очевидно, что организация движения предметов труда требует *синхронизации производственных циклов*. Синхронизация необходима для сведения к минимуму простоев рабочего времени и оборудования, а также уменьшения незавершенного производства, сокращения сроков межоперационных и межцеховых «пролеживаний» запасов.

Менеджмент в области производства предусматривает выполнение следующих функций логистики:

- планирование и диспетчирование производства на основе прогноза потребности в готовой продукции и имеющихся заказов потребителей;
- разработка планов-графиков производственных заданий подразделениям предприятия;
- разработка графиков запуска-выпуска продукции, согласованных со службами снабжения и сбыта;
- установление нормативов незавершенного производства и контроль за их соблюдением;
- организация выполнения производственных заданий;
- контроль за количеством и качеством готовой продукции;
- контроль себестоимости производства готовой продукции.

Транспортная логистика. Отдельной сферой деятельности в логистической цепи является транспортировка материальных ценностей. Ранее указывалось, что в цене товаров доля транспортных расходов может составлять значительную величину (см. п. 2.3), поэтому для эффективной работы всех звеньев логистической цепи необходимо организовать действенную систему физического перемещения — *транспортировки* товарно-материальных ценностей от поставщика до потребителя. Естественно, что деятельность в области транспортной логистики предполагает выбор оптимального маршрута, оформление складских операций, экспедирование грузов, контроль сохранности грузов и т.д. Это достаточно специфическая деятельность, требующая значительных затрат, поэтому в настоящее время все большее количество предприятий передают осуществление функции

транспортной логистики специальным транспортно-логистическим предприятиям, которые имеют возможность осуществлять эту функцию на качественно более высоком уровне. В результате предприятие-производитель может сосредоточиться на основной — производственной — деятельности. Например, в начале XXI в. в США около 70% предприятий передало осуществление транспортно-логистических функций специальным компаниям. Транспортные компании предлагают клиентам полный пакет услуг по перемещению груза и предоставляют клиентам всю необходимую информацию о грузе в режиме реального времени.

Логистика распределения. *Сбытовая логистика*, или *логистика распределения*, — неотъемлемая часть логистики, обеспечивающая наиболее эффективную организацию распределения производимой продукции. Она охватывает всю цепь системы распределения: складирование, транспортирование, продажи.

В отличие от маркетинга, который занимается выявлением и стимулированием спроса, логистика призвана удовлетворить сформированный маркетингом спрос с минимальными затратами. Основная *цель логистической системы распределения* — доставить товар в нужное место и в нужное время.

Очевидно, что продажа товара предполагает работу по сбору информации, необходимой для планирования распределения продукции; созданию и распространению информации о товарах; установлению контактов и проведению переговоров с потенциальными покупателями; организации транспортировки и складирования товаров и т.д. Все или часть этих функций может взять на себя производитель, но при этом издержки производителя возрастают. Однако из-за специализации более эффективно передать часть этих функций специальным посредническим организациям. В результате такой передачи организуется канал распределения.

Канал распределения — это путь, по которому товары движутся от производителя к потребителю. В реальности это совокупность организаций или отдельных лиц, которые принимают на себя или передают другому право собственности на конкретный товар в материальном потоке от производителя к потребителю. Очевидно, что разработка каналов распределения играет ключевую роль в расширении объемов продаж.

Существуют два традиционных вида каналов распределения: горизонтальные и вертикальные.

В *горизонтальных каналах распределения* каждый член канала представляет собой отдельное предприятие, ни один из членов канала не имеет полного или достаточного контроля над деятельностью остальных членов.

В *вертикальных каналах распределения* один из членов канала, как правило, либо является собственником остальных, либо предоставляет им определенные привилегии. Это позволяет проводить единую политику сбыта, сервиса и т.д. В результате исключается дублирование членами канала исполняемых функций и канал сбыта действует как единая система.

Количество уровней канала и конкретный состав членов канала (посредников) зависит от вида бизнеса и отрасли. Членами канала распределения, кроме производителя и конечного потребителя, являются посредники, которыми могут быть дилеры, дистрибьюторы, комиссионеры, агенты и брокеры.

Дилеры — это оптовые или розничные продавцы, которые ведут операции от своего имени и за свой счет. В логистической цепи дилеры наиболее близки к конечным потребителям, поэтому в вертикальных каналах именно дилеры являются поставщиками информации о потребностях покупателей. Дилер становится собственником продукции после полной оплаты поставки товара по договору поставки. Различают два вида дилеров. *Эксклюзивные дилеры* являются единственными представителями производителя в данном регионе и наделены исключительными правами по реализации его продукции. *Авторизованные дилеры* сотрудничают с производителем на условиях франшизы.

Дистрибьюторы — это оптовые и розничные посредники, ведущие операции от имени производителя и за свой счет. Как правило, производитель предоставляет дистрибьютору право торговать своей продукцией на определенной территории в течение определенного срока. Таким образом, дистрибьютор не является собственником продукции. Дистрибьюторы в логистической цепи обычно занимают положение между производителем и дилерами.

Комиссионеры — это оптовые и розничные посредники, ведущие операции от своего имени и за счет производителя. Комиссионер не является собственником продаваемой продукции. Производитель остается собственником продукции до ее оплаты конечным потребителем. Вознаграждение комиссионеру выплачивается обычно в виде процентов от суммы

проведенной операции или как разница между ценой, назначенной производителем (комитентом), и ценой реализации.

Агенты и брокеры — это посредники, выступающие в качестве представителя или помощника производителя (принципиала). Агент заключает сделки от имени, по поручению и за счет принципиала. Брокеры выполняют лишь отдельные поручения. Брокеры и агенты не являются собственниками продукции. За свои услуги агенты и брокеры получают вознаграждение по тарифам или в виде процентов от суммы проведенной операции.

Другой проблемой распределительной логистики является *определение количества посредников*. Разработанные каналы влияют на скорость, время, эффективность движения и сохранность продукции при ее доставке от производителя к конечному потребителю. Очевидно, что увеличение количества посредников ведет к удорожанию продукции. Вместе с тем сокращение числа посредников может снизить эффективность сбыта или потребует инвестиций для создания собственной сбытовой сети. Поэтому решение вопроса о том, каким образом следует выполнять различные функции канала распределения, — это вопрос эффективности. При появлении возможности более результативно выполнять функции канал перестраивается.

3.5.3. Основные логистические концепции и системы

Наибольшее распространение в мировой практике получила логистическая **концепция JIT** (just-in-time, или «точно в срок»). Считается, что название JIT появилось в автомобильной промышленности США. Первоначально эта концепция использовалась для производственной логистики и предполагала исключение запасов материалов, комплектующих и полуфабрикатов в незавершенном производстве в процессе сборки автомобилей и их основных агрегатов. Действительно, если производственное расписание разработано, то можно так организовать движение материальных потоков, что все материалы, компоненты и полуфабрикаты будут поступать в необходимом количестве, в нужное место (на сборочной линии — конвейере) и точно к назначенному сроку. Это приводило к высвобождению значительных денежных средств фирмы.

Однако появлению этой концепции предшествовало появление в японской промышленности, и прежде всего в ком-

пании *Toyota Motors*, системы «Канбан», что в переводе с японского означает «бирка, значок или карта». В отличие от традиционного подхода к производству каждое структурное подразделение организует свою работу согласно заказу последующего подразделения. Средством передачи информации в системе является специальная карточка (канбан) в пластиковом конверте. Карточки могут быть разной формы и цвета, но независимо от формы они выполняют в производстве две функции. С помощью канбан процессы получают указания производить продукцию, а рабочие — перемещать ее. Первый случай носит название «канбан производства» (или канбан изготовления), второй — «канбан отбора» (или канбан перемещения). В карточке производственного заказа указывается количество деталей, которое должно быть изготовлено на предшествующем производственном участке. В карточке отбора — количество деталей (комплектующих, полуфабрикатов), которое должно быть взято на предшествующем участке обработки.

Практическое использование системы «Канбан» и ее модифицированных версий позволяло снизить себестоимость производства, значительно уменьшить объем незавершенного производства, сократить страховые запасы и существенно повысить тем самым оборачиваемость оборотного капитала фирм.

Синхронизация в концепции JIT двух базисных логистических функций — снабжения и производственного менеджмента — в дальнейшем была успешно применена и в системах сбыта готовой продукции. Так, в распределительной логистике применяется канал распределения «от двери до двери» как разновидность концепции JIT в сбыте продукции. Это позволяет свести до минимума транспортные издержки и затраты на промежуточное хранение товаров.

Таким образом, **современная концепция JIT** — это построение логистической системы в производстве, снабжении и сбыте, основанной на синхронизации процессов доставки материальных ресурсов и готовой продукции в необходимых количествах к тому времени, когда звенья логистической системы в них нуждаются, с целью минимизации затрат, связанных с созданием запасов. В идеальном случае материальные ресурсы или готовая продукция должны быть доставлены в определенную точку логистической цепи (канала) именно в тот момент, когда в них есть потребность (не раньше, не позже).

Другой популярной логистической концепцией является **концепция планирования потребностей (ресурсов)** (requirements (resource) planning — RP). В закупочной и производственной логистике данная концепция называется *MRP I*, *MRP II* (аббревиатура от англ. materials/manufacturing requirements/resource planning), или «планирование потребностей в материалах и ресурсах для производства». В сбыте (распределении) она получила обозначение *DRP I*, *DRP II* (distribution requirements/resource planning), или «планирование распределения продукции (ресурсов)».

Согласно этой концепции сначала определяют, сколько и в какие сроки необходимо произвести конечной продукции, затем устанавливают время и необходимые количества материальных ресурсов для изготовления узлов, из которых состоят изделия, затем рассчитывают время и количество деталей, из которых состоят узлы. Сроки удовлетворения последующих потребностей определяются на основе сроков закупки предыдущих. В процессе реализации система RP обеспечивает поток плановых количеств материальных ресурсов и запасов продукции на горизонте планирования.

Применение той или иной логистической концепции зависит от вида бизнеса и отрасли и нуждается в экономическом обосновании. Формирование интегрированной логистической системы вне зависимости от применяемой концепции — это сложный и многоплановый процесс, в котором используются достижения современной информационной технологии, новейшие компьютерные системы. Это делает возможным эффективно реализовывать все функции управления — от планирования до оперативного контроля по всей логистической цепи.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Что такое логистика?
2. Назовите цель логистики.
3. Какие основные логистические концепции вам известны?
4. Что понимается под закупочной логистикой? В чем состоит ее сущность?
5. В чем заключается суть производственной логистики?
6. Какие основные задачи логистики распределения вы знаете?
7. Что такое каналы распределения товаров?
8. Каковы проблемы складского обслуживания?
9. Что такое транспортная логистика?

Резюме к главе 3

1. Для того чтобы произвести блага, предприятия используют два основных вида ресурсов — труд и капитал. Оба эти ресурса могут принести прибыль, однако труд, рабочая сила при этом не возрастает, а капитал увеличивается.

2. Труд как ресурс в натурально-вещественном виде представляет собой персонал, т.е. совокупность физических лиц, работающих на предприятии на условиях найма. В стоимостной форме платой за этот ресурс для предприятия является оплата труда, в которой заработная плата представляет собой часть оплаты труда. Специфичность этого вида ресурса состоит в том, что рабочая сила неотделима от носителя — человека. Поэтому назначение «цены» на этот вид ресурса имеет большую специфику, выражающуюся в различных формах и системах оплаты труда.

3. Капитал — это ресурс, который может принести доход и возрастает при этом. Он также существует в двух формах: натурально-вещественной и стоимостной (денежной). Капитал в натурально-вещественной форме называется фондами, в стоимостной форме — средствами.

4. В процессе производства происходит изменение натурально-вещественной формы капитала, и его стоимость включается в стоимость готовой продукции. Основной капитал меняет свою натурально-вещественную форму постепенно. В результате происходит потеря потребительских свойств, т.е. износ. Для восстановления натуральной формы основного капитала (реновации) его стоимость включается в стоимость готовой продукции по частям. Это называется амортизационными отчислениями. Оборотный капитал меняет свою стоимость в течение одного производственного цикла, поэтому его стоимость включается в стоимость готовой продукции полностью.

5. Объединяясь в процессе производства, все виды ресурсов формируют интегральный ресурс предприятия — *производственную мощность*, т.е. максимально возможный выпуск продукции. Расчет производственной мощности предприятия дает возможность определить план изменения производственных мощностей для выполнения производственной программы, т.е. того количества продукции, которое необходимо произвести.

6. Для того чтобы осуществлять свою деятельность по созданию благ, фирма должна иметь все необходимые воз-

возможности в натурально-вещественном виде. Иными словами, она должна *иметь то, из чего делается продукция, то, чем делается, и тех, кто делает* продукцию. Кроме того, эффективность современного предприятия предусматривает доставку произведенной продукции до потребителя. Весь спектр деятельности по управлению материальным потоком от поставщиков до потребителей называется логистикой.

Для того чтобы иметь это имущество и нанять персонал, необходимы денежные ресурсы. Кроме того, процесс производства требует текущих затрат на изготовление продукции и функционирование предприятия. Формированию финансовых ресурсов будет посвящена следующая глава.

Глава 4

ЗАТРАТЫ И ФИНАНСЫ ФИРМЫ

В результате изучения главы 4 студент должен:

знать

- что прибыль — это не деньги, а абсолютный показатель эффективности, как рентабельность (прибыльность) — относительный;
- разницу между издержками и себестоимостью продукции;
- что такое налоги и финансы;
- логику финансовых и бухгалтерских документов, значение основных финансовых показателей;

уметь

- понимать разницу между текущими и единовременными затратами, классифицировать текущие затраты по различным критериям;
 - оценивать налоговое бремя для фирмы;
- владеть**
- навыками расчета издержек и себестоимости продукции, прибыли и убытка и основных финансовых показателей.
-

Рассмотренные в предыдущей главе ресурсы, которые вовлекаются в производственно-хозяйственную деятельность, имеют денежную форму. Кроме того, в денежной форме выражаются любые результаты и затраты, используя один показатель — рубль. Это дает возможность определить, какие денежные ресурсы необходимо привлечь, чтобы обеспечить предприятие всем необходимым. Вместе с тем, чтобы обеспечить возможность принятия обоснованных решений, требуется четко представлять, откуда деньги будут приходиться, и куда, на какие цели будут расходоваться.

Финансы (от лат. *financia* — наличность) — это отношения в процессе образования и использования денежных фондов.

Соответственно деятельность по целенаправленному воздействию на этот процесс называется *финансовым менеджментом*, а люди, которые этим занимаются, — *финан-*

совыми менеджерами, или финансистами. На уровне государства этим занимается Министерство финансов. Это ведомство составляет главный денежный документ страны — бюджет, в котором, как известно, две части: доходная и расходная. Именно это ведомство планирует, откуда деньги будут приходиться и куда их необходимо использовать, и контролирует их использование. На уровне предприятия этим занимается руководитель и финансовая служба фирмы. Таким образом, на предприятии образуются денежные потоки, связанные с получением доходов и несением необходимых расходов денег. Совокупность возможных денежных поступлений на предприятие из самых различных источников называется *финансовыми ресурсами*. Но прежде чем перейти к изучению финансовых ресурсов, необходимо рассмотреть главный финансовый показатель деятельности — прибыль. Как указывалось в п. 1.6, прибыль — это абсолютный показатель эффективности деятельности предприятия, который рассчитывается как разность между доходами от деятельности предприятия и расходами на эту деятельность.

4.1. Расходы, затраты, издержки производства и себестоимость продукции

4.1.1. Основные сведения

Для того чтобы произвести продукцию в заданном объеме, номенклатуре и ассортименте, предприятие расходует ресурсы. В экономической практике для обозначения этих расходов применяются следующие термины: «расходы», «вложения», «затраты», «издержки», «себестоимость». Чаще всего они употребляются как синонимы, но в зависимости от того, для каких целей проводится исследование, эти термины имеют разный смысл. Так, в России на начало XXI в. существуют управленческий, бухгалтерский и налоговый виды учета. Перечень расходов в двух последних определяется законодательно¹. Здесь будут рассматриваться затраты с точки зрения управленческого учета.

В натуральном выражении предприятие расходует сырье и материалы, покупает и использует землю, здания и оборудо-

¹ В Налоговом кодексе Российской Федерации (НК РФ) перечень расходов приведен в части второй, разд. VII, гл. 25.

Федеральный закон от 21 ноября 1996 г. № 129-ФЗ «О бухгалтерском учете» (в ред. от 3 ноября 2006 г.).

дование, нанимает персонал. В денежном выражении расходы формируют *затраты предприятия*. По характеру их можно разделить на *единовременные* (на развитие производственных мощностей, приобретение финансовых активов, социально-культурные мероприятия и объекты и т.п.) и *текущие* (на производство и реализацию продукции, которые формируют издержки производства и себестоимость продукции).

При анализе и планировании текущих затрат менеджера интересуют два момента.

1. Сколько денег потрачено на текущую деятельность в данном периоде?

Текущие затраты в денежном выражении на всю производственно-хозяйственную деятельность за определенный период получили название **издержек производства**.

2. Во сколько фирме обходятся или обойдутся производство и реализация единицы продукции или продукции определенного вида?

Текущие затраты в денежном выражении на производство и реализацию продукции получили название **себестоимости**.

4.1.2. Состав текущих затрат

Для производства продукции используются оборотный капитал, основной капитал и рабочая сила, поэтому алгоритм расчета как издержек, так и себестоимости складывается из ответов на следующие вопросы: из чего делается продукция, кем делается, чем делается? Суть издержек и себестоимости продукции обусловили разный порядок их расчета.

Поскольку издержки — это затраты на всю производственно-хозяйственную деятельность, интересно в первую очередь назначение затрат. Поэтому *издержки производства рассчитываются по экономическим элементам*. Экономические элементы затрат в зависимости от функционального назначения подразделяются следующим образом:

- 1) материальные затраты;
- 2) оплата труда персонала;
- 3) начисления на заработную плату;
- 4) амортизация основных фондов;
- 5) прочие расходы.

Материальные затраты. Это сырье, основные и вспомогательные материалы (за вычетом возвратных отходов), покупные изделия, полуфабрикаты, работы и услуги производственного характера; топливо со стороны; энергия со стороны. Кроме того, в этом элементе издержек учитываются плата за пользование природными ресурсами и плата, направляемая на восстановление и охрану природных ресурсов.

Оплата труда персонала. В фонд оплаты входят также стоимость продукции, выдаваемой в порядке натуральной оплаты, компенсационные выплаты матерям, осуществляющим уход за ребенком до достижения им трехлетнего возраста. В состав расходов на оплату труда помимо заработной платы может быть включена стоимость проезда к месту отдыха работников предприятий, расположенных в отдаленных районах.

В оплату труда, как правило, не включаются следующие выплаты: премии, материальная помощь (в том числе безвозмездная), беспроцентная ссуда на улучшение жилищных условий, оплата дополнительных отпусков, надбавки к пенсиям, единовременные пособия уходящим на пенсию, дивиденды по акциям, доходы по облигациям, оплата путевок на лечение и отдых.

Начисления на заработную плату. В силу специфики трудовых ресурсов расходы на их использование для предприятия не ограничиваются заработной платой. Наименование и размер этих отчислений различаются по странам, но размер этих отчислений определяется в процентах от заработной платы. Как правило, государственные нормы предусматривают отчисления в Пенсионный фонд, Фонд социального страхования, Фонд обязательного медицинского страхования.

Амортизация основных фондов. Обеспечивает воспроизводство изношенных объектов основных фондов путем постепенного включения их стоимости в затраты на производство на протяжении всего срока полезного использования объекта.

Прочие затраты. Этот элемент затрат включает в себя разные виды расходов, не вошедших в предыдущие пункты. Это могут быть:

- 1) затраты на проведение ремонтных работ;
- 2) затраты по оплате процентов за пользование банковским кредитом и по процентам поставщиков за приобретение товарно-материальных ценностей. Оплата же процен-

тов по ссудам, полученным на восстановление недостатка собственных оборотных средств, на приобретение оборудования, нематериальных активов, а также по отсроченным и просроченным ссудам, на себестоимость не относятся и покрывается за счет прибыли предприятия;

- 3) платежи за выбросы загрязняющих веществ;
- 4) нематериальные активы;
- 5) представительские расходы;
- 6) расходы на рекламу;
- 7) некоторые налоги, в частности налог на имущество, транспортный налог;
- 8) расходы на подготовку персонала; и др.

Классификация затрат по экономическим элементам дает возможность определить затраты на всю производственно-хозяйственную деятельность и рассчитать затраты на производство основных видов продукции (валовой, товарной, реализованной). Необходимо отметить, что при определении издержек учитываются только покупные ресурсы.

При управлении текущими затратами, определении цены продукции недостаточно знать только затраты на всю производственно-хозяйственную деятельность. В этом случае необходимо учитывать не только экономическую природу, но и место возникновения затрат. Важно подсчитать затраты именно на данный вид продукции или затраты, возникающие в данном месте. По-латыни *calculatio* — это подсчет. Поэтому расчет ведется по статьям калькуляции. Расчет себестоимости единицы продукции данного вида и называется *калькуляцией*. При определении себестоимости продукции или калькуляции нужно ответить на те же вопросы (из чего? кем? чем?), однако необходимо учитывать место затрат. В соответствии с этим алгоритмом *группировка по статьям калькуляции* может выглядеть следующим образом:

- 1) сырье и основные материалы;
- 2) покупные изделия, полуфабрикаты, работы и услуги производственного характера сторонних организаций;
- 3) возвратные отходы (вычитаются);
- 4) топливо и энергия на технологические нужды;
- 5) заработная плата основных рабочих;
- 6) начисления на заработную плату;
- 7) расходы на подготовку и освоение нового производства;
- 8) расходы на содержание и эксплуатацию оборудования;
- 9) цеховые расходы;
- 10) общепроизводственные (общепроизводственные) расходы;

- 11) потери от брака;
- 12) расходы на реализацию;
- 13) внереализационные расходы;
- 14) прочие расходы.

К *расходам на подготовку и освоение нового производства* относят затраты некапитального характера: совершенствование технологии, переналадку оборудования, изготовление специального оборудования и оснастки и т.д.

Расходы по содержанию и эксплуатации оборудования включают в себя затраты на техническое обслуживание машин и механизмов, расходы на текущий и капитальный ремонт оборудования, цехового транспорта и инструментов, амортизацию основных фондов, закрепленных за цехами, износ малоценных и быстроизнашивающихся предметов и др.

В состав *цеховых расходов* входят затраты на управление цехов основного производства: заработная плата цехового персонала, расходы на амортизацию, текущий ремонт, отопление, освещение, уборку зданий и цеховых помещений, износ инвентаря и малоценных предметов общецехового назначения и др.

Общезфирменные расходы направляются на покрытие затрат по управлению и обслуживанию общезозяйственных нужд предприятия: аппарата управления, содержание зданий, территории, транспорта и прочих, имеющих общепроизводственное назначение.

Расходы на реализацию связаны с реализацией продукции (упаковка, отгрузка, реклама, сбытовая сеть, комиссионные и др.).

Внереализационные расходы включают в себя различного рода отчисления и платежи, например, проценты за пользование заемными средствами, судебные расходы, а также некоторые убытки (потери от стихийных бедствий, пожаров, аварий).

Состав затрат меняется в зависимости от отрасли. Кроме того, не все затраты на производство и реализацию продукции государство разрешает покрывать за счет себестоимости. Часть этих затрат в соответствии с регламентирующими документами покрывается за счет прибыли, остающейся в распоряжении предприятия.

4.1.3. Классификация затрат

Суть классификации состоит в том, чтобы определить, на какие расходы менеджер может повлиять и какие могут

быть результаты этого влияния. Для управления затратами, т.е. целенаправленного на них воздействия, применяются различные их классификации.

В зависимости от специфики принимаемых решений затраты подразделяют на релевантные и нерелевантные. *Релевантными* (т.е. существенными, значительными) затратами можно считать только те затраты, которые зависят от рассматриваемого управленческого решения. *Нерелевантные, или безвозвратные, затраты* — это затраты, которые не могут быть изменены никаким будущим решением.

По времени возникновения и отнесения на себестоимость продукции различают затраты истекшего периода, текущие, будущего отчетного периода и предстоящие. К *текущим* относятся расходы по производству и реализации продукции данного периода, которые принесли доход в настоящем и потеряли способность приносить доход в будущем. *Расходы будущего периода* — это затраты, произведенные в текущем отчетном периоде, но подлежащие включению в себестоимость продукции, которая будет выпускаться в последующие отчетные периоды (например, расходы на освоение вводимых в эксплуатацию цехов, производств, на подготовку и освоение новых видов продукции на действующих предприятиях). Такие затраты должны принести доход в будущем. К *предстоящим* относят затраты, которые в данном отчетном периоде еще не произведены, но для правильного отражения фактической себестоимости подлежат включению в затраты производства за данный отчетный период в плановом размере (расходы на оплату отпусков рабочих, выплату единовременного вознаграждения за выслугу лет и другие затраты, имеющие периодический характер). В будущих и предстоящих расходах выделяются затраты, *принимаемые и не принимаемые в расчет* — это те будущие затраты, которые подвержены влиянию принятого решения. При выборе определенного решения необходимо выяснить, какие затраты имеют отношение к данной проблеме, а какие нет. К не принимаемым в расчет затратам и доходам относятся те, которые не зависят от принятого решения.

Например, пусть кто-то стоит перед выбором — ехать в командировку на личном автомобиле или в общественном транспорте. К затратам, принимаемым в расчет, будут относиться расходы на бензин для автомобиля и стоимость билета на общественном транспорте, тогда как налог на владение автомобилем, оплата страховки автомобиля будут

затратами, не принимаемыми в расчет, поскольку будут сделаны независимо от выбранного варианта.

В зависимости от изменения объема продукции затраты делят на следующие виды:

- переменные (зависящие от изменения объема);
- условно-переменные или условно-постоянные;
- постоянные (не зависящие от изменения объема производства).

Все *переменные издержки* в зависимости от их изменения, связанного с расширением или сокращением производства и реализации, подразделяются на пропорциональные, депрессивные и прогрессивные.

Пропорциональными переменными являются издержки, которые изменяются в той же пропорции, что и производство и реализация.

Под *депрессивными переменными издержками* понимают переменные издержки, которые изменяются в меньшей пропорции, чем производство и реализация продукции.

Прогрессивные переменные издержки меняются в относительно большей пропорции, чем производство и реализация.

Каждый раз, когда предприятие получает выручку от реализации единицы продукции (цена реализации), оно несет и расходы, равные величине средних переменных издержек.

Условно-переменные, или *условно-постоянные затраты* (расходы на командировки, оплата телефонных переговоров и т.п.), — постоянные (не зависят от изменения объема производства).

Постоянные издержки могут быть разделены на две группы: остаточные и стартовые. К *остаточным издержкам* относится та часть постоянных издержек, которые продолжает нести предприятие, несмотря на то что производство и реализация продукции полностью на какое-то время остановлены. В *стартовые издержки* включается та часть постоянных издержек, которые возникают с возобновлением производства и реализации продукции. Разграничение издержек на остаточные и стартовые представляет интерес, когда рассматривается вопрос о прекращении хозяйственной деятельности предприятия. Если хозяйственная деятельность предприятия происходит в рамках уже созданного производственного потенциала, то постоянные издержки будут неизменными. И лишь в том случае, когда наращивание объемов производства невозможно при данном уровне техники и технологии, увеличение машинного парка, числа работающих повлечет

за собой рост постоянных издержек (на амортизацию, арендную плату, оклады и др.). Этот рост произойдет в форме скачков, ибо перечисленные производственные факторы могут приобретаться лишь в каких-то неделимых количествах.

По способу отнесения затрат на единицу продукции все затраты подразделяются на прямые и косвенные.

Прямые затраты — это расходы строго целевого назначения. Их включают в себестоимость единицы продукции методом прямого счета. Так, статьи расходов с 1 по 7 являются прямыми, так как их определяют прямо, непосредственно, исходя из норм расхода, норм труда и цены за единицу израсходованного ресурса (сырья, материалов, топлива и т.д.).

Косвенные затраты не могут быть прямо отнесены к выпуску определенного изделия, так как они связаны с работой цеха или предприятия в целом, например, заработная плата директора или охраны. Поэтому они относятся на себестоимость конкретного изделия пропорционально какому-либо показателю, например, пропорционально заработной плате основных производственных рабочих, машино- или станкочасам продукции, цеховой себестоимости либо другому критерию. В производствах, где выпускается один вид продукции, все расходы могут быть отнесены к прямым.

В зависимости от роли и целевого назначения все статьи калькуляции могут быть подразделены на основные и накладные. *Основные* включают в себя затраты, непосредственно связанные с изготовлением продукции, *накладные* — это затраты, связанные с организацией, управлением, технической подготовкой производства и т.п.

По составу включаемых затрат статьи калькуляции подразделяются на *простые (одноэлементные)* — состоящие из одного экономического элемента (сырье, материалы, заработная плата), и *комплексные*, в которые входят несколько экономических элементов с одинаковым производственным назначением.

В зависимости от возможности контроля затраты группируют на контролируемые и неконтролируемые. *Контролируемые затраты* поддаются контролю со стороны менеджмента, *неконтролируемые* же — не зависят от деятельности предприятия. Например, переоценка основных средств, повлекшая за собой увеличение сумм амортизационных отчислений, изменение цен на топливно-энергетические ресурсы и т.п.

В зависимости от характера возможного управленческого решения затраты подразделяются на явные и неявные

(альтернативные, вмененные, воображаемые). *Явные* — это предполагаемые затраты, которые должно нести предприятие при выполнении производственной и коммерческой деятельности. Затраты же, обусловленные отказом от одного товара в пользу другого, называют *неявными* затратами. Неявные затраты характеризуют возможность, которая потеряна или которой жертвуют, когда выбран альтернативный курс действий, т.е. означают упущенную выгоду, когда выбор одного действия исключает появление другого действия.

Альтернативные затраты возникают в случае ограниченности ресурсов. Если ресурсы не ограничены, вмененные издержки равны нулю. Альтернативные затраты иногда называют дополнительными. Для принятия решения необходимо условно начислять (воображать) затраты, которые могут быть по альтернативному варианту.

В зависимости от расчета дополнительные затраты делятся на маржинальные и приростные. *Маржинальные затраты* представляют собой дополнительные затраты на единицу продукта. Приростные затраты (или инкрементные) являются дополнительными и появляются в результате изготовления или продажи группы дополнительных единиц продукции.

4.1.4. Методы калькулирования себестоимости единицы продукции

Для определения себестоимости отдельных видов продукции применяются различные методы калькулирования: расчетно-аналитический, нормативный, попередельный, позаказный, метод величины покрытия. Объектами калькулирования в зависимости от технологии и типа производства могут быть готовые изделия, детали или партии деталей, заказы, технологические процессы, виды работ и т.д.

Расчетно-аналитический метод базируется на определении прямых затрат на единицу продукции на основе норм, а косвенных — пропорционально принятому признаку.

Нормативный метод основан на выявлении отклонений от норм, учете изменений норм. Применяется при массовом и серийном производстве разнообразной сложной продукции. Он позволяет выявлять и устанавливать причины отклонений фактических расходов от действующих норм, сравнивая нормативную калькуляцию с фактической.

Попередельный метод применяется в условиях непрерывного и обычно краткосрочного технического процесса

или ряда последовательных производственных процессов, каждый из которых составляет самостоятельные переделы (фазы, стадии). При этом методе затраты учитываются в каждом цехе (переделе), включая, как правило, себестоимость полуфабрикатов, изготовленных в предыдущем цехе. Себестоимость каждого последующего передела складывается из произведенных им затрат и себестоимости полуфабрикатов. При попередельном методе учета затраты учитываются по цехам (переделам) и статьям расходов.

Показный метод применяется в индивидуальном и мелкосерийном производстве, а также на производстве опытных, ремонтных, экспериментальных и других работ. Объектом калькулирования является отдельный заказ.

По *методу величины покрытия* в калькуляцию отдельного изделия включаются не все затраты на производство и реализацию продукции, а лишь сумма покрытия (цена изделия минус переменные затраты). В этом случае резко снижается число статей затрат, что позволяет упростить нормирование, планирование, учет и контроль.

Считается, что издержки производства лучше всего контролировать по местам возникновения, центрам затрат, центрам ответственности.

Места возникновения — это структурные подразделения фирмы, осуществляющие производственный процесс или его обслуживание.

Центры затрат представляют собой производственные и структурные подразделения фирмы, характеризующиеся единообразием функций и производственных операций, а также организацией труда и др. Различают центры затрат по изделиям и по услугам. *Центры затрат по изделиям* производят изделие в целом или его часть, например, прядильный, ткацкий, красильно-отделочный цехи текстильного комбината. *Центры затрат по услугам* обслуживают центры затрат по изделиям, например ремонтный цех. Выделение центров затрат позволяет детализировать учет затрат, усилить контроль за расходами и повысить точность калькулирования. При расчете себестоимости изделия затраты сначала определяют по центрам затрат, а потом относят на изделия.

Центр ответственности — организационное подразделение (хозрасчетное), возглавляемое управляющим, который обеспечивает контроль плановых, нормативных и фактических затрат (смет). Центры ответственности делятся на ос-

новные и функциональные. *Основные центры* контролируют затраты в местах их возникновения, а *функциональные* — распространяют затраты на многие места их возникновения при условии, что данный центр обслуживает несколько центров затрат. Например, инструментальный цех контролирует затраты на инструмент на всех участках производства.

При составлении плана необходимо каждый раздел представить в денежном, стоимостном виде, иными словами, предварительно рассчитать предстоящие расходы и доходы. Такой предварительный расчет доходов и расходов получил название **сметы** (от глагола «наметить»).

Выделяют *функциональные* и *консолидированную (генеральную) сметы*. В соответствии с логикой планирования система смет должна охватывать все стороны хозяйственной деятельности предприятия. Поэтому функциональные сметы включают в себя: сметы объема продаж (программа сбыта); сметы затрат на приобретение основных материалов; сметы затрат на оплату труда основных рабочих; сметы затрат по подразделениям или функциям управления; сметы расходов на производство вспомогательных цехов; сметы расходов на содержание и эксплуатацию оборудования; сметы цеховых и общепроизводственных расходов; на подготовку и освоение производства; сметы транспортно-заготовительных расходов; сметы прочих производственных расходов и сметы внепроизводственных расходов. Результаты работ по «осмечиванию» различных сторон деятельности фирмы находят свое отражение в консолидированной (генеральной) смете — счете прибыли и убытков.

Составляются *плановые* и *отчетные* сметы. Прямые затраты включаются в калькуляцию, исходя из плановых норм расхода на изделие. Косвенные расходы по каждой из смет включаются в калькуляцию пропорционально выбранному критерию. На основании плановых калькуляций на все виды изделий составляется сводная смета расходов на производство и реализацию продукции по статьям калькуляции.

Сопоставление плановых калькуляций с отчетными позволяет выявить отклонения в затратах по статьям расходов и наметить пути снижения себестоимости.

4.1.5. Показатели эффективности использования затрат

При управлении издержками и себестоимостью широко применяются абсолютные показатели эффективности, такие как *экономия* или *перерасход*. Это позволяет принимать

управленческие решения, основываясь на анализе этих отклонений. Эти показатели могут быть использованы при условии, что в планируемом периоде продукция сопоставима или сравнима с выпускавшейся в базисном. Более детальное рассмотрение показателя себестоимости единицы продукции может быть дополнено анализом отдельных статей затрат.

Однако для целей общего контроля производственно-хозяйственной деятельности применяется *показатель затрат на 1 руб. товарной продукции*, который рассчитывают как отношение издержек к объему товарной продукции. Этот показатель является наиболее распространенным. Его преимущество состоит в том, что он может применяться в условиях быстрого и постоянного изменения ассортимента и номенклатуры выпускаемой продукции.

Затраты на 1 руб. товарной (реализованной) продукции исчисляются как частное от деления себестоимости всей товарной продукции предприятия на тот же объем товарной продукции, рассчитанный в оптовых ценах предприятия. Для правильного расчета этого показателя необходимо соблюдение двух условий:

1) в плане по себестоимости товарной продукции и плане товарной продукции по оптовым ценам должен быть принят один и тот же объем продукции по составу, качеству и ассортименту;

2) необходимо обеспечить единство метода определения товарной продукции по себестоимости и в оптовых ценах.

В производственно-хозяйственной деятельности предприятия *себестоимость* и *издержки* — важнейшие показатели. Себестоимость выступает как исходная база для формирования цены; является инструментом оценки технико-экономического уровня производства и труда, качества управления и т.п. Величина издержек производства непосредственно влияет на величину прибыли, уровень рентабельности. Поэтому снижение текущих затрат — это одно из условий повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Вопросы и задания для самопроверки

1. В чем состоит разница между издержками и себестоимостью?
2. Что такое смета затрат?
3. Попробуйте составить смету затрат для себя или своей семьи.
4. По какому критерию затраты делятся на постоянные и переменные?

5. Что представляют собой маргинальные затраты?
6. Каковы основные способы расчета себестоимости?
7. Приведите примеры показателей эффективности использования текущих затрат.

4.2. Прибыль и рентабельность

4.2.1. Прибыль

Один из самых главных финансовых показателей деятельности фирмы — прибыль. Именно прибыль, направляемая на приобретение нового имущества (оборудования, создания товарных запасов, строительство), увеличивает собственный капитал фирмы. Прибыль является источником достатка предпринимателя, его семьи, поэтому рассматривается как основной финансовый результат. В повышении прибыли предприятий заинтересовано и государство, так как налог на прибыль предприятий является важным источником доходной части бюджета. Таким образом, прибыль выступает основным финансовым результатом и целью создания и деятельности предприятия.

В самом слове «прибыль» содержится ответ на вопрос, что это такое. Прибыль — это прибавка, рождающаяся в денежном обороте, в том случае если выручка превышает затраты.

Прибыль — это абсолютный показатель эффективности, показатель превышения выручки над затратами или доходов над расходами. Определяется как разница между доходами и расходами. В случае если доходы окажутся меньше расходов, фирма получает убыток. За счет прибыли собственный капитал фирмы растет (прибывает), за счет убытка — уменьшается (убывает).

Несмотря на то что прибыль — основной финансовый показатель, величина прибыли за определенный период в некотором смысле величина виртуальная, поскольку ее нельзя увидеть, пощупать. К реальному движению денег, к финансовым потокам этот расчетный показатель имеет опосредованное отношение. Поэтому сумма денег в кассе или на расчетном счете на конец отчетного периода и величина прибыли за этот период никогда не совпадают. Необходимо понимать, что прибыль — расчетный показатель, который показывает, какое количество денег из полученных

доходов фирма может считать своим. Иначе говоря, выражение «прибыль, направляемая на покупку оборудования» означает, что на покупку оборудования направлены деньги в размере рассчитанной прибыли.

Именно потому, что прибыль — это показатель эффективности, а не реальные деньги, размер прибыли может значительно меняться. Оставаясь по существу превышением над затратами, величина прибыли может сильно меняться в зависимости от того, что разрешается включать в состав затрат соответствующими нормативными актами. Состав доходов и расходов и порядок их учета регулируется законодательно. В нашей стране порядок расчета прибыли регулируется Правилами бухгалтерского учета и отражен в форме № 2 «Отчет о прибылях и убытках». Расчет прибыли осуществляется по следующему алгоритму.

Валовая выручка (выручка от реализации, прочая выручка)

- НДС, акцизы, прочие аналогичные платежи
- = **Чистая выручка, нетто-выручка**
- Производственные издержки (переменные издержки, затраты на производство данной продукции)
- = **Сумма покрытия (доход, маржинальный доход)**
- Постоянные издержки (амортизация, реализационные, внереализационные, административные расходы)
- = **Общая прибыль (валовая, балансовая)**
- Проценты за кредит, рентные платежи
- = **Прибыль до выплаты налогов (налогооблагаемая прибыль)**
- Налог на прибыль
- = **Чистая прибыль (прибыль после выплаты налогов)**
- Дивиденды акционерам
- = **Нераспределенная прибыль**

В результате деятельности предприятие получает выручку. Эта величина складывается прежде всего из выручки от реализации продукции. В состав дохода, полученного фирмой, могут входить доходы, не связанные с основной деятельностью фирмы, например получение процентов по депозитам или доходов по ценным бумагам, продажи части неиспользуемого имущества. Эти доходы называют *операционными*.

Кроме того, в состав выручки могут входить внереализационные и чрезвычайные доходы. К *внереализационным* доходам относятся деньги, полученные в качестве оплаты неустойки, пени или штрафов за нарушение договоров контрагентами фирмы; к *чрезвычайным* — суммы страховых воз-

мещений по договорам страхования от стихийных бедствий или других страховых случаев.

В большинстве стран полученные доходы облагаются рядом платежей. Так, в России из выручки от реализации необходимо уплатить НДС, акцизы и т.п. После уплаты этих платежей у предприятия остается сумма денег, которую называют *чистой*, или *нетто-выручкой*. Из этой суммы необходимо вычесть расходы на изготовление продукции — переменные издержки. Разницу между чистой выручкой и переменными издержками на ее производство называют *суммой покрытия* (средней величиной покрытия, маржой или маржинальным доходом). Задача этой суммы — покрыть постоянные расходы.

Платежи, которые государство разрешает включать в состав постоянных издержек, и нормативная база для их расчета меняются в зависимости от политики государства и потребностей исторического периода. Например, оплата процентов за кредит, расходы на подготовку персонала, покупку нового оборудования могут либо включаться в расходы до определения налогооблагаемой прибыли, либо оплачиваться из чистой прибыли.

После уплаты налога на прибыль у предприятия остается сумма денег, которую оно может считать своей и использовать по собственному усмотрению — чистая прибыль. Из чистой прибыли в случае необходимости выплачиваются дивиденды собственникам. После этого остается нераспределенная на дивиденды прибыль. Порядок использования нераспределенной прибыли определяется либо учредительными, либо нормативными документами. В этих документах устанавливаются нормы отчисления денег на различные направления.

Наиболее типичными направлениями использования нераспределенной прибыли являются производственное и социальное развитие — расширение производства, строительство и эксплуатация жилья и других социальных объектов, социально-культурные мероприятия, НИОКР; оказание материальной помощи, установление дополнительной сверх установленной законодательно доплаты отдельным работникам, единовременных поощрений работников, оплату детских учреждений для своих работников, благотворительность и пр.

Иными словами, часть прибыли используется для увеличения, накопления имущества, поэтому она иногда назы-

вается *фондом накопления*. Другая часть используется на потребление. Эта сумма денег называется *фондом потребления*. Соотношение между этими двумя фондами определяется предприятием самостоятельно. В некоторых случаях часть прибыли направляется в специальный *резервный фонд*, который может использоваться для покрытия возможных убытков и затрат в будущих периодах.

4.2.2. Рентабельность

Полученная прибыль, несомненно, говорит о том, что доходы превышают расходы. Однако является ли прибыль удовлетворительной или нет, оценивается по тому, сколько денег приходится вкладывать, чтобы получить эту прибыль. Иными словами, важна не прибыль, а *прибыльность*, т.е. сколько рублей прибыли приносит каждый рубль затрат. Ответ на этот вопрос дают показатели рентабельности.

Рентабельность (от фр. *rente*, нем. *rentabel* — доход, доходный) — это прямой относительный показатель эффективности (см. п. 1.6). В любом случае в числителе показателя будет какой-либо вид прибыли, а в знаменателе — величина тех затрат или ресурсов, прибыльность которых исследуется.

Рентабельность выражается в процентах, например, если рентабельность составляет 20%, это означает, что каждая единица ресурсов, которая стоит в знаменателе, приносит 20 коп. прибыли.

В принципе, можно определять рентабельность любых затрат или ресурсов. Однако ключевыми показателями, индикаторами эффективности производственно-хозяйственной деятельности являются показатели общей рентабельности (или производства, предприятия), рентабельности продукции, рентабельности оборота (или рентабельности продаж) и рентабельности собственного капитала.

Общая рентабельность. Так как средства, которые вкладываются в предприятие, приобретают форму имущества предприятия или его активов, то прибыльность предприятия характеризует уровень общей рентабельности или рентабельности производства

$$\begin{aligned} & \text{Уровень общей рентабельности} = \\ & = \text{Прибыль до выплаты налогов} / \text{Активы} \times 100\%, \end{aligned}$$

или

$$R_{\text{общ}} = \frac{\text{ПР}}{\text{Активы}} 100\%.$$

Для расчета уровня общей рентабельности берется прибыль до уплаты налогов. Дело в том, что величина налога характеризует долю прибыли, получаемую обществом, и может изменяться по решению правительства. Активы, применяемые в формуле, исчисляются как средняя величина за период.

Рентабельность продукции. Если предприятие выпускает не один вид продукции, то для анализа и планирования прибыли необходимо вычислять рентабельность (прибыльность) отдельных видов продукции

Рентабельность продукции = = (Цена – Себестоимость) / Себестоимость продукции × 100%,
--

или

$$R_{\text{прод}} = \frac{\text{Ц} - \text{С/с}}{\text{С/с}} 100\%.$$

Решение об изменении структуры продаж принимается на основе анализа показателя рентабельности и показателя объема продаж. Низкорентабельные виды продукции могут продаваться в больших количествах и, следовательно, приносить большую массу прибыли, тогда как высокорентабельная продукция может продаваться в ограниченных объемах.

Рентабельность оборота. Этот показатель отражает зависимость между прибылью от реализации продукции и выручкой от реализации (оборотом) и исчисляется по формуле

Рентабельность оборота = = Прибыль от реализации / Выручка от реализации × 100%,

или

$$R_{\text{об}} = \frac{\text{РП} - \text{С/с}}{\text{РП}} 100\%.$$

Чем больше рентабельность оборота, тем больше прибыли приносит каждый рубль выручки.

Рентабельность собственного капитала. Так как активы предприятия в большинстве случаев формируются за счет

собственного и заемного капитала, то владельцев фирмы или акционеров будет интересовать рентабельность (прибыльность) собственного капитала, которую вычисляют по формуле

$$\begin{aligned} & \text{Рентабельность собственного капитала} = \\ & = \text{Чистая прибыль} / \text{Собственный капитал} \times 100\%. \end{aligned}$$

В английской литературе рентабельность, или доходность собственного капитала, обозначается как *ROE* (return on equity capital).

Рентабельность, или доходность собственного капитала, анализируется с помощью методики, разработанной фирмой *DuPont*, или так называемой формулы Дюпона. Внимательное рассмотрение взаимозависимости прибыли, активов, оборота и собственного капитала позволяет сделать следующие выводы.

Число оборотов капитала отражает отношение оборота или выручки фирмы к величине ее капитала (активы). Оно исчисляется по формуле

$$\text{Число оборотов капитала} = \text{Реализованная продукция} / \text{Активы} \times 100\%.$$

С некоторыми допущениями относительно вида прибыли, применяемой для расчета, можно сказать, что уровень общей рентабельности равен произведению рентабельности оборота и числа оборотов капитала:

$$R_{\text{об}} = \frac{\text{ПР}}{\text{РП}} \cdot \frac{\text{РП}}{\text{А}},$$

где ПР — прибыль от реализации продукции; РП — объем реализованной продукции; А — среднегодовая стоимость активов.

Таким образом, одного и того же значения показателя уровня общей рентабельности можно достичь путем комбинирования этих двух ключевых индикаторов.

Так, на производственных предприятиях крупные суммы вкладываются в основной капитал (например, машины), создаются большие запасы продукции, покупателям предоставляются долгосрочные кредиты. Вследствие этого уменьшается число оборотов капитала или скорость его оборота, что в свою очередь компенсируется большей величиной прибыли от реализации продукции, т.е. относительно высокой рентабельностью оборота или рентабельностью продаж.

На торговых предприятиях, наоборот, речь часто идет о большой скорости оборота капитала при низкой рентабельности оборота. Однако есть разные торговые предприятия. Например, в коммерческой палатке рентабельность оборота сравнительно невелика, что компенсируется большим числом оборотов капитала. В мебельных же магазинах положение прямо противоположное (высокая рентабельность оборота при небольшом числе оборотов капитала).

С теми же допущениями относительно типа прибыли, принимаемой для расчета, можно сказать, что один и тот же уровень рентабельности собственного капитала может быть достигнут комбинацией трех показателей: рентабельности оборота, скорости оборота и доли собственного капитала в активах:

$$R_{СК} = \frac{ПР}{РП} \cdot \frac{РП}{А} \cdot \frac{А}{СК},$$

где ПР — прибыль; СК — собственный капитал.

Последний множитель получил название *коэффициента финансового рычага* (или финансового левириджа)¹. Он показывает степень использования задолженности. Очевидно, что минимальное значение этого множителя в данной формуле, равное 1, будет тогда, когда все активы будут собственными. С помощью показателя можно оценить предел, до которого предприятию следует полагаться на заемные средства. Принято, что значение коэффициента не должно быть ниже 3, т.е. соотношение заемных и собственных средств должно быть не менее 2.

4.2.3. Планирование прибыли фирмы

Планирование прибыли должно осуществляться отдельно по всем видам доходов. Основными методами планирования прибыли являются метод прямого счета и аналитический метод.

Метод прямого счета применяется в основном на малых предприятиях при небольшой номенклатуре и ассортименте выпускаемой продукции. На основе смет объемов продаж, плановых цен и плановой себестоимости продукции по каждой позиции номенклатуры или ассортимента рассчитывается объем прибыли по следующей формуле:

¹ Вопросы расчета финансового рычага подробно изучаются в курсе «Финансы и кредит».

$$\text{Прибыль} = (\text{Цена} - \text{Себестоимость}) \times \text{Объем продаж}$$

(в натуральном выражении).

Очевидно, что такой метод может быть применен в тех случаях, когда расчет полной коммерческой себестоимости продукции не представляет большого труда.

Аналитический метод эффективен при большой номенклатуре и ассортименте продукции. При этом прибыль планируется по сравнимым позициям номенклатуры. Суть данного метода состоит в следующем. На первом этапе по сравнимой группе продукции определяется показатель базовой рентабельности как частное от деления ожидаемой прибыли отчетного года на полную себестоимость сравнимой товарной продукции за тот же период. Если известны затраты на 1 руб. товарной продукции и ее объем, то произведение этих величин даст знаменатель дроби. Разделив на него ожидаемую прибыль, можно узнать, сколько прибыли приносит каждый рубль затрат на товарную продукцию. Затем на основе смет продаж и производственной программы определяется объем товарной продукции в планируемом периоде и рассчитывается себестоимость объема товарной продукции. Произведение рентабельности на предполагаемый объем дает величины планируемой прибыли. Так как на величину товарной продукции и ее себестоимость могут оказывать влияние многие факторы (уровень цен, инфляция, изменение качества продукции), то появляется возможность проводить факторный анализ планируемой прибыли.

Допустим, что затраты на 1 руб. товарной продукции составляют 0,8 руб. Объем товарной продукции — 1 млн руб. Тогда объем товарной продукции по себестоимости отчетного периода составит $0,8 \cdot 1\,000\,000 = 800\,000$ руб. Ожидаемая прибыль отчетного года будет равна 40 000 руб. Тогда базовый уровень рентабельности составит $(40\,000 / 800\,000) \cdot 100\% = 5\%$. Если в планируемом периоде объем товарной продукции предполагается довести до 1 500 000 руб., то планируемая прибыль по данной ассортиментной группе составит $5\% \cdot 1\,500\,000 / 100\% = 75\,000$ руб. На малых предприятиях для планирования прибыли применяется метод прямого счета для определения стоимости товарной продукции, а для анализа факторов, влияющих на прибыль, — аналитический метод.

Для анализа и планирования изменения прибыли используется показатель суммы покрытия. Он позволяет ответить на вопрос, как меняется прибыль фирмы в зависимо-

сти от изменения выручки. Характеристику возможных темпов роста прибыли предприятия дает *показатель эффекта операционного, или производственного, рычага* (он же производственный леверидж, он же operating leverage).

$$\text{Производственный рычаг} = (\text{Выручка} - \text{Переменные затраты}) / \text{Прибыль}.$$

Высокий уровень операционного рычага наблюдается на тех предприятиях, где высока доля постоянных затрат и они в меньшей степени поддаются изменению. В этом случае прибыль очень чувствительна к изменениям в объеме продаж, и незначительное изменение объема продаж приводит к значительному изменению прибыли. Как правило, это характерно для крупных предприятий, имеющих исследовательские и конструкторские подразделения. Кроме того, уровень постоянных затрат в значительной мере определяется отраслевыми особенностями деятельности. При одинаковом росте объемов продаж предприятие с высокой долей постоянных затрат (имеющее высокий или большой рычаг) будет наращивать прибыль более высокими темпами, чем предприятие с низкой. Например, пусть существуют две фирмы (табл. 4.1).

Таблица 4.1

Расчет производственного рычага

Фирма	Выручка, тыс. руб.	Переменные затраты, тыс. руб.	Маржа (сумма покрытия), тыс. руб.	Прибыль, тыс. руб.	Производственный рычаг
А	1000	500	500	250	2
Б	1000	250	750	100	7,5

Эффект производственного рычага будет проявляться таким образом. Допустим, на следующий период намечается увеличение выручки на 10%. Тогда увеличение прибыли фирмы А составит $10\% \cdot 2 = 20\%$, а для фирмы Б — $10\% \cdot 7,5 = 75\%$. С другой стороны, уменьшение выручки на 10% приведет к убыткам во второй фирме, тогда как в первой фирме для этого необходимо сокращение выручки в два раза.

При стабильной величине постоянных издержек сумма покрытия, или маржа, может быть использована в качестве критерия оптимизации объемов производства и при определении оптимальной структуры номенклатуры и товарного ассортимента, включаемого в производственную программу предприятия.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Объясните, что такое прибыль. Что или где прибывает?
2. Что покрывает сумма покрытия?
3. Что у показателя рентабельности будет находиться в знаменателе?
4. Рентабельность предприятия равна 25%. Что это означает?
5. Какие факторы влияют на величину рентабельности?
6. Что понимают под операционным рычагом?
7. Для чего применяется формула Дюпона?

4.3. Налоги и сборы, уплачиваемые фирмой

Среди платежей, которые осуществляет предприятие для обеспечения своей деятельности, особое место занимают налоги и сборы. Совокупность всех выплат по налогам и сборам называется *налоговым бременем предприятия* и с точки зрения финансов фирмы — это расход денег. Государственные органы путем изменения налоговых ставок и размеров сборов могут ослаблять или усиливать это бремя. Построение системы налогообложения — это сложная и дискуссионная проблема, однако суть системы налогообложения состоит в следующем.

В п. 1.1 было определено, что экономические отношения — это отношения (связи) между людьми в обществе по поводу благ. С точки зрения того, как должно быть, построение этих отношений в обществе подразумевает создание целого ряда общественных благ. Кто-то должен учить детей, охранять общественный порядок, защищать граждан, разрешать споры между гражданами, следить за «разумностью» споров производства благ, кто-то должен руководить всеми этими процессами в интересах всех. Это необходимое условия существования общества. Иными словами, работающие люди готовы поручить создание этих благ тем, кому доверяют. Очевидно, что для выполнения этих обязанностей необходимы ресурсы. Людям, которые заняты созданием общественных благ, необходимо есть, пить, одеваться, где-то жить. Им требуются орудия труда, предметы туда — от формы и оружия для солдат и полицейских, до строительства дорог или библиотек. Для этого необходимы деньги. В этом смысле работающие люди договариваются, что какую-то часть созданных ими благ они будут отдавать на эти самые общественные нужды. Первоначально в истории человечества эти отчисления были натуральными — зерном, мясом,

вином и т.д. Но с развитием экономических отношений они были вытеснены денежными отчислениями. Таким образом, *суть подобных отчислений* состоит в том, что это общественный договор о том, в каком объеме и как граждане будут оплачивать создание общественных благ и труд людей, которых они нанимают для их создания.

Конечно, состав общественных благ, понимание их значимости, а также размер и способы оплаты труда людей, которые занимаются их созданием, меняется в зависимости от степени развития общества, от понимания членами общества справедливости способов распределения средств, которые граждане отдают этим людям. Если, например, большинством населения в царской России наличие позолоченной кровати у царя считалось нормальным, то уже сейчас в большинстве стран покупка такой кровати аппаратом президента будет осуждена как растрата денег налогоплательщиков.

Итак, для функционирования общества ему необходимо иметь определенные денежные средства, которые образуются от налогов и сборов. В современной России все вопросы по поводу системы налогов и сборов регулируются Налоговым кодексом РФ¹. В ст. 8 «Понятие налога и сбора» указано, что:

1) под *налогом* понимается обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований;

2) под *сбором* понимается обязательный взнос, взимаемый с организаций и физических лиц, уплата которого является одним из условий совершения в отношении плательщиков сборов государственными органами, органами местного самоуправления, иными уполномоченными органами и должностными лицами юридически значимых дей-

¹ Налоговый кодекс РФ — кодифицированный законодательный акт, устанавливающий систему налогов и сборов в Российской Федерации. Кодекс состоит из двух частей. В первой части (общая часть) установлены общие принципы налогообложения. Была принята в 1998 г. Вторая часть (специальная, или особенная часть), в которой установлен порядок обложения каждым из установленных в стране налогов (сборов), принята в 2000 г. Источник: <http://www.nalkodeks.ru/>.

ствий, включая предоставление определенных прав или выдачу разрешений (лицензий).

Иными словами, **налог** — это обязательный безвозмездный платеж (взнос), установленный законодательством и осуществляемый плательщиком в определенном размере и в определенный срок. Налоги зачисляются в бюджет соответствующего уровня и обезличиваются в них. Этим налоги отличаются от всевозможных сборов, которые тоже в обязательном порядке безвозмездно уплачиваются плательщиками в бюджет соответствующего уровня, но при этом должны использоваться только на те цели, ради которых они взимались. Перечень налогов и сборов перечислен в ст. 13—15 НК РФ.

Самыми распространенными сборами, которые уплачивает фирма, являются взносы в Пенсионный фонд РФ, Фонд социального страхования РФ и Фонд обязательного медицинского страхования РФ. С точки зрения того, «как должно быть», отчисления в эти фонды должен вносить сам работник. Это его деньги, и он их откладывает на старость и на случай потери трудоспособности. И в некоторых странах работник может при необходимости эти деньги забрать из соответствующих фондов, но при этом он не может рассчитывать в дальнейшем на поддержку государства. Однако в России и некоторых других странах эти взносы делают обязательными. Поэтому плательщиками этих взносов являются работодатели, т.е. фирма, следовательно, на эту сумму увеличивается стоимость рабочей силы.

К 2012 г. в России для фирм установились общий и специальные режимы или системы налогообложения.

По **общей системе** фирма должна платить следующие налоги.

1. *Налог на прибыль.* Этот процент берется с разницы между доходом и расходом. Суммы доходов и расходов берутся без НДС. Расходы должны быть обоснованы экономически и документально подтверждены, при этом список расходов обширен. Налог зачисляется в федеральный бюджет.

2. *Налог на добавленную стоимость.* Упрощенно НДС считается таким образом. Например, если ставка налога 18%, то рассчитывается 18% со всех доходов, затем 18% со всех расходов. Разница между двумя этими суммами подлежит уплате в федеральный бюджет.

3. *Страховые взносы.* Ставки взносов рассчитываются, как правило, исходя из заработной платы сотрудника, при

этом действует регрессивная шкала: чем больше заработная плата, тем меньше взнос. Например, размер страховых взносов в 2010 г. в России составлял: в Пенсионный фонд РФ — 22% заработной платы конкретного работника; Фонд социального страхования РФ — 2,9%, Фонд обязательного медицинского страхования РФ — 2,1%, территориальные фонды обязательного медицинского страхования — 5,1%. Итого в среднем 30%.

4. *Налог на доходы физических лиц* (НДФЛ). Считается с общей суммы фонда оплаты труда. Налог может быть незначительно уменьшен на сумму вычетов. Этот налог удерживается из заработной платы работника. Сумма налога зачисляется в федеральный бюджет. Ставка налога может быть прогрессивной и равномерной. Например, в 2013 г. НДФЛ в России исчислялся по ставке 13% независимо от размера заработной платы¹.

5. *Налог на имущество*. Платится с остаточной стоимости основных средств. Зачисляется в региональный бюджет.

6. *Местные налоги*. Платятся в случае наличия объекта налогообложения (например, земельный).

Комментарий. При такой системе налогообложения необходимо обязательное ведение бухгалтерского и налогового учета (они могут различаться). Предусматривается довольно большой комплект отчетности для налоговой инспекции, Фонда социального страхования РФ, Пенсионного фонда РФ и Росстата. Такой учет требует специального бухгалтерского сопровождения. Это дополнительные затраты. Но в случае если организация получает убыток, она не платит налог на прибыль и есть возможность этот убыток учесть в будущем (уменьшить сумму налога на сумму убытка).

К **специальным налоговым режимам** относятся четыре системы.

1. *Упрощенная система налогообложения*. Применяется для микро- и малых предприятий. Существует ряд ограничивающих факторов для применения. Одним из основных является величина доходов фирмы. При этом в упрощенной системе есть два вида объекта налогообложения: «доходы» и «доходы, уменьшенные на величину расходов».

Упрощенная система налогообложения — «доходы». По этой системе фирма должна платить следующие налоги:

¹ Уточнить ставки налогов можно на сайте <http://www.nalog2000.ru>

- единый упрощенный налог, которым облагаются все деньги, поступившие на расчетный счет или в кассу. Вся сумма поступивших денег умножается на ставку налога (например, в 2010 г. — 6%) — это и будет налог к уплате. Сумму полученного налога можно уменьшить на сумму уплаченных в Пенсионный фонд РФ взносов, но не более чем на 50%;
- страховые взносы — такие же, как и по основной системе налогообложения, платятся ежемесячно;
- НДС — считается с общей суммы ФОТ;
- местные налоги в случае наличия объекта налогообложения (например, земельный).

Комментарий. Относительно простой учет. Обязательно ведется книга доходов и расходов по установленной форме и только в части доходов. Бухгалтерский учет обязателен только для основных средств, нематериальных активов и при выплате дивидендов. Такой учет вполне может вести сам руководитель, или его можно поручить одному из сотрудников. К минусам можно отнести то, что если фирма получила убыток, т.е. расходы превысили доходы, то налог все равно придется платить. Кроме того, если по итогам отчетного (налогового) периода доходы налогоплательщика превысили 60 млн руб., то такой налогоплательщик считается утратившим право на применение упрощенной системы налогообложения. А значит, нужно будет перейти на общую систему налогообложения, но это не очень простое решение. На практике это означает, что либо нужно приостановить деятельность, дабы не получать доходы, либо дождаться конца года, а затем принять решение о режиме налогообложения.

Упрощенная система налогообложения — «доходы, уменьшенные на величину расходов». При этой системе с разницы между доходом и расходом платятся единый упрощенный налог (в 2013 г. в Российской Федерации он составлял 15%, однако перечень расходов жестко ограничен в ст. 346.16 НК РФ, расходы должны быть обоснованы и документально подтверждены) и все те же налоги и сборы, как в предыдущих системах.

Комментарий. Учет по этой упрощенной системе не так уж и прост. Необходимость определения суммы и времени возникновения расходов требует четкой и правильно оформленной первичной документации. Кроме того, перечень расходов включает в себя не все виды расходов, которые может нести фирма. Поэтому такая система требует специального бухгалтерского сопровождения. Налоговое время при этой

системе ниже, чем при общей, но если фирма получила убыток (расходы превысили доходы), то минимальный налог (1%) с доходов придется заплатить.

2. Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход (ЕНВД) (для отдельных видов деятельности)¹. В отношении конкретных видов деятельности такая система налогообложения может применяться по решению представительных органов муниципальных образований. Этот налог относится к местным и применяется для микропредприятий и индивидуальных предпринимателей. *Вмененный доход* — потенциально возможный доход фирмы или индивидуального предпринимателя. В общем виде законодательством РФ устанавливается базовая доходность на одного работника, посадочное место, транспортное средство и т.д. Допустим, базовая доходность одного работника на автомойке составляет 12 000 руб. Эта доходность умножается на количество работников, получается вмененный (воображаемый) доход, который облагается по указанной ставке.

Комментарий. Эта система предусматривает самый простой учет и минимальное количество документов, подаваемых в налоговую инспекцию, Пенсионный фонд РФ, Фонд социального страхования РФ. Применение ЕНВД значительно уменьшает налоговое бремя. Однако величина налога не зависит ни от прибыли, ни от убытков — налог платится всегда. А невозможность налогового вычета по НДС делает невозможным предпринимателям, применяющим ЕНВД, сотрудничество с фирмами, являющимися плательщиками НДС. Кроме того, в НК РФ установлен закрытый перечень видов деятельности, в отношении которых может применяться ЕНВД, например: оказание бытовых услуг, их групп, подгрупп, видов и (или) отдельных бытовых услуг, классифицируемых в соответствии с Общероссийским классификатором услуг населению; оказание услуг по ремонту, техническому обслуживанию и мойке автотранспортных средств; розничная торговля, осуществляемая через магазины и павильоны с площадью торгового зала не более 150 м² по каждому объекту организации торговли; оказание услуг общественного питания, осуществляемых через объекты организации общественного питания, не имеющие зала обслуживания посетителей, и др.

¹ См. НК РФ, часть вторая, гл. 26.3. Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности (введена Федеральным законом от 24 июля 2002 г. № 104-ФЗ).

3. Система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог). Объектом налогообложения признаются доходы, уменьшенные на величину расходов (в 2013 г. в Российской Федерации налоговая ставка составляла 6%).

4. Система налогообложения при выполнении соглашений о разделе продукции¹. Такая система налогообложения применяется для совместных предприятий. Обычно соглашение о разделе продукции является договором, заключенным между зарубежной нефтяной компанией-подрядчиком и государственным предприятием (государственной стороной), уполномочивающей подрядчика провести нефтяные поисково-разведочные работы и эксплуатацию в пределах определенной области.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Зачем нужны налоги и что такое налоговое бремя?
2. Какая разница между налогами и сборами?
3. Что значит общий и специальный режим налогообложения?
4. Какие основные сборы уплачивает фирма?
5. Объясните смысл упрощенной системы налогообложения.

4.4. Финансовые (денежные) ресурсы предприятия и их источники

4.4.1. Виды источников финансирования

Откуда берутся деньги на производственно-хозяйственную деятельность? Финансовые ресурсы на предприятии формируются при образовании предприятия, а затем воплощаются в основные и оборотные фонды. В результате производственно-хозяйственной деятельности необходимые денежные средства пополняются за счет реализации продукции и некоторых других источников, например продажи выбывших элементов основных фондов, а также путем привлечения внешних источников. Частично ранее уже обсуждались источники возникновения при изучении отдельных видов ресурсов. Рассмотрим их более подробно.

¹ В России отношения, возникающие в рамках соглашений о разделе продукции, регулируются Федеральным законом от 30 декабря 1995 г. № 225-ФЗ «О соглашениях о разделе продукции». Налоговый режим, устанавливаемый для соглашений о разделе продукции, регулируется НК РФ, частью второй, гл. 26.4. Система налогообложения при выполнении соглашений о разделе продукции.

Все источники денежных средств предприятия условно можно разделить на две группы: собственные и заемные.

Собственные источники. Собственные источники финансирования включают в себя:

- уставный капитал;
- выручку от реализации и от другой деятельности предприятия;
- взносы юридических и физических лиц (целевое финансирование, взносы и пожертвования).

Уставный капитал формируется при создании предприятия. Это «стартовый» капитал, необходимый для начала деятельности предприятия. Его нижний предел ограничивается законодательно, и в зависимости от организационно-правовой формы предприятия он может называться по-разному:

- для товариществ — складочный капитал;
- общества с ограниченной ответственностью — уставный капитал;
- акционерных обществ — акционерный капитал;
- производственных кооперативов — паевой фонд;
- унитарных предприятий — уставный фонд.

Минимальный размер уставного капитала может быть указан в твердой сумме или относительных показателях. В России для этого используется МРОТ. Так, на 2011 г. российским законодательством установлен следующий минимальный размер уставного капитала (фонда):

- для общества с ограниченной ответственностью — 10 000 руб.¹;
- закрытого акционерного общества — 100 МРОТ;
- открытого акционерного общества — 1000 МРОТ²;
- государственного предприятия — 5000 МРОТ;
- муниципального унитарного предприятия — 1000 МРОТ³.

Выручка от реализации и от другой деятельности предприятия — основной источник денежных поступлений. Так как при нормальной деятельности предприятия в цену то-

¹ Федеральный закон от 8 февраля 1998 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью», ст. 14 «Уставный капитал общества. Доли в уставном капитале общества».

² Федеральный закон от 26 декабря 1995 г. № 208-ФЗ «Об акционерных обществах», ст. 26 «Минимальный уставный капитал общества».

³ Федеральный закон от 14 ноября 2002 г. № 161-ФЗ «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях» (по состоянию на 2 июля 2010 г.).

варов включены текущие затраты на производство и реализацию продукции, то после получения выручки возмещаются материальные затраты, затраты на оплату труда, а также на ремонт и реновацию основных фондов. В качестве источника денежных фондов используется и прибыль (точнее, деньги в размере прибыли), которая не распределяется между создателями предприятия, а направляется на развитие предприятия (резервный капитал, добавочный капитал, нераспределенная прибыль).

Однако зачастую предприятие не может покрыть свои потребности только за счет собственных источников. Это связано со многими причинами, обусловленными особенностями движения денежных потоков. Так, сроки продажи товара могут не совпадать со сроками поступления денег от продажи, как в случае продажи товаров с отсрочкой платежа (в кредит), или могут возникать непредвиденные задержки платежей. В случае длительности производственного цикла нехватка собственных средств может возникнуть в результате инфляции. Тогда денег, поступающих в виде выручки, не хватает на покупку необходимого количества сырья и материалов в связи с ростом цен на них. Кроме того, высокие темпы инфляции практически обесценивают амортизационные отчисления. В результате даже реновация основных фондов требует дополнительных денежных средств. Привлечения дополнительных денежных фондов требует и расширение предприятия (фирмы).

Взносы юридических и физических лиц (целевое финансирование, взносы и пожертвования) также могут быть источником денежных средств (добавочный капитал). Деньги, полученные от частных лиц или организаций, принимают вид либо *пожертвований*, либо *инвестиций*. Бюджетная же помощь для осуществления целевых мероприятий может выделяться в форме субвенций и субсидий. *Субвенция* (от лат. *subventio* — оказание помощи) — это бюджетные средства, предоставляемые бюджету другого уровня или предприятию на безвозмездной и безвозвратной основе на осуществление определенных целевых расходов. *Субсидия* — бюджетные средства, предоставляемые другому бюджету или предприятию на условиях долевого финансирования целевых расходов. В некоторых случаях источником денежных фондов может быть эмиссионный доход, т.е. средства, полученные акционерным обществом-эмитентом при продаже акций сверх их номинальной стоимости.

Заемные источники. Заемные источники финансирования предназначены для привлечения дополнительных денежных фондов. По срокам возможного использования эти ресурсы подразделяют на кратко- и долгосрочные.

Краткосрочным источником денежных средств является *краткосрочная кредиторская задолженность предприятия*, т.е. отсрочка платежа, в результате которой денежные средства временно используются в хозяйственном обороте предприятия. Например, если уплатить налоги за год требуется до 1 апреля, то деньги, необходимые для этого, можно использовать в течение всего I квартала. Как правило, такая нормальная кредиторская задолженность возникает у предприятия по многим платежам. Однако использование кредиторской задолженности в качестве источника финансирования без достаточного обоснования повышает риск потери ликвидности, поскольку это наиболее срочные обязательства предприятия.

Другим заемным ресурсом являются *денежные кредиты*, как кратко-, так и долгосрочные. Предприятия получают кредиты на условиях платности, срочности, возвратности, целевого использования, под обеспечение (гарантии, залог недвижимости, залог других активов предприятия). Банк проводит проверку кредитной заявки на предмет юридической кредитоспособности (юридический статус заемщика, размер уставного капитала, юридический адрес и т.д.) и финансовой кредитоспособности (оценку возможностей предприятия своевременно возвратить ссуду). Это делает привлечение данного вида ресурсов достаточно сложным. Кроме того, кредитные средства для предприятия — платный источник финансирования. Но практика показывает, что при приемлемом уровне процентных ставок их использование более эффективно, чем собственных источников финансирования. Высокие процентные ставки могут вести к потере платежеспособности и в конечном итоге к банкротству предприятия.

Помимо указанных способов формирования и пополнения денежных фондов источником финансовых ресурсов может быть *выпуск ценных бумаг*. Ценных бумаг имеется большое количество. Особенности их выпуска и обращения посвящено много исследований. Рассмотрим основные особенности того, какие ценные бумаги и каким образом могут сформировать денежные фонды фирмы.

Ценные бумаги бывают долевыми и долговыми. К *долевым ценным бумагам* относятся акции. *Акция* — это ценная бумага, которая удостоверяет право собственности владельца на

часть фирмы. Для этого уставный капитал делится на доли в денежном выражении. Разделение уставного капитала на акции позволяет продавать и покупать их как физическим, так и юридическим лицам. Если фирма, получив статус АО, выпустит акции и продаст их на первичном фондовом рынке (этот процесс называется эмиссией ценных бумаг), то вырученные от продажи акций деньги идут на увеличение собственного капитала фирмы (см. п. 1.3).

К *долговым ценным бумагам* относятся облигации, векселя и ряд других бумаг. *Облигации* — это эмиссионная ценная бумага, по сути являющаяся подтверждением того, что фирма, выпустившая ее, взяла деньги в долг. Это долговое обязательство. Облигации могут быть кратко- (на 1–3 года), средне- (на 3–7 лет), долгосрочными (на 7–30 лет). В конце срока обращения они погашаются, т.е. владельцам выплачивается их номинальная стоимость. Облигации могут быть купонными, по которым выплачивается периодический доход. *Купон* — это отрывной талон, на котором указана дата выплаты процента и его размер. Облигации могут быть бескупонными, периодический доход по которым не выплачивается. Они размещаются по цене ниже номинала, а погашаются по номиналу. Разница между ценой размещения и номиналом образует дисконт — доход владельца.

Вексель — это по своей сути долговое обязательство уплатить по наступлении предусмотренного векселем срока определенную денежную сумму в конкретном месте. В случае выдачи векселя у предприятия появляются дополнительные возможности оптимизации денежных потоков. Вексель может быть ордерным (на предъявителя) или именованным. Векселя бывают простые и переводные. В последнем случае лицо, получившее вексель, может переуступить право на получение денег другому лицу (см. п. 1.3).

Отношения между людьми, возникающие при выпуске и размещении на рынке (эмиссии) и обращении эмиссионных ценных бумаг независимо от типа эмитента (юридического лица или органа исполнительной власти, несущего от своего имени обязательства перед владельцами ценных бумаг), а также особенности создания и деятельности профессиональных участников рынка ценных бумаг регулируются законодательством РФ¹. Выпуск (эмиссия) ценных бумаг —

¹ Федеральный закон от 22 апреля 1996 г. № 597-ФЗ «О рынке ценных бумаг»; Федеральный закон от 29 июля 1998 г. № 136-ФЗ «Об особенностях эмиссии и обращения государственных и муниципальных ценных бумаг».

сложный, довольно длительный и дорогостоящий процесс, поэтому цели эмиссии должны быть значимыми для стратегического развития фирмы.

Помимо указанных выше источников финансовых ресурсов в хозяйственной практике появились иные способы оптимизации финансовой деятельности. К ним относятся факторинг и лизинг. Рассмотрим, каким образом эти финансовые операции помогают решать финансовые проблемы предприятия.

4.4.2. Факторинг¹

В п. 3.3 указывалось, что факторинг является источником покрытия потребности в оборотном капитале фирмы. Рассмотрим сущность факторинговых операций более подробно. Факторинг заключается в приобретении банком у клиентов требований на взыскание долгов, частичной оплате таких требований и последующем получении долга у должника.

В факторинговой операции участвуют три стороны²:

- 1) *фактор-фирма* — факторинговая компания или факторинговый отдел банка;
- 2) *продавец, поставщик* — фирма, заключившая соглашение с факторинговой компанией;
- 3) *покупатель товара* — фирма-дебитор (должник) клиента.

Взаимоотношения между этими сторонами развиваются следующим образом. В условиях, когда много товаров продается в кредит, у продавцов возникают проблемы с деньгами для обеспечения непрерывности производственного процесса. Фирма-продавец может взять краткосрочный кредит под обеспечение дебиторской задолженности фирмы. Однако банки предложили другую схему получения необходимых продавцу денежных средств. Фактор-фирма проверяет финансовое состояние покупателя (фирмы-дебитора), фирма-продавец передает платежные обязательства (дебиторские счета). Теперь покупатель уже должен не продавцу, а фактор-фирме. Последняя уплачивает фирме-продавцу сумму дебиторской задолженности, но так как деньги продавцу выдаются «сейчас», а дебиторская задолженность бу-

¹ *Факторинг* (англ. *factoring*) — перепродажа права на взыскание долгов.

² В гражданском праве РФ эта операция осуществляется на основании договора финансирования под уступку денежного требования. Этот договор получил закрепление в части второй ГК РФ (ст. 824–833).

дет получена «позже», эта сумма уменьшается на определенную величину. Это называется «платой за факторинг». Таким образом, факторинг ликвидирует потребность предприятия в оборотных средствах.

Возможны два варианта. *Скрытый факторинг* — когда продавец «закладывает» в банк платежные обязательства покупателя, а банк фактически предоставляет кредит на 75—80% их стоимости. После получения платежа компания-продавец выплачивает кредит и проценты. *Открытый факторинг* — когда компания действительно продает платежные обязательства фактор-фирме и извещает об этом покупателя, а покупатель имеет дело уже с фактор-фирмой. Фактор-фирма фактически гарантирует клиенту получение платежей: сначала 75—80%, а после оплаты дебитора — остальные. Компания-продавец, естественно, платит за данную услугу фактор-фирме определенный процент, который по своей величине близок к ставке краткосрочного кредита. В некоторых случаях фактор-фирма берет на себя работу с заемщиками и по договору выплачивает компании деньги, даже если дебитор окажется неплатежеспособным.

Различают конъюнкционный и конфиденциальный факторинг. *Конъюнкционный факторинг* является универсальной системой финансового обслуживания клиентов, включающей в себя ведение бухгалтерского учета, проведение расчетов с поставщиками, покупателями. За клиентом сохраняются в этом случае только производственные функции. Чаще всего конъюнкционный факторинг сочетается с открытым, т.е. фактор-фирма немедленно зачисляет на счет клиента 75—80% стоимости продаваемого товара, а остальную сумму переводит в обусловленный срок, независимо от поступления денег в банк. *Конфиденциальный факторинг* ограничивается выполнением операций по уступке права на получение денег, оплаты долгов, по предоставлению покупателю — клиенту банка платежного кредита.

Родственной с факторингом банковской операцией является *форфейтинг*. Предположим, что фирма-продавец поставила фирме-покупателю товар в кредит, получив от покупателя вексель на оплату товара. Банк-форфейтор выкупает вексель у продавца сразу после поставки им товара и выплачивает продавцу стоимость товара, взимая за это комиссионные.

Фактор-фирмы представляют собой дочерние фирмы крупных банков. Это связано с тем, что факторинговые опе-

рации требуют привлечения больших финансовых ресурсов, которыми сами факторинговые фирмы не обладают, но в качестве дочерних фирм имеют возможность привлекать ресурсы «родительского банка» на льготных условиях. Кроме того, факторинговые фирмы помимо своей основной деятельности предлагают комплекс дополнительных услуг по аудиту, постановке бухгалтерского учета, подготовке разнообразной статистики.

Факторинговые операции как разновидность выполняемых банками посреднических операций получили широкое распространение в хозяйственной практике развитых стран.

4.4.3. Лизинг

Термин «лизинг» происходит от английского *to lease* — арендовать, и лизинг исторически начинался действительно как долгосрочная аренда. Сегодняшние формы лизинга представляют собой разнообразные сочетания аренды и финансовых операций. Суть лизинга состоит в следующем. Например, если кто-то решил перевозить грузы, то для этого ему необходим автомобиль. Однако прибыль предприниматель будет получать не от того, что он собственник автомобиля, а от того, что он перевозит грузы. Это позволяет отделить право собственности от права пользования.

В отличие от простой аренды в сделке по лизингу действуют три участника: фирма-арендатор, которая нуждается в способности основных фондов совершать действия, фирма-продавец основных фондов и финансовая организация.

Исторически первым появился *простой финансовый лизинг* (*capital financial leases*). Суть финансового лизинга такова: вначале фирма, которая намерена использовать оборудование (арендатор), отбирает необходимую ей технику и ведет переговоры с фирмой-производителем о цене и сроках поставки. Затем контракт на покупку оборудования подписывает банк или лизинговая компания, а арендатор подписывает с банком или лизинговой компанией договор об аренде. В результате лизинговая компания получает прибыль как собственник оборудования, а арендатор — как пользователь оборудования. Как правило, плата по лизингу включает в себя амортизационные отчисления и банковские проценты в размере ставок долгосрочного кредита.

Использование лизинговых отношений при должном соблюдении правовых норм и правил, регулирующих такие

операции, позволяет партнерам полнее реализовать свои законные преимущества и льготы¹. Размер льгот существенно возрастает в случае лизинга с целью обновления технологического оборудования. В целом ряде стран, в том числе и в нашей, взятое по лизингу имущество может не отражаться на балансе предприятия-пользователя, поскольку право собственности сохраняется за арендодателем. Арендная же плата за пользование имуществом включается в состав издержек и соответственно снижает налогооблагаемую прибыль.

Лизинг может использоваться по-разному в зависимости от отрасли, характера деятельности, а также масштабов предприятия. Среди традиционных клиентов лизинговых компаний большинство составляют малые и средние предприятия. Имея незначительные собственные средства, такие предприятия проявляют наибольшую склонность к использованию лизинга для финансирования. Важно, что лизинговая процедура требует значительно меньше документов, чем оформление долгосрочного кредита. Именно эти возможности и преимущества дают основание надеяться, что лизинг в ближайшее время может стать одним из важнейших инструментов ликвидации потребности в основном капитале для отечественных предпринимателей.

Кроме описанного выше выделяют оперативный (сервисный) лизинг (*operating (service) leases*) и возвратный лизинг (*sale and leaseback arrangement*).

Оперативный (сервисный) лизинг предусматривает широкий круг партнерских отношений между арендодателем и арендатором в области финансирования, а также обслуживания, ремонта, наладки арендуемого оборудования. К основным видам оборудования, являющегося объектом сервисного лизинга, относятся компьютеры, ксероксы, факсы и другие сложные виды оргтехники; самолеты, автомобили и коммерческие грузовики. Арендодатель, возлагая на себя наладку, обслуживание, ремонт техники и даже профессиональное обучение специалистов заказчика, обеспечивает оптимальную эффективность использования арендуемого оборудования. Расходы арендодателя на все указанные виды сервиса включаются в оплату по лизинговому соглашению.

¹ Федеральный закон от 29 октября 1998 г. № 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)».

Возвратный лизинг — это система взаимосвязанных соглашений, при которой фирма-собственник продает эту собственность финансовому институту с одновременным оформлением соглашения о долгосрочной аренде бывшей своей собственности на условиях лизинга. Таким финансовым институтом может быть страховая компания, коммерческий банк, лизинговая фирма, а также индивидуальный инвестор. Возвратный лизинг выступает в данном случае как альтернатива залоговой операции, причем продавец собственности, перевоплощающийся в ее арендатора, немедленно получает ее в свое распоряжение. Кроме того, по сделке купли-продажи он получает от покупателя взаимно согласованную сумму. А сам покупатель собственности продолжает участвовать в этой операции, но уже в качестве арендодателя. Суть операции заключается в уже упомянутом разделении права собственности и права пользования. Фирма, владевшая ранее этой собственностью, став арендатором, продолжает пользоваться этой собственностью на условиях лизинга. В финансовом отношении это напоминает заемную операцию, при которой расчеты производятся по согласованному графику арендных платежей. В случае же предоставления займа под залог заимодавец рассчитывал бы на получение равновеликих платежей, достаточных как для погашения займа, так и для получения прибыли, обусловленной ставкой за кредит. При возвратном лизинге арендная плата устанавливается по такой же схеме: сумма платежей должна быть достаточной для полного возмещения инвестору всей суммы, которая была выплачена им при покупке, плюс интересы инвестора.

Любой вид лизинга позволяет предприятию обеспечить выпуск запланированного объема производства при значительном сокращении потребности в основном капитале. Необходимо отметить чувствительность лизинга, и прежде всего лизинга недвижимости, к изменениям налогового законодательства. Не все здесь, однако, столь однозначно, как кажется на первый взгляд. Увеличение ставок налога на прибыль без изменения способа расчета налогооблагаемой базы (в смысле отнесения арендных платежей на себестоимость) стимулирует рост лизинга, делает его более выгодным. Изменение же налогооблагаемой базы может неблагоприятно сказаться на объемах лизинговых операций.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Объясните, что такое финансы предприятия.
2. Каковы собственные источники денежных поступлений на предприятии?
3. Откуда у предприятия денежные средства на производственно-хозяйственную деятельность?
4. Чем отличается акция от облигации?
5. Что такое первичный фондовый рынок и как там можно получить деньги для предприятия?
6. Почему факторинг сокращает или ликвидирует потребность в оборотном капитале?
7. Дайте определение понятию «лизинг».
8. Что понимают под сервисным и возвратным лизингом?

4.5. Финансовое планирование и основные показатели финансового состояния фирмы

4.5.1. Основные сведения

Для непрерывности протекания производственно-хозяйственной деятельности предприятия все материальные потоки должны быть увязаны с денежными потоками. Для этого необходимо ясно представлять финансовое положение или финансовое состояние предприятия, т.е. откуда деньги приходят и куда они расходуются. Это осуществляется в процессе финансового планирования. Формы плановой и отчетной документации, применяемой для внутрифирменного финансового управления, различаются в зависимости от вида бизнеса и размера предприятия. Это может быть простая тетрадь для записи доходов и расходов или специально разработанная автоматизированная система финансового менеджмента для крупного холдинга. Подробно эти вопросы рассматриваются в курсе финансового менеджмента. Однако логика финансового управления остается неизменной — обеспечить необходимыми денежными фондами производственно-хозяйственную деятельность фирмы. Плановые документы используются в дальнейшем для выполнения и других функций управления финансами, прежде всего контроля и оценки деятельности предприятия. Наиболее типичными плановыми финансовыми документами являются:

- функциональные сметы. В первую очередь, это сметы объемов продаж по периодам (как денежное выражение результатов), а также сметы затрат по отдельным аспектам деятельности предприятия. В них отражаются как единовре-

менные, так и текущие затраты. В современной практике составление смет развилось в понятие «бюджетирование»;

- прогнозные отчеты (сметы) прибыли и убытков (как динамическая характеристика финансов);
- прогнозные балансы (как характеристика финансового состояния фирмы — финансовая «фотография» на определенную дату);
- план движения денежной наличности.

В тех случаях, когда разрабатывается план нововведения или инновации (см. гл. 5), финансовый план дополняется графиком выхода в точку безубыточности. Конкретизируем цели и задачи этих документов.

4.5.2. Основные финансовые документы

Сметы и бюджеты. Сущность бюджета состоит в росписи доходов и (или) расходов в денежной форме.

Бюджет — это описание плана производственно-хозяйственной деятельности в денежной форме.

На предприятиях в соответствии с определением финансов в бюджете как в финансовом документе присутствуют доходная и расходная часть.

Для организации эффективной системы бюджетного планирования деятельности предприятия предлагается составлять следующую сквозную систему бюджетов, или функциональных смет:

- материальных затрат;
- потребления энергии;
- ФОТ;
- амортизационных отчислений;
- прочих расходов;
- погашения ссуд банков;
- налоговый бюджет.

Составление функциональных смет-бюджетов позволяет сформировать баланс и генеральную, объединенную или консолидированную смету — счет прибыли и убытков.

Баланс. Баланс означает равновесие. Поэтому можно дать следующее определение.

Баланс предприятия — это сводная таблица, в которой в денежной форме описывается имущество фирмы и источники его возникновения.

Исходя из смысла термина «баланс», стоимость имущества фирмы и размер источников его возникновения должны совпадать.

Активами баланса называется имущество предприятия, в которое вложен его капитал, в стоимостной денежной форме. В соответствии с Федеральным законом от 5 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» активы подразделяют на основной и оборотный капитал.

Основной капитал включает в себя нематериальные, материальные и финансовые активы.

В *оборотный капитал* входят: товарные запасы; дебиторская задолженность; ценные бумаги и прочие краткосрочные финансовые вложения; денежные средства.

Особенности и состав основного и оборотного капитала рассматривались ранее, но некоторых вопросов мы еще не касались.

Под *нематериальными активами* понимаются инвестиции в неосязаемые активы, которые способны приносить прибыль в течение ряда лет. Например, это могут быть права пользования отдельными ресурсами (природными, земельными, аренда помещений, оборудования и пр.); патенты; ноу-хау; права на промышленные образцы и модели; товарный знак; права на использование компьютерных программных продуктов; деловая репутация или так называемый goodwill. Расходы на goodwill возникают в качестве нематериальных активов при покупке определенной фирмы (или ее части), если сумма покупки превышает цену, зафиксированную в бухгалтерских книгах данной фирмы. Goodwill является отражением того, что покупке самого предприятия — собственно осязаемых активов — сопутствует также ряд благоприятных обстоятельств: удобное местоположение предприятия, сформированный штат персонала, разработанный технологический цикл и т.д. Нематериальные активы аналогично материальным активам переносят свою стоимость частями в течение всего срока их службы. Если продолжительность использования объекта нематериальных активов определить не представляется возможным, то срок службы берется равным 10 годам, но не более срока функционирования предприятия.

Под *финансовыми активами* понимаются долгосрочные вложения предприятия в ценные бумаги (такие как акции) других предприятий и государства, например вложения предприятия в уставные (складочные) капиталы других органи-

заций. К финансовым вложениям относятся также предоставленные другим организациям займы.

Под **пассивами** понимаются источники возникновения имущества предприятия. В соответствии с Федеральным законом «О бухгалтерском учете» пассивы делятся на следующие группы:

- собственный капитал;
- страховые резервы;
- кредиторская задолженность, которая включает в себя долго- и краткосрочные обязательства.

Собственный капитал представляет собой вклад в фирму ее владельца (владельцев), уставный фонд, а также соответствующую долю прибыли (или убытков), остающуюся в распоряжении фирмы и не распределенную на дивиденды. Собственный капитал фирмы поступает в распоряжение владельца (владельцев) на тех условиях, которые продиктованы юридической формой существования данного предприятия. Напоминаем, что прибыль — это не деньги, а расчетная величина, показывающая, что полученный доход от производственно-хозяйственной деятельности превышает необходимые расходы на эту деятельность за определенный период. Деньги в пределах расчетной величины прибыли могут направляться на увеличение имущества фирмы, ее активов. Размер резервных фондов и нераспределенной прибыли определяется либо учредительными документами, либо законодательно. Так, по состоянию на 2013 г. в Российской Федерации в АО должен создаваться резервный фонд. Его размер не может быть менее 5% от уставного капитала. А вот максимальный размер фонда не ограничен. Этот фонд предназначен для погашения непредвиденных затрат, а также для равномерного включения текущих расходов в издержки производства и обращения. Формирование резервного фонда осуществляется путем ежегодных отчислений от чистой прибыли.

Страховые резервы имеют много общего с кредиторской задолженностью. Кредиторская задолженность характеризуется тем, что кредитор, сумма и срок уплаты известны. В случае страховых резервов, наоборот, не известны ни кредитор, ни сумма, ни срок выплаты. В качестве примера приведем покрытие из страховых резервов издержек по гарантийным обязательствам, компенсациям и рекламациям.

Долгосрочным называют такое обязательство, срок выплаты по которому наступает позже, чем через один год.

В качестве примера долгосрочного обязательства можно привести банковские ссуды или ипотечную задолженность, т.е. ссуду, выдаваемую под залог недвижимости.

Краткосрочным называют такое обязательство, срок уплаты по которому наступает в течение одного года. В качестве примеров краткосрочных обязательств можно привести товарных и вексельных кредиторов, задолженность по НДС, налогу на прибыль, краткосрочные кредиты в финансовых учреждениях.

Баланс дает статическую картину финансового состояния предприятия. Это как бы «фотография» финансового состояния и, как по фотографии можно судить о человеке или объекте, по балансу можно многое сказать о предприятии.

Счет прибыли и убытков. Если баланс — это финансовая «фотография», то с помощью счета прибыли и убытков представляется возможным проследить динамику производственно-хозяйственной деятельности и определить по периодам абсолютный показатель эффективности — прибыль или убыток. В соответствии с определением эффективности как соотношения результатов и затрат счет прибыли и убытков представляет собой таблицу, в которой из выручки от реализации последовательно вычитаются затраты, имеющие отношение к выручке. Состав затрат, который вычитается из выручки, определяется законодательством РФ (см. п. 4.1).

План движения денежной наличности — это документ, который отражает денежные потоки. Он представляет собой таблицу, имеющую два основных реквизита: «приход» и «расход». В каждый плановый период (в зависимости от вида бизнеса это может быть день, неделя, декада и т.п.) указывается источник, дата и размер денежных поступлений — «приход», и цель, дата и размер предполагаемых расходов — «расход». Это позволяет оптимальным образом распределять потоки свободных денежных средств, находить их источники, оптимизировать время операций с деньгами.

4.5.3. Показатели эффективности финансово-хозяйственной деятельности

Кроме показателей прибыли и рентабельности, производственного и финансового рычага, рассмотренных в п. 4.2, существует еще ряд финансовых показателей, которые являются ключевыми для управления предприятием, — точка безубыточности, финансовая устойчивость, ликвидность и платежеспособность.

Точка безубыточности — это такой объем производства, при котором выручка равна затратам.

Механизм формирования точки безубыточности показан на рис. 4.1.

В точке безубыточности уже нет убытков, но и прибыли еще нет. Этот объем может быть выражен как в натуральном, так и в стоимостном, денежном виде. Поэтому в экономической литературе существуют разные названия этой точки: точка минимального, или критического объема продаж, точка минимальной рентабельности, или порог рентабельности, и др. Однако смысл и порядок нахождения этой точки не меняется.

Выразим в виде формулы нахождение точки безубыточности. Задача выручки (Px , где P — цена изделия, а x — количество изделий) состоит в том, чтобы покрыть своей величиной постоянные затраты (FC) и переменные затраты на изготовление продукции (VCx). Тогда прибыль

$$\text{ПР} = Px - (VCx + FC).$$

Но прибыль в точке безубыточности равна нулю, тогда

$$Px = VCx + FC,$$

или

$$x = FC / (P - VC).$$

Величина $(P - VC)$ называется *суммой покрытия* (см. п. 3.5).

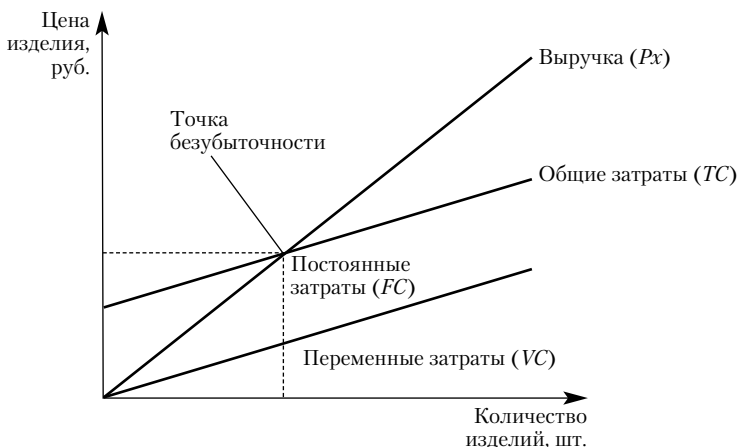


Рис. 4.1. Нахождение точки безубыточности

Финансовое состояние фирмы в самом общем виде характеризуется финансовой устойчивостью (она же прочность, или запас финансовой прочности, финансовая надежность), ликвидностью и платежеспособностью.

Финансовая устойчивость предприятия — это его способность выдерживать колебания рыночной конъюнктуры, оставаясь прибыльным.

Очевидно, что чем дальше фирма находится от точки безубыточности, тем больше прибыли она получает и тем устойчивее положение фирмы. Как правило, этот показатель выражается в процентах, отвечает на вопрос, на сколько процентов могут уменьшиться выручка или повыситься затраты без убытка для предприятия, и рассчитывается по следующей формуле:

$$\text{Финансовая устойчивость} = \frac{\text{Выручка} - \text{Точка безубыточности}}{\text{Выручка}} \times 100\%.$$

Под ликвидностью понимают способность какого-либо актива трансформироваться в денежные средства.

Ликвидность (от лат. *liquidus* — жидкий, текучий) — это способность предприятия погасить свои краткосрочные долги, причем независимо от источника возникновения денежных

Исследование пассива баланса и плана движения свободных денежных средств позволяет определить коэффициент ликвидности:

$$\text{Коэффициент ликвидности} = \frac{\text{Высоколиквидные активы}}{\text{Краткосрочная задолженность}}.$$

Нормативные значения этого коэффициента сильно различаются в зависимости от отрасли и этапа развития предприятия. Так как не все краткосрочные обязательства нуждаются в одновременном погашении, то при хорошем финансовом менеджменте размер высоколиквидных активов может быть меньше суммы задолженностей.

Платежеспособность — это способность предприятия ликвидировать долги собственными средствами.

Коэффициент платежеспособности определяется по формуле

$$\text{Коэффициент платежеспособности} = \frac{\text{Собственный капитал}}{\text{Сумма активов}}$$

Так же как и коэффициент ликвидности, нормативные значения коэффициентов платежеспособности сильно зависят от отрасли. Так, для производственных предприятий соотношение собственных средств должно быть не менее 65%. В банках соотношение собственных и заемных средств может составлять 1 : 2, 1 : 10 и даже 1 : 100.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Что такое финансы предприятия?
2. Объясните, что такое бюджет предприятия.
3. Какая разница между ликвидностью и платежеспособностью?
4. Что такое финансовая устойчивость предприятия?
5. В чем состоит работа финансового менеджера?

Резюме к главе 4

1. Соединяясь в процессе производства, основной, оборотный капитал и рабочая сила формируют затраты фирмы, необходимые для производства и продажи продукции. Иными словами, все результаты и затраты фирмы выражаются в денежной форме. Проведение мероприятий по реализации планов требует ясного понимания, откуда будут приходиться деньги и куда их необходимо направлять. Отношения по поводу образования и использования денежных фондов называются финансами.

2. Выраженные в денежной форме текущие затраты на всю производственно-хозяйственную деятельность за определенный период называют издержками и рассчитывают безотносительно места их возникновения, выделяя по экономической природе. Текущие затраты на производство и реализацию продукции называются себестоимостью продукции, и при их расчете определяется место возникновения затрат.

3. Прибыль — это основной финансовый результат деятельности предприятия и цель работы фирмы. Прибыль — это абсолютный показатель эффективности, показывающий, насколько выручка превышает затраты. Рентабельность (прибыльность) — это относительный показатель эффективности,

показывающий, сколько копеек прибыли получают с 1 руб. затрат или ресурсов.

4. На величину прибыли фирмы сильное воздействие оказывает налоговое бремя. Налог и сборы — это обязательные безвозмездные платежи, направляемые на нужды государственных, территориальных и муниципальных организаций, а также на создание иных общественных благ.

5. Финансовые ресурсы — это возможные источники поступления денег. Главным источником поступления денег на фирме является выручка от реализации продукции. К собственным источникам относятся первоначально авансированные денежные средства, деньги в размере полученной прибыли, а также привлеченные деньги, полученные от выпуска акций. К заемным источникам относятся краткосрочная кредиторская задолженность и кредиты банка, а также иные заемные средства. Кроме того, источниками покрытия потребности в капитале являются факторинг и лизинг.

Это денежное выражение находит свое отражение в функциональных сметах доходов и расходов, балансе предприятия и счете прибыли и убытков и других финансовых документах, на основе которых рассчитываются как основные финансовые показатели, так и показатели эффективности деятельности предприятия.

Глава 5

НАУЧНО–ТЕХНИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ФИРМЫ. ИННОВАЦИИ И ИНВЕСТИЦИИ

В результате изучения главы 5 студент должен:

знать

- что такое инновации и инвестиции;
- логику и основные направления инвестиционного и инновационного процесса;

уметь

- понимать особенности инновационного процесса и особенности управления им;
- понимать логику бизнес-планирования;

владеть

- навыками расчета показателей эффективности инвестиций;
 - навыками составления бизнес-плана.
-

Достижение цели создания предприятия и эффективной деятельности возможно при увеличении выручки от реализации продукции и оптимизации затрат на ее изготовление и производственно-хозяйственную деятельность.

Первое направление — *увеличение выручки от реализации продукции* — предполагает деятельность по созданию новой продукции или усовершенствованию старой, т.е. создание нового качества продукции, которое будет лучше и полнее удовлетворять потребности людей. Кроме того, чтобы люди покупали новую продукцию, предприятие должно совершенствовать методы продаж, стимулирования спроса, рекламы и т.д.

Второе направление — *оптимизация затрат* — требует постоянного совершенствования исходных материалов, способов производства продукции, совершенствования систем управления предприятием и т.д.

Иными словами, предприятие для того, чтобы достичь своих целей, должно развиваться. В общем виде *развитие* — это процесс изменения состояния системы (в данном случае предприятия), в результате чего система переходит в новое качественное состояние. *Процесс* (от лат. *processus* — продвижение) — это последовательная смена стадий развития какой-либо системы.

Вопросы развития предприятия тесно связаны с понятиями «инновации», «инвестиции», «инновационный и инвестиционный процессы».

5.1. Инновации и инновационная деятельность предприятия

5.1.1. Понятие инновации

«Развивайся или умри» — вот, пожалуй, основной лозунг современного предприятия. В результате высоких темпов научно-технического прогресса создалась такая ситуация, при которой развитие предприятия стало отождествляться с инновационными процессами, а управление предприятием — с управлением инновационными процессами. Однако в настоящее время понятийный аппарат инноватики полностью не разработан, термины трактуются по-разному или отождествляются.

Английское слово *innovation* означает нововведение, новаторство (от лат. *novatio* — новация, т.е. обновление, изменение). В научной литературе выделяются три подхода к трактовке понятия «инновация».

1. Инновация как некий процесс.
2. Инновация — только результат некоего процесса.
3. Инновация — это и процесс, и результат этого процесса.

Так, в российском законодательстве по состоянию на 2013 год: «Инновации — введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях»¹, т.е. инновация — это результат. Однако результатом нельзя управлять. В официальных международных документах инновации рассматриваются как процесс изменений или как сложная и диверсифицированная деятельность со многими взаимодействующими компонентами, изменяющая свойства и характеристики эффективности продукта в целом и (или) вносящая изменения в компоненты продукта, повышающие его эффективность, включая характер услуг, которые он обеспечивает².

¹ Федеральный закон № 254-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “О науке и государственной научно-технической политике”».

² Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. — 3-е изд., совместная публикация ОЭСР и Евростата / пер. на рус. яз. — М.: Центр исследований и статистики науки, 2006.

Для того чтобы обосновать понимание инновации и инновационного процесса, приведем следующую цепочку рассуждений. Зачем люди придумывают новшества (новации) и внедряют их в хозяйственную практику? Исходя из того, что развитие — это процесс проведения изменений, то изменения нужны для того, чтобы повысить эффективность какой-либо деятельности. Следовательно,

Инновация или инновационный процесс — это процесс создания и (или) введения новшеств.

А вот результат инновационного процесса или внедрение новшества в практику можно называть *инновационным продуктом*. Тогда под инновационной деятельностью будем понимать деятельность предприятия по управлению инновационными процессами или инновациями.

5.1.2. Виды и типы инноваций

Классификаций инноваций достаточно много. Очевидно, что инновации, изменения могут касаться как продукта, так и процесса его изготовления и реализации. В зависимости от этого с некоторой долей условности инновации можно разделить на продуктовые и процессные.

Продуктовые инновации (их еще называют технологическими) предусматривают: разработку и внедрение технологически новых продуктов и процессов, а также значительных технологических усовершенствований в продуктах и процессах; разработку и внедрение в отраслях сферы услуг технологически новых или значительно усовершенствованных услуг и новых или значительно усовершенствованных способов производства (передачи) услуг.

Технологически новый продукт — продукт, по своим технологическим характеристикам или предполагаемому использованию значительно отличающийся от ранее производимой продукции. В инновациях такого рода могут использоваться радикально новые технологии, основанные на комбинации уже существующих технологий в новом применении или полученные в результате использования новых знаний.

Технологически усовершенствованный продукт — существующий продукт, рабочие характеристики которого были значительно дополнены или обновлены.

Простой продукт может быть усовершенствован (в сторону улучшения характеристик или снижения стоимости)

за счет использования более эффективных компонентов или материалов. Сложный продукт, состоящий из ряда интегрированных технических подсистем, может быть усовершенствован внесением частичных изменений в одну из подсистем.

Процессные инновации — разработка и внедрение технологически новых или технологически значительно усовершенствованных производственных методов, включая методы передачи продуктов. Инновации такого рода могут быть основаны на использовании:

- нового производственного оборудования;
- новых методов организации производственного процесса или их совокупности;
- результатов исследований и разработок.

Такие инновации нацелены на повышение эффективности производства существующей на предприятии продукции, но могут предназначаться также и для производства и поставки технологически новых или усовершенствованных продуктов, которые не могут быть произведены или поставлены с использованием обычных производственных методов.

Услуга считается технологической инновацией, когда ее характеристики или способы использования либо принципиально новые, либо значительно (качественно) усовершенствованы в технологическом отношении. Использование значительно усовершенствованных методов производства или передачи услуг также является технологической инновацией.

Технологические инновации могут осуществляться на основе принципиально новых технологий, комбинаций существующих технологий либо на основе передачи новых знаний. При этом технологии могут быть воплощены в новые или усовершенствованные машины, оборудование, программные средства, а новые знания — это результат исследований, приобретения или использования специальной квалификации или навыков.

К процессным инновациям можно отнести также инновации, не связанные непосредственно с технологией производства продукции, такие как *организационные* (организационно-управленческие изменения). Организационно-управленческие инновации могут осуществляться как отдельно, так и в рамках технологических инноваций. Как правило, они касаются широкого круга вопросов по следующим направлениям:

- разработка и реализация новой или значительно измененной корпоративной (акционерной) стратегии в организации (группе организаций);

- внедрение современных (на основе информационных технологий) методов управления организацией;
- разработка и внедрение новых или значительно измененных организационных структур в организации;
- нововведения в использовании сменного режима рабочего времени;
- применение современных систем контроля качества, сертификации продукции (услуг), включая использование современных отечественных и зарубежных (например, ISO 9000) стандартов качества;
- разработка новых или значительно измененных методов и приемов организации труда на предприятии;
- внедрение современных систем логистики и поставок сырья, материалов, комплектующих;
- создание специализированных подразделений по проведению научных исследований и разработок, практической реализации научно-технических достижений (технологические и инжиниринговые центры, малые инновационные предприятия);
- организация и совершенствование маркетинговой службы в организации.

Следующим важнейшим критерием классификации инноваций является радикальность, или глубина и всеохватность изменений. Радикальность изменений в значительной степени влияет на характер инновационного процесса. Например, перестановка мебели в кабинете или размещение кактусов около рабочего места программиста с большой натяжкой можно назвать инновацией. Это касается и незначительных, несущественных видоизменений в продуктах и технологических процессах. Например, Ф. Валента по степени радикальности или интенсивности инновационного изменения выделяет восемь уровней или порядков инноваций¹.

Инновации нулевого порядка — генерирование первоначальных свойств. Целевое изменение, сохраняющее существующие функции производственной системы или ее части.

Инновации первого порядка — изменение количества. Простое целевое приспособление к количественным требованиям при сохранении функций производственной системы или ее части.

Инновации второго порядка — перегруппировка или организационное изменение. Простые организационные пере-

¹ *Водачек Л.* Стратегия управления инновациями на предприятии : пер. со словац. / Л. Водачек, О. Водачкова. М. : Экономика, 1989.

движки для обеспечения лучшей организации производственной системы.

Инновации третьего порядка — адаптационные изменения. Изменения, вызванные взаимным приспособлением элементов производственной системы, которые не меняют качества отдельных элементов, но в комплексе ведут к повышению эффективности производственной системы в целом.

Инновации четвертого порядка — новый вариант. Простейшее качественное изменение, т.е. частичные функциональные изменения в рамках производственной системы или ее части. Возникают варианты с новыми полезными свойствами или измененными параметрами, но первоначальные характерные признаки производственной системы не меняются.

Инновации пятого порядка — новое поколение. Более высокие качественные изменения функциональных свойств системы или ее части. Меняется большинство первоначальных свойств системы, но сохраняется базовая структурная концепция.

Инновации шестого порядка — новый вид. Качественное изменение функциональных свойств производственной системы или ее части. Меняется ее первоначальная концепция, но сохраняется функциональный принцип.

Инновации седьмого порядка — новый род. Высшее коренное изменение в функциональных свойствах производственной системы или ее части, меняющее ее основной функциональный принцип.

Инновации нулевого, первого, второго и третьего порядков не изменяют функциональных свойств такой производственной системы, как предприятие. Инновации четвертого, пятого, шестого и седьмого порядков частично или полностью изменяют функциональные свойства производственной системы. Радикальность изменений в результате инноваций последовательно возрастает от нулевого до седьмого порядка. В зависимости от целей анализа выделяются другие виды и типы инновации. Основные критерии и классификационные группы инноваций приведены в табл. 5.1.

Таблица 5.1

Классификация инноваций

Классификационный признак	Виды инноваций
Новизна для рынка	Новые для отрасли в мире Новые для отрасли в стране Новые для данного предприятия (группы предприятий)

Окончание табл. 5.1

Классификационный признак	Виды инноваций
Сфера деятельности предприятия	Технологические Производственные Экономические Торговые Социальные в области управления
Распространенность	Единичные Диффузные
Место в производственном цикле	Сырьевые Обеспечивающие (связывающие) Продуктовые
Признак преемственности	Замещающие Отменяющие Возвратные Открывающие Ретровведения
Охват	Локальные Системные Стратегические
Форма воплощения	Воплощенные в материале — твердые (hard) Не воплощенные в материале — мягкие (soft)
Степень новизны	Нововведение — первое применение чего-то нового и одновременно первое признание социальной и экономической ценности этого новшества Обновление — то, что ново для данной организации, но уже не является таковым для внешнего мира Усовершенствование — некоторое улучшение, которое оригинально, полезно для данной организации
Происхождение	Покупные Собственной разработки
Инновационный потенциал и степени новизны	Радикальные Комбинаторные Совершенствующие
Время проведения	Своевременные Повторные Преждевременные Запоздалые

5.1.3. Управление инновационной деятельностью

Как упоминалось ранее, система управления предприятием отождествляется с управлением инновационными процессами. Это, конечно, не совсем верно. Однако система управления инновационными процессами должна быть

органично вплетена в систему управления предприятием. Естественно, что характер и особенности инновационной деятельности зависят от отрасли, интенсивности и радикальности изменений. Однако в любом случае разрабатываемая инновационная политика, т.е. мероприятия в инновационной деятельности, должны быть основаны на *предвидении изменений*, а также способности или готовности предприятия к своевременной адаптации к этим изменениям. Учет указанных особенностей позволяет разработать стратегию и тактику развития и обеспечить эти планы необходимыми материальными и интеллектуальными ресурсами.

Планирование инновационной деятельности. В планировании инновационной деятельности определяющую роль играет составление стратегических планов. Стратегию управления инновациями можно рассматривать как часть общей стратегии развития предприятия, так как только на базе инновационной стратегии обеспечивается поступательное развитие предприятия.

Выбор инновационной стратегии на предприятии имеет первостепенное значение для управления инновациями. Основу выработки инновационной стратегии составляют теория жизненного цикла продукта, рыночная позиция организации и проводимая ею научно-техническая политика. В этой связи выделяют следующие разновидности инновационных стратегий¹.

1. *Наступательная* — связана с большими затратами на НИОКР, высоким риском ее реализации. Стратегии присуща высокая эффективность, но ее проведение требует соответствующей квалификации в осуществлении нововведений, умения видеть новые рыночные перспективы и быстро реализовать их в продуктах. Такая стратегия характерна для предприятий-лидеров.

2. *Защитная* — используется предприятиями, способными завоевать значимую долю рынка и поддерживать норму прибыли в условиях конкуренции. Чаще всего это достигается посредством низких издержек производства. Характерна для тех предприятий, которые преуспели в организации маркетинга, но должны сохранять достаточный научно-технический потенциал.

3. *Поглощающая* — ориентирована на приобретение лучших научно-технических достижений других предприятий.

¹ Твисс Б. Управление нововведениями / Б. Твисс. М.: Экономика, 1989.

В рамках стратегии покупки лицензий у конкурентов может осуществляться привлечение их специалистов — ведущих работников или всей команды, работающей над инновацией.

4. *Промежуточная* — направлена на избежание прямой конфронтации с конкурентами, что достигается путем анализа их слабых сторон с учетом собственных позиций на рынке, т.е. поиск того рыночного сегмента, который не заполнили конкуренты.

5. «*Разбойничья*» — используется предприятием, имеющим определенные достижения в области создания какой-либо новой технологии или продукта, т.е. там, где рыночный лидер оказывается уязвим, опасаясь отрицательных последствий внедрения новшества. В долгосрочной перспективе стратегия должна быть заменена наступательной стратегией.

Организация инновационной деятельности. Для эффективного управления инновациями на предприятии, кроме обоснованного выбора инновационной стратегии, необходима качественная совместная работа менеджеров по стратегическому управлению и управлению инновациями. В большинстве крупных предприятий созданы подразделения, занимающиеся управлением инновационной деятельностью. Проблемой организации инновационного процесса является то, что инновации как комплексные мероприятия требуют специальных знаний по очень широкому кругу проблем. Поэтому один или даже несколько специалистов не в состоянии грамотно составить инновационный проект и контролировать его исполнение.

Одним из способов решения этой проблемы является *инжиниринг*. Под термином «инжиниринг» в экономической практике понимается целый комплекс услуг в сфере инженерного консультирования коммерческого характера. Иными словами, если радикальность инновации достигает 5-го и выше уровней, предприятию выгоднее обратиться в специальную консультационную фирму, которая предоставит комплекс услуг по предпроектному, проектному, послепроектному анализу, а также рекомендательные услуги по эксплуатации, управлению, реализации выпускаемой продукции, т.е. инжиниринговые услуги охватывают все этапы инновационного процесса. Как правило, в них входят предварительное исследование, технико-экономические обоснования (например, составления проектов, генеральных планов, рабочих чертежей), подготовка контрактных мате-

риалов, торгов, рекомендаций по подготовке персонала, инспекция строительных работ и т.п. В 1983 г. Европейская экономическая комиссия ООН (Женева) опубликовала «Руководство по составлению международных договоров на консультативный инжиниринг» и дала определения различным видам инжиниринга.

Бурное развитие инжиниринга в XX в. сначала в строительстве, а затем и в других отраслях бизнеса обусловило необходимость моделирования производственно-хозяйственной деятельности на всех этапах инновационного процесса: в период создания (строительства) — моделирование устройства объекта, на стадии эксплуатации — моделирование процессов и т.д. В результате в бизнесе сформировался новый подход к управлению, основанный не на разделении труда (см. п. 1.4), а на управлении *бизнес-процессами*. В цепочку бизнес-процесса входят различные операции, которые выполняются структурными элементами различных уровней организационной структуры предприятия.

Смысл данного подхода состоит в ориентации прежде всего на процессы, протекающие на предприятии и представляющие ценность для потребителей. Все остальное — организационные структуры, внутренние корпоративные отношения, сложившиеся иерархические системы — вторично.

Рассмотрим, что представляют собой бизнес-процессы.

Бизнес-процесс — это устойчивая, целенаправленная совокупность взаимосвязанных видов деятельности, которая по определенной технологии преобразует входы в выходы, представляющие ценность для потребителя. Данное определение базируется на определении стандарта МС ISO 9000:2000 и является достаточно общим. Основу для классификации бизнес-процессов составляют следующие базовые категории:

- основные бизнес-процессы;
- обеспечивающие (вспомогательные) бизнес-процессы;
- бизнес-процессы управления;
- бизнес-процессы развития.

Основными бизнес-процессами являются те, которые ориентированы на производство продукции или оказание услуг, представляющих ценность для клиента и обеспечивающих получение дохода для предприятия. Результатом этих процессов является готовая продукция или услуги.

Обеспечивающие бизнес-процессы — это вспомогательные процессы, которые предназначены для обеспечения выпол-

нения основных бизнес-процессов. В общем виде они обеспечивают ресурсами все бизнес-процессы предприятия и создают его инфраструктуру.

Процессы управления — это бизнес-процессы, которые охватывают весь комплекс функций управления на уровне каждого бизнес-процесса и бизнес-системы в целом, т.е. взаимосвязанного множества всех бизнес-процессов предприятия. В основе построения технологии выполнения процессов управления, как правило, лежат концепции контроллинга или управленческого учета, которые позволяют сформировать полный цикл управления предприятием, начиная от стратегического планирования и заканчивая анализом причин отклонений от плана и формирования управляющих воздействий.

К *процессам развития*, как правило, относятся процессы совершенствования производимого продукта или услуги, технологии, оборудования, а также инновационные процессы. При этом выделяют три основные группы процессов:

1) *сквозные* — бизнес-процессы, проходящие через несколько подразделений организации или через всю организацию, пересекающие границы функциональных подразделений. Такие процессы часто называют межфункциональными процессами;

2) *внутрифункциональные* — бизнес-процессы (подпроцессы) подразделений, деятельность которых ограничена рамками одного функционального подразделения организации;

3) *операции* — процесс самого нижнего уровня декомпозиции деятельности организации; как правило, операции выполняются одним человеком¹.

Центры ответственности — это основные и обеспечивающие бизнес-процессы, а также участвующие в них структурные подразделения предприятия до уровня отдела, участка, группы, во главе которых стоит ответственное лицо, принимающее решение. Центры ответственности могут включать в себя центры прибыли, центры затрат, центры выручки, центры инвестиций. Возможность выделения центров ответственности появляется при построении процессных систем управления предприятием.

Центр прибыли — структурное подразделение (бизнес-процесс), руководитель (владелец) которого отвечает как за

¹ Елиферов В. Г. Бизнес-процессы. Регламентация и управление / В. Г. Елиферов, В. В. Репин. М. : ИНФРА-М, 2009.

затраты, так и за доходы. Центр прибыли может состоять из нескольких центров затрат и центров доходов.

Центры прибыли характеризуются тем, что менеджер такого центра (основного бизнес-процесса, структурного подразделения) должен иметь право контролировать продажную цену (внешнюю, трансфертную или условную внутреннюю), объем реализации или поставок внешним клиентам и все статьи отчетных издержек.

Центр затрат (центры издержек) — структурное подразделение (бизнес-процесс), менеджер которого отвечает только за затраты. Центры затрат могут быть двух видов: *центр регулируемых затрат* (например, цех основного производства) или *центр произвольных затрат* (например, конструкторское бюро). Центры затрат как наиболее широко используемые объекты учета при децентрализации системы управления могут изменяться в размере от одного обеспечивающего бизнес-процесса (одного структурного подразделения) до нескольких бизнес-процессов (целого предприятия, например, в рамках холдинга). Основная цель деятельности менеджера (владельца) центра затрат состоит в обеспечении долговременной минимизации издержек.

Центр выручки (доходов) — структурное подразделение (бизнес-процесс), руководитель (владелец) которого отвечает в основном за выручку, а за затраты — частично (например, отдел сбыта).

Крупные отделения предприятия или дочерние компании имеют право самостоятельно осуществлять инновационную деятельность. В этом случае они представляют собой *центр инвестиций* (центр капиталовложений) — структурное подразделение (бизнес-процесс), менеджер которого отвечает за капиталовложения, как за доходы, так и за затраты.

Деление предприятия на центры ответственности и классификация затрат являются фундаментом для создания на предприятии системы управленческого учета. На основе выделенных центров ответственности должны быть разработана система показателей эффективности бизнес-процессов и предприятия в целом, а также система управленческого учета по центрам ответственности.

Основоположниками предложенного метода являются американские ученые М. Хаммер и Дж. Чампи. Именно они, исследуя вопросы реорганизации предприятий, ввели новый термин «реинжиниринг» (business process reengineering —

BPR), производное от слова «инжиниринг», т.е. построение бизнеса в широком смысле этого слова. Исследования показывают, что раз в 5–7 лет современные передовые предприятия должны проводить очередную структурную реорганизацию для решения накопившихся проблем и совершенствования, т.е. в компаниях с определенной периодичностью происходят революционные изменения.

По определению Хаммера и Чампи, **реинжиниринг** — это принципиальное переосмысление и радикальная перестройка бизнес-процессов для достижения кардинальных улучшений критических современных показателей эффективности: стоимости, качества, сервиса и оперативности. Как было сказано выше, объектом реинжиниринга являются процессы. Реорганизации подвергаются не отделы снабжения, продаж или производства, а работа, выполняемая персоналом этих отделов. Большинство менеджеров, по мнению М. Хаммера, ориентируются не на процессы, а на элементы управления — функции, персонал, структуры.

Суть реинжиниринга — в *перестройке* компании, а не в улучшении, усовершенствовании или модификации. В реинжиниринге радикальная перестройка означает отказ от всех существующих структур и процедур и изобретение совершенно новых способов выполнения работы для скачкообразного роста эффективности. При разработке реинжиниринговой инновационной политики исходят не из того, «как оно есть сейчас», а из того, «каким оно должно быть». При таком подходе необходимо пересмотреть как писанные, так и неписанные правила и предположения, лежащие в основе работы. Зачастую эти правила оказываются устаревшими, ошибочными или неподходящими.

Методологическое выделение четырех видов процессов позволяет идентифицировать конкретные процессы предприятия, что в свою очередь дает возможность решить, какие именно из них требуют реинжиниринга и каким должен быть порядок его проведения. Дело в том, что ни одна компания не способна одновременно перестраивать все свои укрупненные процессы. Поэтому для организации реинжинирингового инновационного процесса компании используют три критерия, помогающие им сделать выбор, какие процессы подвергать реинжинирингу:

- 1) *дисфункциональность*. Необходимо выяснить, осуществление каких процессов сопряжено с наибольшими трудностями;

2) *значимость*. Выявляются процессы, оказывающие наибольшее воздействие на клиентов компании;

3) *осуществимость*. Определяется, какие из происходящих в компании процессов могут быть перепроектированы в данный момент наиболее успешно.

Далее необходимо переходить непосредственно к реинжинирингу.

Мотивация инновационной деятельности. В инновационном процессе особое место отводится интеллектуальной деятельности человека. Коренное свойство менеджмента как целенаправленное воздействие на людей в инновационной деятельности проявляется в наибольшей степени. Персонал предприятия — не пассивный участник изменений, именно он делает возможным внедрение новшеств.

Однако сложность инновационного процесса заключается в том, что для работника в общем случае инновации означают перемены. Любой человек, с одной стороны, в силу природного консерватизма стремится к стабильности, с другой стороны, осознает необходимость перемен. Но осознавая необходимость перемен, любой человек всегда оценивает риск, которому он подвергается в результате этих перемен. Риск связан с возможным изменением характера работы, заработной платы, возможной потерей рабочего места, необходимостью обязательного обучения или переподготовки. Не все желают «нагружать» себя учебой и освоиванием чего-то нового. Люди могут сопротивляться изменениям, поскольку боятся оказаться недостаточно компетентными или лишиться достигнутого социального статуса. Инновации могут ограничивать самостоятельность или властные полномочия людей или менять сложившиеся социальные связи внутри коллектива, и поэтому люди не считают инновации необходимыми. Кроме того, люди могут находить данные изменения и напрасной тратой денег. Сопротивление инновациям принимает различные формы: от снижения производительности и желания уйти до открытого отвержения нововведений в виде явного уклонения от внедрения новшества или даже забастовок.

Этого краткого обзора причин сопротивления инновациям достаточно, чтобы подчеркнуть сложность мотивационной составляющей инновационного процесса. Поэтому менеджеру, занимающемуся инновационными проектами, необходимо владеть не только знаниями инновационного продукта и технологий, но обладать компетенциями в обла-

сти управления персоналом, отражающим природу мотивации творческой деятельности человека.

Система мотивации должна соответствовать индивидуальной шкале ценностей работника.

Сложность реализации содержательной концепции мотивации определена специфическим характером труда в инновационной сфере, а именно:

- взаимозависимостью работ различных исполнителей и коллективов;
- важностью информационных коммуникаций специалистов;
- персонифицированным характером труда работников;
- высоким интеллектуальным уровнем работников.

Процессуальные концепции мотивации основываются на том, что поведение личности определяется не только потребностями, но и восприятием ситуации и ожиданиями, связанными с возможными последствиями выбранного типа поведения. В соответствии с процессуальной концепцией мотивации люди по-разному и индивидуально оценивают одинаковое вознаграждение за равную работу в зависимости от индивидуальных потребностей и ожидаемой ценности вознаграждения.

По способу вознаграждения различают следующие виды мотивации:

- 1) *материальная* — основана на вознаграждении работника через систему оплаты труда;
- 2) *трудовая* — ориентирована на достижение высоких трудовых результатов;
- 3) *статусная* — предусматривает ориентацию работника на повышение должностного или квалификационного статуса на предприятии.

На каждом уровне управления предприятием существуют мотивационные механизмы, объединенные в систему стимулов. *Коллективные стимулы* ориентированы на экономические цели, связанные с инновационной деятельностью, выражаются экономическими критериями оценки результативности работы предприятия в целом; *индивидуальные* — ориентированы на стимулирование конкретного работника к выполнению работ на своем уровне.

Мотивация, размер и форма вознаграждения непосредственно связаны с оценкой труда и его результатов. *Внутренние оценки* зависят от усилий менеджера по созданию соответствующих условий деятельности, имиджа организации, формы разделения труда при проведении инноваций. *Внеш-*

ние оценки предполагают, что вознаграждение проявляется в форме заработной платы, дополнительных премиальных выплат и социальных услуг со стороны предприятия, продвижения по службе и различных отличий и поощрений.

Контроль и оценка инновационной деятельности. Основным показателем оценки эффективности инноваций является увеличение прибыли и рентабельности предприятия, что связано с увеличением объема продаж или сокращением расходов. Однако для оценки эффективности инновационной деятельности, планирования, построения систем мотивации и контроля используются специальные показатели инновационной деятельности. К ним относятся.

1. Доля выручки от реализации новых продуктов в общем объеме прибыли за анализируемый период — является одним из самых популярных показателей, используемым инновационными предприятиями (например, компания *ЗМ*).

2. Сравнение относительного роста рыночной стоимости предприятия с относительным ростом отраслевого рынка за анализируемый период — инновации являются тем ресурсом предприятия, который обеспечивает дополнительные конкурентные преимущества и позволяет опередить среднеотраслевой рост рынка.

3. Количество новых продуктов, сервисов и бизнесов, которые предприятие вывело на рынок за анализируемый период, — используется для сравнения результатов, достигнутых предприятием с аналогичными показателями конкурентов или собственными показателями предприятия прошлых периодов.

4. Количество инновационных идей, выдвинутых сотрудниками предприятия в течение анализируемого периода.

5. Отношение реализованных инноваций к общему числу выдвинутых предложений — характеризует эффективность системы управления инновациями на предприятии.

6. Среднее время с момента инициирования инновации до запуска инновационного проекта — временная характеристика работы системы управления инновациями.

7. Отношение числа клиентов, считающих предприятие инновационным, к общему количеству клиентов предприятия — позволяет оценить позиционирование предприятия в глазах клиентов и их инновационные ожидания в отношении предприятия.

Проблемам инновационного развития посвящено много исследований. Исследования и практика их применения

обобщены в методических материалах и нормативных документах (прил. 1).

Совершенно очевидно, что инновационные процессы — это довольно затратные мероприятия, поэтому отдельной проблемой является определение эффективности этих затрат. Этому вопросу будет посвящен следующий параграф.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Объясните, что такое новация, инновации и инновационный процесс.
2. Что понимают под развитием?
3. Дайте характеристики основных видов инноваций.
4. Каковы основные отличительные признаки и особенности инноваций?
5. В чем состоит проблема мотивации инноваций?
6. Что такое инжиниринг и реинжиниринг? Каким требованиям должны отвечать социально-экономические процессы?
7. Что такое бизнес-процессы?
8. Какие основные типы бизнес-процессов вы знаете?
9. Каковы основные показатели оценки инноваций?

5.2. Инвестиции и инвестиционная деятельность предприятия

5.2.1. Понятие инвестиций

Термин «инвестиции» (от лат. *investio* — одеваю) означает вложения. Так, например, деньги вкладываются в какое-либо дело (бизнес) для того, чтобы получить от этого доход. Как было показано ранее, денежные средства воплощаются в основные и оборотные фонды и нематериальные активы, т.е. в натурально-вещественную форму капитала. Так как капитал — это ресурс, который может принести доход, то вложения в капитал (капитальные вложения) можно называть инвестициями.

Инвестиции — это вложения с целью получения дохода.

В законодательстве РФ в настоящее время дается следующее определение инвестициям: «...инвестиции — денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе и имущественные права, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получе-

ния прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта»¹. С этой точки зрения утверждение, что «инвестиции — это долгосрочные вложения», не совсем корректно. Вложения с целью получения дохода могут быть как долго-, так и краткосрочные. В современных условиях предприятия вынуждены тратить значительные средства на развитие трудовых ресурсов, в том числе и на профессиональное обучение и образование персонала. Но если исходить из того, что эти затраты направлены в конечном итоге на увеличение доходов, то эти затраты (их в настоящее время называют инвестициями в человеческий капитал) также можно считать инвестициями.

5.2.2. Виды инвестиций

Выделяют два основных вида инвестиций на фирме: реальные и финансовые.

Реальные инвестиции связаны с созданием и воспроизводством основных средств фирмы, которые имеют долгосрочный характер, и нематериальных активов (инновационные инвестиции). К ним относятся инвестиции в основной капитал (основные средства), в том числе затраты на новое строительство, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение (замена и модернизация активной части основных средств) действующих предприятий, инструмента, инвентаря, проектно-изыскательские работы и др.

В составе инвестиций в нематериальные активы выделяют: приобретение патентов, лицензий, ноу-хау, прав пользования земельными участками и другими объектами природопользования, авторских прав, торговых марок, торговых знаков, проведение НИОКР, вложение средств в подготовку персонала и т.п.

Финансовые инвестиции предполагают вложение капитала краткосрочного характера в различные финансовые активы (финансовые инструменты), это вложения средств в приобретение ценностей фондового рынка и денежного рынка (валюта, депозиты, кредиты, драгоценные металлы).

Безусловно, инвестиции — главный инструмент реализации инновационной политики фирмы и основной механизм реализации стратегических целей экономического

¹ Федеральный закон от 25 февраля 1999 г. № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» (в ред. от 2 января 2000 г.).

и социального развития в обеспечении конкурентоспособности фирмы и роста стоимости бизнеса.

На уровне фирмы можно выделить три базовых направления реального инвестирования:

1) в расширение и диверсификацию (расширение существующих или выпуск новых видов продукции, а также освоение новых рынков сбыта и приобретение функционирующей фирмы);

2) с целью сокращения затрат (инвестиции в новое оборудование или процессы технологического и управленческого характера);

3) с целью повышения уровня безопасности и поддержания уровня эксплуатации оборудования (инвестиции в оборудование и различные устройства, обеспечивающие безопасность работы на конкретном рабочем месте, а также инвестиции в замену или ремонт оборудования).

Ключевыми факторами повышения эффективности деятельности фирмы являются следующие инвестиции.

1. Инвестиции в новые производственные здания, сооружения и оборудование. Они необходимы для постоянного повышения эффективности деятельности фирмы, для того чтобы извлечь преимущество из прогрессивного оборудования, имеющегося на рынке. Практика показывает, что фирма, которая отстает от своих конкурентов в области инвестирования в новые производственные объекты, в конечном счете уступает в конкурентной борьбе. Это связано с невозможностью расширения поля деятельности.

2. Инвестиции в НИОКР. Данную группу инвестиций необходимо рассматривать в двух аспектах. Во-первых, с точки зрения разработки новой продукции, во-вторых, с точки зрения совершенствования технологической базы, с помощью которой производится данная продукция. Способность фирмы быть впереди конкурентов в разработке новой продукции и эффективных технологий ее производства определяет долю рынка, принадлежащую фирме, и ее конкурентное преимущество.

3. Инвестиции в развитие трудовых ресурсов, профессиональное обучение и образование. Динамичность окружающей среды требует от фирм-производителей сокращения жизненного цикла продуктов и предложение новых услуг. Способность фирмы удовлетворять потребность покупателей и быстро реагировать на происходящие рыночные изменения является одним из главных факторов в конкурентной

борьбе. Такая гибкость достигается способностью работников быстро повысить свой уровень компетенций (уровень знаний и навыков). Как и товары, знания и профессиональное мастерство, если не совершенствуются, быстро устаревают.

5.2.3. Инвестиционная деятельность фирмы

Инвестиционная деятельность фирмы представляет собой совокупность целенаправленных действий по формированию необходимых инвестиционных ресурсов, выбору эффективных направлений и объектов инвестирования, разработке инвестиционной программы и ее реализации. Главной стратегической целью инвестиционной деятельности является повышение ее конкурентоспособности и рост стоимости бизнеса, что составляет основу повышения прибыли акционеров на вложенный капитал.

Инвестиционная деятельность фирмы осуществляется, главным образом, в виде как реальных инвестиций, так и финансовых инвестиций в рамках инвестиционных проектов. Под инвестиционным проектом понимается совокупность мероприятий, направленных на создание нового или совершенствование действующего производства товаров и обеспечивающих достижение запланированных целей. В зависимости от классификационных признаков выделяют различные инвестиционные проекты. Приведем примеры.

По величине требуемых инвестиций: *крупные, средние и малые*.

По типу отношения друг к другу:

- *независимые* — когда решение о реализации одного из проектов не влияет на внедрение другого;
- *альтернативные, или взаимозависимые*, — когда принятие решения о реализации одного автоматически исключает реализацию другого;
- *взаимодополняемые* — реализация одного проекта предполагает реализацию другого.

По срокам реализации: *долго-* (свыше 5 лет), *средне-* (3–5 лет) и *краткосрочные* (1–3 года).

По уровню риска:

- *низкорисковые* — предусматривают инвестиции в развитие производства на базе существующей техники;
- *среднерисковые* — связаны с увеличением мощностей;
- *высокорисковые* — предполагают разработку и производство новой продукции и освоение новых рынков;

- *очень высокорисковые* — венчурные инвестиции — проекты, связанные с исследованиями и инновациями.

Действия по осуществлению инвестиций называются *инвестиционной политикой*. Такая политика индивидуальна для каждой фирмы и определяется комплексом технических, технологических, экономических, экологических, информационных и других факторов как внутреннего, так и внешнего характера, а также выбором базовой стратегии фирмы (лидерство в низких издержках, стратегия дифференциации, стратегия фокусирования, инновационная стратегия). Все это, в конечном счете, определяет форму и размер необходимых инвестиций.

В общем случае участниками (субъектами) инвестиционной деятельности являются инвесторы, заказчики, подрядчики, пользователи объектов инвестиций, другие лица.

Инвестор может осуществлять свою деятельность с использованием собственных и (или) привлеченных средств. Инвесторами могут быть физические и юридические лица, объединения юридических лиц, государственные органы, органы местного самоуправления, а также иностранные субъекты предпринимательской деятельности.

Заказчики — уполномоченные инвесторами физические и юридические лица, которые осуществляют реализацию инвестиционных проектов. При этом они не вмешиваются в предпринимательскую и (или) иную деятельность других субъектов инвестиционной деятельности, если иное не предусмотрено договором между ними. Заказчиками могут выступать и сами инвесторы.

Заказчиков, не являющиеся инвесторами, наделяют правами владения, пользования и распоряжения капитальными вложениями на период в пределах полномочий, установленных договором или государственным контрактом.

Подрядчики — юридические и физические лица, выполняющие работы по договору строительного подряда и государственному контракту, заключенному с заказчиками. Подрядчики обязаны иметь лицензию на осуществление ими тех видов деятельности, которые подлежат лицензированию в соответствии с федеральными законами.

Пользователи объектов инвестиций — физические и юридические лица, в том числе иностранные, а также государственные органы, органы местного самоуправления, иностранные государства, международные объединения и организации, для которых создаются указанные объекты. Инвесторы также могут выступать в роли пользователей.

Субъекты инвестиционной деятельности могут совмещать функции двух и более субъектов, если иное не установлено договором и (или) государственным контрактом, заключенными между ними. Субъекты инвестиционной деятельности обязаны исполнять требования, предъявляемые государственными органами, и использовать средства по целевому назначению.

Основной целью инвестиционной политики фирмы является определение наиболее эффективных направлений вложения капитала. Эта цель, как указывалось выше, может достигаться по двум основным направлениям: осуществление реальных инвестиций; вложение средств в финансовые инструменты (портфельные инвестиции).

Первое направление является определяющим для фирмы, так как напрямую связано с ее операционной деятельностью.

Любой инвестиционный проект может быть оценен с различных сторон, а именно: финансовой, организационной, временной, экологической, социальной. Однако в первую очередь важна финансовая оценка.

Финансовая оценка, или *оценка финансовой состоятельности*, нацелена на определение достаточности финансовых ресурсов фирмы для реализации инвестиционного проекта в установленные сроки и выполнение всех финансовых обязательств. В этом случае производится определение денежного потока, который состоит из отдельных потоков по видам деятельности (инвестиционная, операционная и финансовая) (табл. 5.2).

Таблица 5.2

Характеристика денежных потоков

Вид деятельности	Затраты (отток)	Выгоды (приток)
Инвестиционная	Исследование рынка, строительство объектов, приобретение оборудования, затраты на увеличение оборотного капитала и т.п.	Продажа активов, поступление от уменьшения оборотного капитала
Операционная	Производственные издержки, налоговые платежи	Выручка от реализации продукции (услуг)
Финансовая	Затраты на возврат и обслуживание займов и долговых ценных бумаг, выплата дивидендов	Поступление средств из различных источников (собственных и заемных)

В ходе такой оценки сопоставляют ожидаемые затраты (оттоки) и возможные выгоды (притоки). Данные расчетов находят отражение в отчете о движении денежных средств и позволяют получить реальную картину о финансовом состоянии фирмы.

5.2.4. Определение экономической эффективности инвестиционного проекта

Поскольку инвестиции — это вложения в капитал, а капитал — это ресурс, который может принести доход, всякого инвестора прежде всего интересует ответ на вопрос, какова будет результативность инвестиций, сколько прибыли будет приносить каждый вложенный рубль.

Тогда, согласно определению эффективности, *эффективность капиталовложений* представляет собой отношение прибыли к объему инвестируемого капитала.

На практике используются следующие методы оценки экономической эффективности инвестиционных проектов: простые (статические), основанные на сопоставлении данных бухгалтерского учета; сложные (динамические), основанные на модели дисконтирования денежных потоков, так как учитывают фактор времени и ориентированы на оценку стоимости фирмы.

К **простым (статистическим) методам** чаще всего относят расчет простой (бухгалтерской) нормы прибыли (рентабельность инвестиций) и период окупаемости (срок возврата) инвестиций.

Показатель *простой нормы прибыли* рассчитывают как отношение чистой прибыли (ЧП) за год к суммарному объему инвестиционных затрат (K_0):

$$\mathcal{E}_{\text{пр}} = \frac{\text{ЧП}}{K_0}.$$

Эффективным считается инвестиционный проект, у которого уровень рентабельности выше принятого за базу, т.е. $\mathcal{E}_{\text{пр}} > \mathcal{E}_{\text{баз}}$.

Еще один показатель, который относится к группе «простых», — *период окупаемости инвестиций*, или *срок возврата*. Его вычисляют как отношение первоначальных затрат (K_0) к сумме годовой чистой прибыли (ЧП) и амортизационных отчислений (A), т.е.

$$T_{\text{ок}} = \frac{K_0}{\text{ЧП} + A}.$$

Этот показатель позволяет понять, за какой период времени инвестируемый капитал окупится за счет получаемого дохода. Эффективным признается инвестиционный проект, у которого расчетный срок окупаемости меньше величины, принятой за базу сравнения.

Использование этого простого метода расчета обусловлено относительной простотой расчетов показателей и дешевизной. Главным недостатком данного метода оценки экономической эффективности инвестиционного проекта является игнорирование учета фактора времени.

Дело в том, что при расчете эффективности (рентабельности) инвестиций необходимо учитывать тот факт, что существует разрыв во времени между моментом осуществления капиталовложений и получением результата от них. Этот промежуток времени называется *временным лагом*. В практике расчета эффективности инвестиций учет фактора времени проявляется в том, что надо определить, сколько «стоят» ранее осуществленные капиталовложения в настоящее время или сколько будут «стоять» сегодняшние капиталовложения в будущем. Ответы на эти вопросы получают с помощью формулы сложных процентов. Проиллюстрируем эту формулу следующим примером.

Допустим, инвестор вложил в банк сумму, равную K_0 . Банк обещает ставку депозита в размере E . Тогда к концу первого года капитал должен дать (если все идет как надо) прирост, равный K_0E . Суммарная величина капитала на конец первого года составит

$$K_1 = K_0 + K_0E, \text{ или } K_1 = K_0(1 + E).$$

К концу второго года суммарная величина капитала

$$K_2 = K_1 + K_1E, \text{ или } K_2 = K_1(1 + E).$$

Однако

$$K_1 = K_0(1 + E),$$

тогда

$$K_2 = K_0(1 + E)^2.$$

Следовательно, для n -го года

$$K_n = K_0(1 + E)^n.$$

Отсюда, если известна величина K_n , то

$$K_0 = K_n \frac{1}{(1 + E)^n}.$$

С помощью коэффициента $(1 + E)^n$ производится приведение размеров всех поступлений и платежей к одному начальному моменту времени и масштабу цен.

Если требуется привести объем нынешних инвестиций к моменту времени в будущем, размер капиталовложений нужно умножить на коэффициент $(1 + E)^n$. При необходимости привести стоимость будущих доходов или расходов к настоящему моменту времени производится *дисконтирование* — объем предполагаемых доходов делится на этот коэффициент. В этом случае множитель называется *коэффициентом дисконтирования*.

Сложные (динамические) методы предусматривают сопоставление текущих и будущих расходов и доходов, т.е. основаны на определении денежного потока с учетом ценности денег во времени. Это позволяет оценить эффективность инвестиционного проекта за весь расчетный период (горизонт расчета), или, другими словами, за весь период действия проекта, а также выбрать лучший вариант или наиболее выгодный инвестиционный проект.

Выбор лучшего варианта инвестиций может быть осуществлен одним из изложенных ниже методов.

Метод упущенных возможностей или минимальных потерь от замораживания. Вкладывая деньги в тот или иной проект или вариант проекта, фирма отказывается от иных возможных вариантов инвестиций. Упущенный в связи с этим доход называется *издержками утраченных возможностей*, величина которых может составить базис для исчисления расчетной ставки доходности. В хозяйственной практике расчет эффективности проекта осложняется тем, что капитальные вложения, как правило, осуществляются не сразу, а по частям. Например, к началу строительства дома не обязательно иметь всю сумму. Сначала выделяются деньги на нулевой цикл, затем на строительство стен и кровли и, наконец, на отделку. Все время, пока идет строительство, деньги, вложенные в здание, не приносят доход, так как здание не закончено. Они как бы «вырваны» из оборота капитала, лежат без движения, «заморожены». В связи с этим рассчитывают величину приведенных капиталовложений

$$K_{\text{прив}} = \sum_{i=1}^T K_i (1 + E)^{T-1},$$

где T — количество периодов вложения инвестиций (годы); K_i — капиталовложения i -го периода (года); E — норма рентабельности.

Разницу между приведенной и сметной величиной капиталовложений называют *потерями от «замораживания»*. Норма дисконтирования (E) представляет собой минимальную норму дохода на капитал, при которой инвестиционный проект будет эффективным, его величина зависит от структуры привлекаемого для реализации проекта капитала с учетом степени риска самого проекта. Выбор лучшего варианта осуществляют по критерию минимума потерь от замораживания.

В группе динамических методов наибольшее распространение получили также расчеты следующих показателей: чистая текущая стоимость (ЧТС), или чистая дисконтированная стоимость (net present value — NPV); внутренняя норма доходности (рентабельности) (ВНД, internal rate of return — IRR), индекс доходности (ИД, profitability index — PI), период окупаемости ($T_{ок}$, payback period — PP).

Чистая текущая стоимость инвестиционного проекта имеет и другие названия — чистый дисконтированный доход, чистая приведенная стоимость, чистая настоящая стоимость и т.п. Смысл оценки заключается в том, чтобы определить, насколько дисконтированный приток денежных средств за расчетный период больше инвестиций. Расчет ЧТС предполагает, что фирма задает минимально допустимую ставку рентабельности (E), при которой инвестиции могут считаться эффективными. Такая «заданная» ставка процента называется расчетной или «субъективной» ставкой процента фирмы. Осуществлять капиталовложения можно в том случае, когда величина чистой дисконтированной стоимости положительна или равна нулю. Чистая текущая стоимость — это разница между текущей и дисконтированной (на базе расчетной ставки процента) величиной дохода от инвестиций (величиной капиталовложений). В общем виде формула расчета имеет следующий вид:

$$\text{ЧТС} = \sum_{i=1}^T \frac{D_t}{(1 + E)^t} - I_0,$$

где t — номер частного шага в расчетный период времени T ($t = 1, 2, \dots, T$); D_t — приток денежных средств на t -м шаге расчета, в качестве этого показателя можно выбирать как

прибыль, так и сумму покрытия (см. п. 4.2); E — норма рентабельности; I_0 — первоначальный размер инвестиций.

В случае если первоначальные инвестиции осуществляются в течение ряда лет, формула примет вид

$$\text{ЧТС} = \sum_{i=1}^T \frac{D_t}{(1+E)^t} - \sum_{i=1}^T \frac{I_t}{(1+E)^t},$$

где I_t — инвестиционные затраты в t -м шаге расчета.

При этом если $\text{ЧТС} > 0$ — реализация инвестиционного проекта целесообразна; $\text{ЧТС} < 0$ — инвестиционный проект неэффективен; $\text{ЧТС} = 0$ — инвестиционный проект нейтрален.

Чистая текущая стоимость — это стоимость, рассчитанная как разность между дисконтированными чистыми притоками денежных средств и инвестиционными затратами за весь период реализации инвестиционного проекта при фиксированной, заранее определенной норме рентабельности, определяющей величину дисконта. Этот показатель рассчитывается в денежных единицах (рублях и других валютах).

Главное достоинство данного метода расчета состоит в том, что он учитывает стоимость денег во времени, риск, расчетный период реализации инвестиционного проекта, дает возможность суммировать ЧТС по различным проектам и отражать изменения стоимости фирмы. К главному недостатку следует отнести невозможность сравнения нескольких инвестиционных проектов с разными размерами первоначальных инвестиций. Кроме того, ЧТС не определяет период, через который инвестиция окупится. Тем не менее показатель ЧТС признан наиболее надежным в системе показателей оценки эффективности.

Метод определения внутренней нормы окупаемости капиталовложений. Показатель ВНД имеет и другие названия — внутренняя рентабельность, внутренняя норма прибыли и др.

Внутренняя норма доходности — это расчетная величина нормы рентабельности на данном предприятии, которую оно считает для себя минимально возможной, некий предельный уровень доходности. Математически это означает ставку дисконтирования, при которой суммарная приведенная стоимость доходов от осуществляемых инвестиций равна стоимости этих инвестиций, иными словами, ставку дисконтирования, при которой $\text{ЧТС} = 0$.

Данный метод позволяет оценить эффективность капиталовложений путем сравнения внутренней (предельной) нормы окупаемости инвестиций с эффективной ставкой процента.

Другими словами, фирма будет рассматривать инвестиционные проекты, у которых рентабельность, доходность по проекту (E) будет больше, чем принятый ею минимальный уровень доходности.

Главным достоинством данного показателя является то, что он позволяет проводить сравнительную оценку разных инвестиционных проектов, в том числе и с инвестированием в финансовые инструменты (депозиты, ценные бумаги и т.п.).

К недостаткам следует отнести: сложность расчета показателя, его непригодность для расчета в случае, когда денежные потоки являются неординарными, и то, что данный показатель не учитывает масштабов инвестиционного проекта.

Индекс доходности инвестиций. По-другому этот показатель называют индексом прибыльности инвестиций. Однако к индексам этот показатель отношения не имеет, поскольку рассчитывается как показатель нормы рентабельности. Вместе с тем прибыль и инвестиции определяются за весь расчетный период, и поэтому имеют дисконтированный вид. В общем виде формула расчета ИД имеет следующий вид:

$$\text{ИД} = \sum_{i=1}^T \frac{D_t}{(1+E)^t} / \sum_{i=1}^T \frac{I_t}{(1+E)^t},$$

где t — номер частного шага в расчетный период времени ($t = 1, 2, \dots, T$); D_t — приток денежных средств на t -м шаге расчета; E — норма рентабельности; I_t — размер инвестиций в расчетный период времени.

Если $\text{ИД} > 1$ — инвестиционный проект эффективен; $\text{ИД} < 1$ — инвестиционный проект неэффективен; $\text{ИД} = 1$ — нейтрален.

К достоинствам показателя ИД можно отнести то, что он позволяет сформировать эффективный портфель инвестиционных проектов, например, в случае выбора проекта из альтернативных, имеющих примерно равные ЧТС, но разные размеры инвестиционных затрат. С другой стороны, показатель ИД не учитывает масштабность инвестиционных проектов.

Период окупаемости. По методу полного возмещения, или методу срока окупаемости, определяют количество и продолжительность периодов (чаще всего лет), за время которых происходит полное возмещение инвестированных средств. Это в чистом виде показатель, обратный эффективности капитальных вложений. Период окупаемости определяется как период времени, в течение которого инвестиционные затраты будут возмещены получаемым эффектом.

Если $T_{ок} \leq T_{норм}$ – инвестиционный проект эффективен; $T_{ок} > T_{норм}$ – инвестиционный проект неэффективен. Здесь $T_{норм}$ – принятый на фирме максимальный срок возврата инвестиционных затрат.

К достоинствам этого показателя следует отнести возможность оценки инвестиционного проекта в условиях ограниченности ресурсов, но он не учитывает получаемый доход за пределами срока окупаемости.

Все рассмотренные выше методы оценки эффективности инвестиционных проектов находятся в тесной взаимосвязи, и поэтому для комплексной оценки инвестиционного проекта их анализируют и рассматривают совместно¹.

Однако не только чисто экономические факторы играют роль в процессе принятия инвестиционных решений. Так, на выбор решения в том или ином направлении могут повлиять вопросы, связанные с охраной окружающей среды, сохранением рабочих мест и т.д. Кроме того, принимая инвестиционные решения, необходимо учесть и различного рода риски. Чем длиннее инвестиционный цикл, тем при прочих равных условиях инвестиции более рискованны.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Дайте определение термина «инвестиции».
2. Что понимают под инвестиционной деятельностью?
3. В чем состоит разница между инновациями и инвестициями?
4. Какие основные участники инвестиционной деятельности вам известны?
5. В чем заключается основная проблема оценки инвестиций?

¹ В российской практике оценка эффективности инвестиционных проектов осуществляется в соответствии с «Методическими рекомендациями по оценке эффективности инвестиционных проектов» (вторая редакция), утв. Минэкономки России, Минфином России и Госстроем России от 21 июня 1999 г. № ВК 477.

6. Почему необходимо учитывать фактор времени при определении эффективности инвестиций?

7. Какова разница между приведенными капиталовложениями и дисконтированной стоимостью?

5.3. Обоснование инвестиций. Бизнес-планирование

5.3.1. Основные сведения

Оценка инноваций и инвестиций представляет собой наиболее ответственный этап в процессе обоснования инвестиционного решения. В зависимости от того, насколько объективно и всесторонне выполнена эта оценка, зависят рост стоимости фирмы, темпы ее развития, срок возврата капитала. Современной методологией обоснования является разработанный на научной основе инвестиционный бизнес-план.

Под бизнес-планом понимается документ — обоснование нового дела или сделки (см. гл. 1). Для этого план должен быть составлен таким образом, чтобы убедить потенциального инвестора (человека, представляющего финансовую структуру) в том, что этот проект позволит ему получить доход. Прежде чем убеждать предполагаемого инвестора, конечно же, необходимо самим убедиться в эффективности данного проекта. Это предполагает достаточно большой объем предварительной работы, который должен быть произведен либо силами самих работников предприятия, либо с привлечением сторонних консультантов. Так как экономические отношения — это отношения между людьми, то в связи с этим сформировались определенная логика разработки бизнес-плана, его состав и содержание.

В настоящее время не существует строгой методики, регламентирующей составление бизнес-плана на предприятии. В различных методических материалах варьируются состав и содержание разделов. Однако логика составления бизнес-плана остается неизменной и направлена на то, чтобы обеспечить учет всех системных закономерностей предприятия, принципов планирования.

Ниже изложена логика составления бизнес-плана с указанием наиболее употребляемых наименований разделов, вопросов, на которые необходимо дать ответ в процессе планирования, а также необходимых документов и расчетов, характеризующих деятельность предприятия как в натурально-вещественной форме, так и в стоимостной.

5.3.2. Логика бизнес-планирования

Резюме. Для того чтобы заинтересовать инвестора с первых же строк, бизнес-план принято начинать с резюме. В этом кратком разделе инвестор должен получить ответ на следующие вопросы: что получит инвестор при реализации бизнес-плана, каков риск потери средств, вложенных в бизнес-план?

Так как предполагаемый инвестор, как правило, занятой человек, то он, не отвлекаясь, может прочитать не более 2–5 страниц делового текста. Поэтому задача резюме состоит в том, чтобы инвестор принял решение рассмотреть ваше предложение. Если это произошло, то инвестор должен убедиться в том, что ваши ответы на два первых вопроса обоснованы.

Обоснование и логика составления последующих разделов состоит в следующем. Из предыдущих разделов ясно, что производить надо то, что будет непременно куплено. Товар может быть приобретен лишь в том случае, если он обладает совокупностью свойств, которые удовлетворят потребности покупателя. В некоторых случаях нужны мероприятия для формирования такой потребности (необходимости данного блага) в сознании людей. В связи с этим необходим следующий раздел.

Описание продукта. Назначение этого раздела состоит в том, чтобы детально представить продукт, его покупателя и потребности, которые продукт будет удовлетворять. Для этого нужно дать ответы на следующие вопросы.

1. Кто потребитель и что он собой представляет?
2. Какие потребности призван удовлетворить продукт или услуга?
3. Почему потребители будут отличать товар от продуктов конкурентов и предпочитать его?
4. Как долго данный товар будет новинкой на рынке?
5. Какими авторскими свидетельствами или патентами защищен продукт или технология?

Желательно приложить фотографию, рисунок или образец продукта и указать примерную цену.

Как правило, вы и ваш товар — не единственные, кто удовлетворяет потребности. Существуют и другие фирмы и товары, т.е. конкуренты. Поэтому необходимо исследовать конкурентов.

Исследование конкурентов. В этом разделе необходимо описать следующие пункты.

1. Кто является крупнейшим производителем аналогичного товара?
2. Каковы объемы продаж?
3. Как обстоит дело с внедрением новинок, техническим сервисом?
4. Сколько и как тратится на рекламу?
5. Каковы основные характеристики их продукции, уровень качества, дизайн, мнение потребителей?
6. Какой уровень цен на их продукцию, какова ценовая политика?

На этом этапе должны быть проведены анализ конкурентных преимуществ продукта, оценка вероятности потери конкурентных преимуществ. Существует большое количество методик оценки конкурентных преимуществ. Их выбирают, например, в зависимости от вида бизнеса. Это очень важный раздел составления бизнес-плана. В результате ответов на указанные вопросы может случиться так, что составление дальнейших разделов не понадобится ввиду бесперспективности данного дела или сделки. Но если ответы на поставленные вопросы дают надежду, то необходимо определить потенциальный объем продаж для продукта фирмы и составить прогноз объема продаж по плановым периодам.

Оценка рынка сбыта. Назначение этого раздела заключается в том, чтобы составить смету объемов продаж, исходя из возможностей рынка и наличия конкурентов. Для этого нужно ответить на следующие вопросы: кто будет покупать данный товар, где ваша ниша на рынке, какая потенциальная емкость рынка.

Приложение: смета объемов продаж по периодам.

План продаж. После того как рассчитано, что, в каком количестве и где вы сможете продать, необходимо ответить на вопрос, как реализовывать товар в заданных объемах. При этом должны быть описаны:

- схема продвижения товара;
- ценообразование;
- реклама;
- методы стимулирования продаж;
- организация послепродажного обслуживания клиентов;
- формирование общественного мнения.

Приложение: оценка трудоемкости маркетинговых работ, смета затрат на данные мероприятия по периодам.

План производства. Для того чтобы продать товар в том объеме, который определен в предыдущих разделах, его нуж-

но произвести. В связи с этим в данном разделе следует ответить на такие вопросы.

1. На каком предприятии — действующем или вновь создаваемом — будут изготавливаться товары?

2. Какие требуются производственные мощности и как они будут изменяться от периода к периоду?

3. Где, у кого и на каких условиях будут закупаться материалы и комплектующие? Имеет ли фирма опыт работы с поставщиками, какова их репутация?

4. С кем предполагается производственная кооперация?

5. Какое оборудование потребуется и где его намечается приобрести?

6. Возможны ли проблемы лимитирования поставок материалов и оборудования и какого рода?

Необходимо разработать следующие документы:

- схему производственных потоков;
- стадии и методы контроля качества и типы стандартов, которыми предполагается руководствоваться;
- природоохранные мероприятия.

Приложение: смета затрат на материалы, смета затрат на оборудование, затраты на природоохранные мероприятия, оценка трудоемкости работ по периодам.

План организации труда и управления. Выбор технологии изготовления продукции и определение трудоемкости работ позволяет приступить к определению оптимального персонала и системы управления предприятием. Для этого надо определить требования к профилю, образованию и опыту специалистов, на какой основе они будут привлекаться; систему управления. В системе управления нужно описать:

- штатное расписание;
- структуру управления, схему информационных потоков, служебные инструкции;
- системы и формы оплаты труда, материального и морального стимулирования.

Приложение: смета оплаты труда по периодам, включая расходы на заработную плату и материальное стимулирование.

Юридический раздел. Задача этого раздела состоит в том, чтобы инвестор знал, «с кем имеет дело». Для этого дают ответы на следующие вопросы: какую организационно-правовую форму имеет предприятие, каковы состав и количество

его учредителей; кто и каким образом будет осуществлять юридическую поддержку сделки или нового предприятия.

Приложение: смета затрат на мероприятия по юридическому плану.

Прогнозирование и управление рисками. Занятие бизнесом невозможно без риска. Риск — это возможность предполагаемого ущерба. Потому необходимо ясно представлять себе номенклатуру и ассортимент рисков и ранжировать их по величине возможных потерь. В этом разделе требуется ответить на следующие вопросы: какие виды рисков наиболее вероятны; как уменьшить риски и потери.

В результате необходимо разработать программу профилактических мер по возможному сокращению ущерба или снижению вероятности возникновения ущерба.

Приложение: смета расходов на мероприятия по этому разделу.

Финансовый план. Задача этого раздела заключается в том, чтобы описать производственно-хозяйственную деятельность в денежной форме и предоставить финансовое обоснование целесообразности реализации инвестиционного проекта. При этом следует ответить на такие вопросы.

1. Каковы издержки на производственно-хозяйственную деятельность?

2. Какова потребность в основном и оборотном капитале?

3. Какова ликвидность, платежеспособность и финансовая устойчивость по периодам?

Однако основное назначение этого раздела состоит в том, чтобы показать, сколько необходимо привлечь инвестиций и каков срок и порядок их окупаемости или возврата ссуд. А именно:

1. Сколько вообще намечается получить от данного проекта?

2. Откуда намечено поступление средств для инвестирования и в какой форме?

3. Каков срок окупаемости вложенных средств и с какого момента ожидается погашение ссуды или получение дохода инвесторами?

В результате должны быть составлены:

- прогноз объемов продаж по периодам;
- прогнозные сметы прибыли и убытков;
- прогнозные балансы;
- план движения денежной наличности;
- график выхода в точку безубыточности.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Воспроизведите логику составления бизнес-плана.
2. В чем заключается смысл резюме бизнес-плана?
3. Зачем и как необходимо исследовать конкурентов?
4. Что такое риск?
5. Зачем составляется финансовый план?

Резюме к главе 5

1. Для того чтобы достичь своих целей, предприятие должно развиваться. Деятельность по введению новшеств называется инновационным процессом или инновацией.

2. Осуществление инновационных проектов предполагает различную степень изменений — от незначительных до радикальных. В последнем случае разработка инновационного проекта требует применения инжиниринговых или реинжиниринговых подходов, которые охватывают все этапы инновационного процесса — от предварительного исследования до рекомендательных услуг по эксплуатации, управлению, реализации выпускаемой продукции и рекомендаций по подготовке персонала.

3. Объектом инжиниринговых и реинжиниринговых инноваций являются бизнес-процессы. Бизнес-процесс — это устойчивая, целенаправленная совокупность взаимосвязанных видов деятельности, которая по определенной технологии преобразует входы в выходы, представляющие ценность для потребителя. В этом случае в первую очередь реорганизации подвергаются не работа, выполняемая персоналом, а отделы и подразделения, где работает этот персонал.

4. Инновационные проекты требуют денежных вложений. Вложения денег в капитал, т.е. в ресурс, который может принести доход, называются капитальными вложениями или инвестициями.

5. При расчете эффективности инвестиций необходимо учитывать, что между моментом осуществления инвестиций и получением результата от них существует разрыв во времени, который называется временным лагом.

6. Инновационные проекты и инвестиционные проекты требуют всестороннего обоснования, которое проводится при составлении бизнес-планов. Этот документ предлагается инвесторам или иным финансовым структурам как документ-обоснование инноваций и инвестиций.

Заключение по теоретическому курсу

Если у вас не было времени прочесть весь теоретический курс, это заключение поможет вам составить хотя бы представление и понятие о работе фирмы. Итак.

У людей как естественных фрагментов планеты существуют потребности. Для того чтобы удовлетворить их, нужны блага. Для этого людям необходимо производить блага, распределять и обмениваться ими, т.е. вступать в отношения между собой по этому поводу. Эти отношения (связи) между людьми в обществе по поводу производства благ, их распределения и обмена для удовлетворения потребностей названы *экономическими отношениями*.

Большая часть потребностей возникает в результате того, что общество формирует в сознании людей значимость, необходимость чего-либо. Эти потребности называются *ценностями*.

Вступая в эти отношения, люди образуют различные совокупности, группы, в которых они действуют совместно для достижения цели. Эти совокупности называются *организациями*, которые создают блага, разрабатывают правила обмена и распределения их и т.д. Часть ставит перед собой цель получения прибыли с помощью создания благ — это *предприятия* или *фирмы*.

Любой организацией необходимо эффективно управлять, т.е. целенаправленно воздействовать на людей в процессе производства, обмена и распределения благ. *Эффективно управлять* — это значит добиваться оптимального соотношения между затраченными усилиями и полученными результатами.

Показателем эффективности управления является прибыль, поэтому повысить эффективность деятельности можно двумя путями: либо увеличивать результаты при фиксированном уровне затрат, либо снижать затраты при фиксированном результате.

Результатом деятельности предприятия будут создаваемые ею блага, которые на фирме называются *продукцией*. Продукция в натуральном виде может иметь вид изделия, услу-

ги, работы и продукта. Эта продукция предназначена для продажи и называется *товаром*. В денежном выражении результатом будет *выручка предприятия*.

Размер выручки будет зависеть в первую очередь от того, насколько совокупность свойств товара обуславливает его способность удовлетворить потребности покупателей (людей или их организаций), т.е. от *качества*.

Если покупатель предполагает (или ему внушили, сформировали потребность), что данный товар удовлетворит его потребности, то товар будет куплен. Иными словами, покупатель отдаст некоторое количество денег в обмен на товар. Но так как чаще всего производитель лучше знает свойства товара, он имеет рыночную власть, т.е. возможность устанавливать то количество денег, которое хочет получить, или устанавливать цену.

Но чтобы продать продукцию, ее надо произвести. Для этого фирма должна иметь возможности или ресурсы. В наиболее общем виде это люди, которые производят продукцию, то, из чего производится продукция, и то, чем она производится. В современной экономической теории это называется *трудом* и *капиталом*. И труд, и капитал дают возможность создавать продукцию и получать прибыль, но ведут себя при этом по-разному. Рабочая сила, создавая продукции и принося прибыль, не увеличивается, а капитал в денежном выражении, принося прибыль, может возрастать.

В натуральном выражении рабочая сила — это *персонал*, т.е. физические лица, которые работают на фирме на условиях найма. За способность осуществлять работу по определенной профессии, специальности и квалификации предприятие готово платить работнику деньги. Поэтому в денежном выражении цена товара «рабочая сила» представляет собой *оплату труда*. Основную часть затрат на оплату труда составляет *заработная плата*.

Капитал — это ресурс, который способен принести прибыль, при этом он возрастает. В натуральном выражении капитал представляет собой фонды, в денежном выражении — средства.

Одна часть капитала меняет свою натурально-вещественную форму постепенно в течение многих производственных циклов и теряет свои потребительские свойства, т.е. наступает износ. Поэтому для восстановления натурально-вещественной формы (реновации) фирма включает стоимость капитала в стоимость готовой продукции по частям. Эта

часть капитала называется *основным капиталом*. Включение части стоимости основного капитала в стоимость готовой продукции для воспроизводства натурально-вещественной формы основного капитала называется *амортизацией*.

Другая часть капитала меняет свою натурально-вещественную форму в течение одного производственного цикла, и поэтому вся его стоимость включается в стоимость готовой продукции полностью. Это часть капитала называется *оборотным капиталом*.

Соединяясь вместе, рабочая сила, основной и оборотный капитал образуют *интегральный ресурс* — производственную мощность (возможность, пропускную способность), т.е. максимально возможный выпуск продукции в заданной номенклатуре и ассортименте.

Потребляясь в процессе производства, эти ресурсы образуют *затраты фирмы*. Текущие затраты в денежной форме на деятельность фирмы за определенный период называются *издержками производства*. Текущие затраты в денежной форме на производство и реализацию единицы продукции называются *себестоимостью продукции*. Соответственно, для того чтобы подсчитать эти затраты, необходимо ответить на три вопроса: из чего, кем и чем делается продукция.

Превышение доходов фирмы над ее расходами называется *прибылью*. Прибыль — это цель, главный финансовый результат и показатель эффективности деятельности фирмы за определенный период. Рассчитывается как разность между доходами (куда входит выручка от реализации продукции и прочие доходы) и расходами, которые этот результат вызвали. Но важно знать, сколько прибыли приносит 1 руб. ресурсов или затрат. На этот вопрос отвечает показатель, который называется *рентабельностью* (иногда прибыльностью или доходностью).

Для того чтобы приобрести все необходимые виды ресурсов и оплачивать текущие расходы, фирме необходимы деньги. Источниками поступления денег могут быть собственные деньги предпринимателей, заемные средства, конечно, выручка от реализации и некоторые другие доходы. Для планирования своей деятельности необходимо ясно представлять, откуда и когда будут приходиться деньги и куда их необходимо использовать. Отношения по поводу образования и использования денежных фондов называются *финансами*.

Важным направлением расходов фирмы является уплата налогов и сборов. *Налоги и сборы* — это обязательные пла-

тежи, цель которых состоит в обеспечении создания общественных благ. Совокупная величина этих налогов и сборов называется *налоговым бременем*.

Для повышения эффективности фирма должна проводить различные усовершенствования, нововведения или инновации. Любое нововведение требует затрат. Целью этих затрат является получение прибыли. Иными словами, фирма делает вложения в капитал или капитальные вложения. Вложения в капитал называются *инвестициями*.

Обоснованием инвестиций служит *бизнес-план* как документ-обоснование нового дела или сделки. В нем на основе изучения потребностей, свойств предполагаемой продукции и изучения конкурентов разрабатывается маркетинговая политика (продвижение товара, реклама, ценовая политика и т.д.) и составляются сметы объемов продаж. Затем разрабатываются производственный план, план организации труда, где определяются потребности в основном оборотном капитале и рабочей силе в натуральном и денежном выражении. Далее устанавливаются риски и мероприятия по предотвращению или уменьшению ущерба. Определяются финансовый план, источники финансирования разрабатываемых мероприятий, эффективность вложений и срок их окупаемости.

Таково описание роли, значения и механизма функционирования одного из неотъемлемых фрагментов экономических отношений — предприятия или фирмы, т.е. группы людей, действующих совместно в целях получения прибыли путем создания благ.

Раздел II

**ПРАКТИКУМ
ПО КУРСУ**



Тесты

Данный раздел учебника содержит тесты, задачи, ситуации для закрепления учебного материала и формирования практических навыков.

Предлагаемые тестовые задания по всем разделам учебника позволят студентам самостоятельно оценить качество усвоения учебного материала, а преподавателю — быстро и объективно оценить их знания.

Практические задания даны с подробным комментарием их решения и ссылками на соответствующий учебный материал. Решая задачи, разбирая практические ситуации, можно научиться пользоваться инструментами и методами экономического анализа, самостоятельно оценивать реальные ситуации и обосновывать эффективные решения.

Перед выполнением практических заданий внимательно изучите учебный материал по соответствующей теме.

Тесты к главе 1

1. Целью реальных экономических отношений является:
 - а) удовлетворение потребностей человека;
 - б) получение максимума прибыли;
 - в) достижение всеобщего равенства между людьми.
2. Предприятием может считаться:
 - а) налоговая инспекция;
 - б) горный рудник;
 - в) радиостанция *Yumor FM*;
 - г) банк;
 - д) автомастерская;
 - е) музыкальная школа.
3. Субъектами внешней среды предприятия не являются:
 - а) потребители;
 - б) деньги;
 - в) государство;
 - г) сырье для производства благ;
 - д) ценообразование;
 - е) конкуренты.

4. Средняя численность людей на предприятии розничной торговли, отнесенного к субъектам малого предпринимательства, не должна превышать:
 - а) 150;
 - б) 100;
 - в) 60;
 - г) 50;
 - д) 30.
5. Организационная форма объединения, при которой предприятия полностью теряют свою производственную, коммерческую и юридическую самостоятельность, — это:
 - а) концерн;
 - б) ассоциация;
 - в) консорциум;
 - г) трест;
 - д) картель.
6. К показателям эффективности относятся:
 - а) использование затрат;
 - б) рентабельность продукции;
 - в) затраты на рубль товарной продукции;
 - г) фондоотдача;
 - д) производительность;
 - е) материалоемкость.
7. Ключевыми показателями эффективности производственно-хозяйственной деятельности являются:
 - а) фондоотдача, производительность, материалоемкость;
 - б) выручка, прибыль и рентабельность;
 - в) рентабельность производства (предприятия), продукции, оборота и собственного капитала;
 - г) рентабельность общая, рентабельность собственного и заемного капитала.
8. Метод планирования, основывающийся на соотношении располагаемых и необходимых для достижения цели ресурсов, называется:
 - а) программно-целевым;
 - б) аналитическим;
 - в) балансовым;
 - г) экономико-математическим;
 - д) нормативным.
9. Главная цель бизнес-плана:
 - а) выпуск запланированного объема продукции;

- б) расширение предпринимательской деятельности;
- в) экономия производственных ресурсов;
- г) получение прибыли.

Тесты к главе 2

1. Система показателей объема продукции включает в себя:
 - а) натуральные показатели;
 - б) условно-натуральные показатели;
 - в) показатели качества;
 - г) относительные показатели эффективности;
 - д) трудовые показатели;
 - е) стоимостные показатели.
2. К задачам стандартизации относится:
 - а) создание системы нормативно-технической документации, определяющей прогрессивные требования к продукции;
 - б) планирование научно-технических и конструкторских работ;
 - в) разработка комплекса мер по повышению заинтересованности работников в повышении качества;
 - г) контроль правильности использования нормативно-технической информации.
3. Ответственность за соответствие партии продукции требованиям стандартов несет:
 - а) сертификационный орган;
 - б) изготовитель продукции;
 - в) испытательная лаборатория;
 - г) продавец продукции.
4. Затраты и прибыль торгующих организаций включаются:
 - а) в закупочную цену;
 - б) цену производителя;
 - в) розничную цену;
 - г) сдаточную цену.
5. Цена устанавливается исключительно на основе взаимодействия спроса и предложения (как равновесная) в рыночной модели:
 - а) совершенная конкуренция;
 - б) монополистическая конкуренция;
 - в) олигополия;
 - г) моносония;
 - д) монополия.

6. Повышение цены товара приводит к увеличению выручки от реализации:
 - а) в случае неэластичного спроса на товар;
 - б) при эластичном спросе на товар;
 - в) когда издержки на производство товара изменяются пропорционально его объему;
 - г) во всех случаях.
7. Наиболее распространенным методом установления цены является:
 - а) агрегатный;
 - б) параметрический;
 - в) на основе анализа безубыточности;
 - г) метод «затраты плюс фиксированная прибыль»;
 - д) на основе текущих цен.
8. Этапы установления исходной цены (расставьте их в логическом порядке):
 - а) выбор метода ценообразования;
 - б) определение целей и задач ценообразования;
 - в) оценка издержек производства;
 - г) определение спроса на товар;
 - д) анализ цен и товаров конкурентов.
9. При выводе на рынок нового продукта используются ценовые стратегии:
 - а) проникновения;
 - б) вытеснения;
 - в) преимущественной цены;
 - г) скользящей падающей цены;
 - д) «снятия сливок».
10. Франко-цены используются:
 - а) для товаров промышленного назначения;
 - б) включения в оптовую цену расходов по доставке продукции;
 - в) учета дополнительных расходов, которые появляются при доставке;
 - г) обозначения пункта или места, в котором ответственность за товар переходит от продавца к покупателю.
11. Этапы жизненного цикла продукции (расположите их в логическом порядке):
 - а) утилизация;
 - б) подготовка производства;
 - в) изготовление;
 - г) маркетинг;

- д) хранение и упаковка;
 - е) реализация;
 - ж) контроль и испытания;
 - з) техническое обслуживание.
12. Для товаров, состоящих из отдельных элементов, деталей, узлов, применяется метод ценообразования:
- а) параметрический;
 - б) агрегатный;
 - в) обеспечения целевой прибыли;
 - г) установления фиксированной прибыли;
 - д) установление цены «на основе текущих цен».

Тесты к главе 3

1. Элементом тарифной системы не является:
- а) тарифная ставка;
 - б) тарифная сетка;
 - в) штатное расписание;
 - г) тарифно-квалификационный справочник;
 - д) районный коэффициент.
2. Для сдельной формы оплаты труда характерна оплата труда в соответствии:
- а) с должностным окладом;
 - б) количеством изготовленной (обработанной) продукции;
 - в) количеством отработанного времени;
 - д) количеством оказанных услуг.
3. Аккордная система оплаты труда стимулирует:
- а) повышение качества продукции;
 - б) экономное расходование сырья и материалов;
 - в) экономию времени при выполнении задания;
 - г) рост производительности труда;
 - д) улучшение использования основных фондов.
4. Эффективность использования трудовых ресурсов характеризуется показателями:
- а) фондоотдачи (фондоёмкости);
 - б) производительности труда;
 - в) фондовооруженности труда;
 - г) рентабельности.
5. Совокупность знаний и навыков, позволяющих выполнять работы определенной сложности, — это:
- а) квалификация;

- б) специальность;
 - в) профессия;
 - г) должность.
6. К промышленно-производственному персоналу относятся:
- а) работники столовой и подсобного хозяйства;
 - б) рабочие инструментального цеха и склада;
 - в) инженерно-технические работники и рабочие основных цехов;
 - г) работники детского сада и базы отдыха.
7. К основным фондам относят:
- а) запасы основных материалов на складе;
 - б) компьютерную программу;
 - в) подъездные пути;
 - г) готовую продукцию на складе;
 - д) специнструмент сроком службы два года;
 - е) масло смазочное.
8. Моральный износ второго рода — это:
- а) постепенная утрата основными фондами своей первоначальной стоимости в результате их изнашивания в процессе эксплуатации;
 - б) уменьшение стоимости машин и оборудования в результате появления более дешевых видов аналогичной техники;
 - в) уменьшение стоимости основных фондов в результате их разрушения под воздействием природных условий;
 - г) ничего из перечисленного.
9. Амортизация основного капитала — это:
- а) процесс морального и физического износа основного капитала;
 - б) процесс восстановления основного капитала;
 - в) процесс перенесения стоимости основного капитала на готовую продукцию;
 - г) расходование средств на содержание и эксплуатацию основных фондов.
10. Уровень использования основных производственных фондов характеризуют показатели:
- а) производительность труда рабочих;
 - б) фондоотдача (фондоёмкость);
 - в) коэффициент сменности;
 - г) рентабельность, прибыль;
 - д) фондовооруженность труда рабочих.

11. Как отношение фактически отработанного времени к номинальному фонду времени рассчитывается:
 - а) коэффициент экстенсивного использования оборудования;
 - б) коэффициент интенсивного использования оборудования;
 - в) коэффициент сменности;
 - г) фондоотдача;
 - д) фондоемкость.
12. Оборотные фонды предприятия представляют собой:
 - а) основные и вспомогательные материалы, полуфабрикаты собственного производства, покупные полуфабрикаты, комплектующие изделия;
 - б) средства производства, многократно участвующие в процессе производства и постепенно переносящие свою стоимость на готовую продукцию;
 - в) часть средств производства, которые участвуют в производственном цикле один раз и полностью переносят свою стоимость на готовую продукцию;
 - г) предметы и средства труда, необходимые для изготовления продукции.
13. Оборотные средства предприятия — это:
 - а) оборотные производственные фонды и средства обращения;
 - б) запасы материалов, запасных частей, топлива, готовой продукции на складе;
 - в) незавершенное производство, готовая продукция на складе;
 - г) производственные запасы, незавершенное производство, расходы будущих периодов, фонды обращения;
 - д) оборотные производственные фонды.
14. Собственный капитал предприятия включает в себя:
 - а) обыкновенные акции;
 - б) привилегированные акции;
 - в) накопленную нераспределенную прибыль;
 - г) резервные фонды;
 - д) банковские кредиты;
 - е) краткосрочную задолженность;
 - ж) краткосрочные ссуды и займы.
15. Эффективность использования оборотных средств характеризуют показатели:
 - а) производительность труда;

- б) коэффициент оборачиваемости;
 - в) длительность оборота;
 - г) фондоотдача, фондоемкость продукции;
 - д) коэффициент загрузки оборотных средств;
 - е) коэффициент загрузки оборудования.
16. Время нахождения товаров в запасе складывается:
- а) из текущего запаса;
 - б) времени упаковки продукции;
 - в) времени подготовки партии готовой продукции к отправке;
 - г) времени на предварительную обработку материалов перед запуском их в производство;
 - д) страхового запаса.
17. Если коэффициент оборачиваемости увеличится в два раза, то длительность оборота:
- а) не изменится;
 - б) также увеличится в два раза;
 - в) увеличится в 1,2 раза;
 - г) уменьшится в два раза;
 - д) уменьшится на 25%.
18. Показатель количества оборотов капитала отражает:
- а) отношение выручки предприятия к величине его активов;
 - б) отношение прибыли предприятия к величине его капитала (активов);
 - в) отношение суммы активов предприятия к издержкам производства;
 - г) отношение прибыли предприятия к величине оборота (выручки от реализации).
19. Выработка продукции в час — 12 деталей, тогда трудоемкость производства одной детали составляет:
- а) 5 мин;
 - б) 7 мин;
 - в) 9 мин;
 - г) 12 мин.
20. При снижении трудоемкости объем производства:
- а) увеличивается;
 - б) снижается;
 - в) не изменяется;
 - г) нет однозначного ответа.

21. Для единичного производства характерно:
- а) использование конвейерных технологий;
 - б) преимущественная численность рабочих одной квалификации;
 - в) твердая производственная программа;
 - г) использование универсального оборудования.
22. Трудоемкость изготовления продукции снизилась с 500 до 400 человекочасов, тогда процент экономии рабочего времени составит:
- а) 5%;
 - б) 10%;
 - в) 15%;
 - г) 20%;
 - д) 25%.
23. Производственная мощность предприятия составляет 15 000 ед. продукции в год. Фактический выпуск составил 12 000 ед. продукции за год. Коэффициент использования производственной мощности будет равен:
- а) 1,25;
 - б) 80%;
 - в) 75%;
 - г) 20%.
24. Производственная мощность предприятия определяется:
- а) по мощности вспомогательных цехов;
 - б) мощности цехов основного производства;
 - в) мощности ведущих производственных цехов;
 - г) суммарной мощности всех цехов предприятия.
25. Фактический выпуск продукции увеличился на 10%, производственные мощности предприятия остались прежними. В этом случае коэффициент использования производственной мощности:
- а) не изменился;
 - б) увеличился также на 10%;
 - в) уменьшился в 1,1 раза;
 - г) снизился на 10%.

Тесты к главам 4 и 5

1. Себестоимость продукции — это:
- а) текущие затраты на производство;
 - б) капитальные затраты;

- в) выраженные в денежной форме затраты предприятия на производство и реализацию продукции;
 - г) затраты на сырье, материалы и заработную плату рабочих;
 - д) затраты на приобретение, монтаж, наладку и обслуживание оборудования.
2. В себестоимость продукции не включаются:
- а) затраты на подготовку производства;
 - б) затраты, непосредственно связанные с производством продукции;
 - в) штрафы, пени, неустойки, получаемые и уплачиваемые за нарушение договорных обязательств;
 - г) затраты, связанные с совершенствованием технологии;
 - д) сбытовые расходы;
 - е) затраты, направленные на улучшение условий труда и техники безопасности, а также на повышение квалификации работающих.
3. К группировке затрат по экономическим элементам относятся затраты:
- а) на топливо и энергию на технологические цели;
 - б) основную заработную плату производственных рабочих;
 - в) амортизацию основных фондов;
 - г) подготовку и освоение производства;
 - д) дополнительную заработную плату производственных рабочих.
4. В группировку затрат по статьям калькуляции входят затраты:
- а) на сырье и основные материалы;
 - б) оплату труда;
 - в) амортизацию основных производственных фондов;
 - г) топливо и энергию на технологические цели;
 - д) вспомогательные материалы.
5. Затраты на управление и организацию производства — это затраты:
- а) прямые;
 - б) косвенные;
 - в) переменные;
 - г) постоянные;
 - д) основные;
 - е) накладные.

6. Цеховая себестоимость продукции включает в себя затраты:
 - а) цеха на выполнение технологических операций;
 - б) предприятия на производство данного вида продукции;
 - в) цеха на управление производством;
 - г) на реализацию.
7. Цена товара равна 50 руб., а себестоимость производства и реализации единицы этого товара — 40 руб., тогда рентабельность этой продукции равна:
 - а) 20%;
 - б) 25%;
 - в) 35%;
 - г) 40%.
8. Предприятие установило исходную цену на уровне 100 руб. за единицу. Средние переменные издержки составляют 50 руб., а совокупные постоянные издержки — 250 тыс. руб. Предприятие достигает точки самоокупаемости при объеме производства:
 - а) 3000 шт.;
 - б) 3750 шт.;
 - в) 4545 шт.;
 - г) 5000 шт.;
 - д) 7500 шт.
9. Прибыль — это:
 - а) денежная сумма, полученная от реализации продукции;
 - б) чистый доход предприятия;
 - в) разница между выручкой от реализации и себестоимостью продукции;
 - г) превышение выручки над затратами.
10. Сумма активов предприятия используется при расчете:
 - а) уровня общей рентабельности;
 - б) рентабельности оборота;
 - в) рентабельности продукции;
 - г) рентабельности собственного капитала;
 - д) рентабельности заемного капитала.
11. Консолидированная (генеральная) смета — это:
 - а) смета расходов на производство и реализацию;
 - б) счет постоянных издержек;
 - в) счет прибылей и убытков;
 - г) баланс предприятия;
 - д) расчет себестоимости по статьям калькуляции.

12. Финансы фирмы — это:
 - а) ее доходы и расходы;
 - б) движение денежных средств в процессе производства и реализации продукции;
 - в) производственно-хозяйственная деятельность, выраженная в денежной форме;
 - г) экономические отношения в процессе образования и использования денежных средств.
13. Точка безубыточности используется при расчете коэффициента:
 - а) платежеспособности;
 - б) ликвидности;
 - в) оборачиваемости;
 - г) финансовой устойчивости.
14. Способность предприятия ликвидировать долги собственными средствами отражает:
 - а) коэффициент платежеспособности;
 - б) коэффициент финансовой устойчивости;
 - в) рентабельность собственных средств;
 - г) величина покрытия;
 - д) коэффициент ликвидности.
15. Долгосрочные вложения в ценные бумаги (например, в акции) отражаются в разделе баланса:
 - а) оборотный капитал;
 - б) заемный капитал;
 - в) материальные активы;
 - г) нематериальные активы;
 - д) финансовые активы.
16. К нематериальным активам можно отнести:
 - а) инвестиции в землю;
 - б) расходы на приобретение патентов;
 - в) стоимость бренда компании;
 - г) страховые резервы.
17. К высоколиквидным можно отнести активы:
 - а) машины и оборудование;
 - б) денежные средства в кассе;
 - в) денежные средства на счетах предприятия;
 - г) товарные запасы;
 - д) дебиторская задолженность.

18. Сводная таблица, в которой в денежной форме описывается имущество предприятия и источники его возникновения, — это:
- а) баланс предприятия;
 - б) счет прибыли и убытков;
 - в) план движения денежной наличности;
 - г) финансовый план;
 - д) бюджет предприятия.
19. К пассивам не относится:
- а) собственный капитал;
 - б) страховые резервы;
 - в) денежные средства;
 - г) кредиторская задолженность;
 - д) краткосрочные финансовые вложения.
20. При анализе эффективности инвестиций рассчитывают приведенную стоимость с целью:
- а) учета фактора времени (между моментом осуществления инвестиций и получением результата от них);
 - б) получения средней величины за несколько лет;
 - в) снижения погрешности в прогнозных расчетах на перспективу;
 - г) выявления тенденции изменения основных показателей.
21. Инвестиции в производстве предполагают:
- а) текущие затраты на производство;
 - б) затраты предприятия на производство и реализацию продукции;
 - в) затраты на приобретение машин и оборудования;
 - г) затраты на покупку сырья и материалов;
 - д) заработную плату работающих;
 - е) капитальные затраты (капиталовложения).
22. При определении эффективности инвестиционных ресурсов расчетным периодом считается срок:
- а) не более 15 лет строительства и 15 лет производства продукции;
 - б) от начала инвестиционного замысла до ввода объекта в эксплуатацию;
 - в) от начала финансирования проекта (включая разработку технико-экономического обоснования) до получения результатов этого проекта;
 - г) от начала и до конца получения результатов (продукции) данного проекта.

Практические задания

Задание 1. Расчет амортизационных отчислений

1. Предприятием приобретен станок за 450 тыс. руб. Расходы по доставке и установке составляют 150 тыс. руб. Таким образом, первоначальная стоимость его — 600 тыс. руб. Срок службы принимается равным пять годам, а ликвидационная стоимость — 100 тыс. руб.

Рассчитайте сумму ежегодных амортизационных отчислений по методу линейной амортизации.

2. Приобретен объект основных средств стоимостью 100 тыс. руб. со сроком полезного использования пять лет. Коэффициент ускорения равен 2.

Вычислите сумму ежегодных амортизационных отчислений по методу уменьшаемого остатка.

3. Приобретено оборудование стоимостью 150 тыс. руб. Срок полезного использования — пять лет.

Определите сумму ежегодных амортизационных отчислений по сумме лет срока полезного использования.

4. Найдите сумму ежегодных амортизационных отчислений пропорционально объему продукции (работ) для следующих случаев:

1) фирмой за 2 млн руб. приобретен гравийный карьер, который по оценкам содержит 1 млн м³ гравия;

2) предприятие приобрело литейную форму за 100 тыс. руб., предполагается, что ее ресурс составляет 25 тыс. готовых отливок.

Задание 2. Группировка затрат

В системе учета затрат машиностроительной компании регистрируются следующие статьи:

- а) стоимость смазочных материалов для машин (станков);
- б) сумма амортизации машин и оборудования;
- в) стоимость химикатов, используемых в лаборатории;
- г) комиссионные сборы персоналу, занимающемуся сбытом продукции;
- д) жалование секретаря финансового директора;
- е) торговые скидки, предоставляемые покупателям;

- ж) отпускные пособия для операторов машин (станков);
- з) жалование охраны склада сырья;
- и) плата за услуги агентству по рекламе;
- к) арендная плата за склад готовой продукции;
- л) жалование сотрудника лаборатории;
- м) плата за страхование помещений компании;
- н) жалование контролера (инспектора), работающего на предприятии;
- о) стоимость картриджей для компьютеров, используемых в главном офисе;
- п) стоимость специальной защитной одежды для операторов машин (станков).

Расположите указанные затраты по следующим категориям:

- 1) производственные накладные расходы;
- 2) расходы на реализацию продукции;
- 3) административные накладные расходы;
- 4) расходы на научные исследования и разработки.

Задание 3. Составление отчета о прибылях и убытках

Компания производит 100 тыс. единиц продукции одного наименования. Затраты на производство этой продукции за отчетный период представлены в таблице ниже.

Статья расхода	Расход, тыс. руб.
1. Производственные затраты	
1.1. Труд основных производственных рабочих	400
1.2. Основные материалы	200
1.3. Производственные накладные расходы	200
Итого производственных затрат	800
2. Непроизводственные затраты	300

За отчетный период компания продала 50 тыс. единиц продукции за 750 тыс. руб., а оставшиеся 50 тыс. единиц в конце периода оказались непроданными. Запасов готовой продукции в начале периода (начальных запасов) не было.

Составьте отчет о прибылях и убытках за отчетный период.

Задание 4. Анализ безубыточности

Продюсерский центр рассматривает возможность проведения в усадьбе «Архангельское» концерта известного скри-

пичного оркестра. Это повлечет значительные фиксированные издержки, основные из которых:

- заработная плата музыкантов — 10 000 евро;
- аренда «концертного зала» — 5000 евро;
- расходы на рекламу — 15 000 евро;
- прочие расходы — 10 000 евро.

Организаторы концерта планируют каждому зрителю выдавать «комплект зрителя» стоимостью 5 евро, так как концерт проводится на открытом воздухе. Число мест в «концертном зале» практически не ограничено.

1. Предполагаемая цена билета — 25 евро. Найдите точку безубыточности.

2. Сколько билетов надо продать, чтобы получить прибыль в 30 000 евро?

Задание 5. Анализ альтернативных стратегий повышения прибыли

Итоговый отчет фирмы *Exeque Co* о прибылях и убытках за прошедший год представлен в таблице ниже.

Показатель	Денежное выражение, тыс. ф.ст.
1. Объем реализации (50 тыс. ед.)	1000
2. Основные материалы	350
3. Заработная плата основных производственных рабочих	200
4. Постоянные производственные накладные расходы	200
5. Переменные производственные накладные расходы	50
6. Административные накладные расходы	180
7. Реализационные накладные расходы	120
8. Итого затрат	1100
9. Прибыль (убыток)	(100)

На совещании правления топ-менеджеры обсуждали представленные годовые итоги, после чего председатель попросил их высказать предложения о том, как улучшить положение.

1. Руководитель отдела продаж: выплачивать продавцам комиссионные в размере 10% продаж и таким образом увеличить объем реализации с тем, чтобы достигнуть точки безубыточности.

2. Директор по сбыту: снизить цену реализации на 10%, что согласно нашим расчетам (при ценовой эластичности спроса равной 3) приведет к увеличению реализации на 30%.

3. Директор по производству: увеличить почасовые ставки заработной платы основных производственных рабочих с 4 до 5 ф.ст. в рамках мероприятия по повышению производительности и оплаты труда; предполагается, что это позволит увеличить объем производства и реализации на 20%.

4. Руководитель отдела маркетинга и рекламы: увеличить объем реализации, проведя дополнительные мероприятия по рекламе на сумму 300 тыс. ф.ст. с увеличением цены реализации на 20% и, таким образом, получением 10% дополнительной прибыли.

Дайте оценку альтернативным предложениям и кратко прокомментируйте каждое из них.

Задание 6. Ценообразование на основе анализа издержек на производство и реализацию

Предприниматель Е. Пекарский организовал производство аппарата для нанесения краски на сложные поверхности. Аппарат собственной оригинальной конструкции, запатентован и выгодно отличается от уже существующих на рынке следующими параметрами:

- а) равномерным нанесением краски;
- б) минимальными потерями краски;
- в) максимальной производительностью.

Производство заключается в изготовлении оригинальных деталей и последующей сборке с использованием закупаемых (по оптовым ценам) компонентов. Данные о производственных издержках (на один комплект) представлены в таблице ниже.

Деталь	Цена, руб.
1. Рычаг (изготавливается самостоятельно): штамповочная форма переменные издержки	50 000 25
2. Пластиковые детали (производятся самостоятельно): штамповочные формы переменные издержки	350 000 75
3. Пластиковый контейнер для краски (закупается)	20
4. Кисть (закупается)	10
5. Ручка (закупается)	5
6. Затраты на сборку и упаковку	80

Мощности по производству аппарата позволяют изготовить 1000 комплектов в год.

Предприниматель рассматривает три возможных канала сбыта своей продукции:

- а) продажа через Интернет;
- б) продажа через хозяйственный магазин (по оптовой цене 750 руб./компл.);
- в) организация собственной торговой точки.

Информация по каждому из каналов реализации представлена в таблице ниже.

Параметр	Интернет	Оптовик	Собственная торговая точка
1. Планируемый объем продаж в год, компл.	800	1000	700
2. Издержки на реализацию			
2.1. Реклама и продвижение товара, руб.	30 000	—	—
2.2. Доставка и транспортировка, руб./компл.	100	—	3
2.3. Аренда торговых площадей, руб.	—	—	20 000
2.4. Прочие издержки, руб.	20 (за комплект)	20 000	10 000

Для осуществления этого проекта предприниматель использовал собственные сбережения в сумме 700 тыс. руб. (сняты со счета в банке, где условия депозита — 15% годовых).

Определите:

1) минимальную цену реализации (обеспечивающую окупаемость затрат) по каждому из возможных вариантов организации продаж;

2) удовлетворительную цену реализации (обеспечивающую эффективность на уровне процентной ставки по вкладу) по каждому из вариантов.

Задание 7. Анализ издержек и ценообразование в консультационном бизнесе¹

1. Особенности учета затрат в консультационных компаниях.

¹ Использованы материалы статьи «Организация управленческого учета в консультационном бизнесе», автор — А. Капустин. URL: http://www.iteam.ru/publications/finances/section_50/article_1351/

Бухгалтерский и управленческий учет в таких компаниях отличаются относительной простотой: здесь нет запасов сырья и материалов; нет производственных линий, выпускающих большую номенклатуру продукции; редко осуществляется капитальное строительство, а если оно и есть, то это обычно строительство или покупка собственного офисного здания; отсутствует учет готовой продукции и товаров. Тем не менее, кажущаяся простота учета — лишь первоначальное впечатление; в действительности же для того, чтобы оперативно получать разностороннюю информацию, на основании которой будут приниматься различные управленческие решения, в том числе и по ценообразованию на предоставляемые услуги, необходима сложная система учета, прежде всего аналитического, управленческого.

Рабочее время сотрудников — главный ресурс консультационной компании, и умение им эффективно управлять может являться конкурентным преимуществом, способом снижения себестоимости услуг. Соответственно основной единицей измерения «продукции» консультационных компаний является 1 чел.-ч работы специалиста.

Это главная особенность консалтинга, от которой зависит вся организация управленческого учета. Другие единицы, например количество консультаций вне зависимости от затраченного на них времени, не могут использоваться в анализе эффективности деятельности компаний, за исключением тех, которые оказывают только однотипные услуги, не отличающиеся по трудоемкости: заполнение деклараций физических лиц, консультации по купле-продаже транспортных средств и т.п.

Таким образом, стоимость консультации зависит прежде всего от сложности прорабатываемого вопроса, а также от квалификации консультирующего специалиста. Сложность влияет на количество времени, затрачиваемого на проработку вопроса, а квалификация — напрямую на величину почасовой ставки специалиста.

На качество консультационных услуг влияет также количество времени, которое специалисты компании тратят на участие в тематических семинарах и конференциях, на ознакомление с новыми нормативными документами и практикой их применения, изучение опыта других консультационных компаний, работу со специальными периодическими изданиями, т.е. фактически на постоянное повышение своей квалификации. Чем больше времени занимают эти мероприятия, тем выше профессиональный уровень консуль-

тантов, следовательно, выше качество услуг. В то же время можно целыми днями заниматься самоподготовкой, но при этом не уделять времени практической работе с клиентами. Необходимо найти оптимальное соотношение всех видов работ, чтобы, например, самоподготовка не шла в ущерб работе с клиентами или наоборот.

2. Формирование себестоимости и порядок определения цены консультационных услуг.

2.1. Себестоимость консультационных услуг складывается из следующих основных составляющих (эта информация может учитываться как в целом по компании, так и по отдельным подразделениям):

1) условно-постоянные расходы:

- аренда офиса (или амортизация офисного здания, если оно находится в собственности компании);
- расходы по содержанию офиса (электро- и теплоэнергия, уборка, охрана и т.п.);
- амортизация оборудования (в основном офисной техники);
- пополнение и обновление различных баз данных (базы нормативных документов);
- содержание маркетинговой (рекламной) службы с рекламным бюджетом;
- услуги по обеспечению безопасности деятельности компании (информационной, экономической и др.);
- прочие расходы (содержание автопарка, архивной службы и т.д.);

2) условно-переменные расходы:

- заработная плата с начислениями; различного рода премии и дополнительные выплаты;
- услуги связи и Интернет;
- расходы на обучение и повышение квалификации;
- командировки (чаще всего эти расходы возмещаются клиентами);
- расходы на внутрикорпоративные мероприятия;
- прочие расходы, включая канцелярские.

2.2. Базовая информация.

1. Количество сотрудников в компании — 60 человек, из них 45 — консультанты, 10 — обслуживающий персонал и 5 — аппарат управления (соотношение профессионалов к аппарату управления и обслуживающему персоналу в пропорции 3:1 наиболее оптимально и чаще всего встречается на практике).

2. Средняя заработная плата (доход) с начислениями во внебюджетные фонды одного работающего в компании (здесь и далее все стоимостные базовые показатели показаны в расчете на месяц) — 13,75 тыс. руб., в том числе консультанты — 15 тыс. руб., обслуживающий персонал — 5 тыс. руб., аппарат управления — 20 тыс. руб. Всего фонд заработной платы с начислениями составляет 825 тыс. руб.

3. Основные статьи расходов компании (постоянные и переменные) представлены в таблице ниже.

Статья	Сумма, руб.
<i>1. Условно-постоянные расходы</i>	
1.1. Аренда офиса (или амортизация)	370 000
1.2. Расходы по содержанию офиса	80 000
1.3. Амортизация оборудования	20 000
1.4. Пополнение баз данных	15 000
1.5. Рекламная служба	100 000
1.6. Безопасность	20 000
1.7. Прочее	50 000
Итого условно-постоянные расходы	655 000
<i>2. Условно-переменные расходы</i>	
2.1. Зарботная плата консультантов с начислениями всего, в том числе аппарата управления и обслуживающего персонала	825 000 150 000
2.2. Связь	50 000
2.3. Обучение	30 000
2.4. Командировки	70 000
2.5. Внутрикорпоративные мероприятия	0
2.6. Прочее	150 000
Итого условно-переменные расходы	1 125 000
Расходы за месяц, всего	1 780 000

2.3. Порядок выполнения задания.

1. Рассчитайте общие издержки компании (постоянные и переменные) за определенный период (для данного задания период времени — месяц).

2. Рассчитайте общий календарный фонд времени работы всех консультантов за тот же период (месяц — 21 рабочий день продолжительностью 8 ч).

3. Рассчитайте среднюю себестоимость 1 чел.-ч работы консультанта (п. 1 / п. 2), считая, что работники заняты непосредственным общением с клиентами не более 50% рабочего времени.

4. Определите цену услуги, исходя из заданной нормы рентабельности (средней по отрасли, установленной государством или владельцем бизнеса). Основываясь на данных из практики, рентабельность консультационного бизнеса в России составляет в среднем 25–30%.

5. Предложите дифференцированные цены (в зависимости от квалификации консультанта, статуса клиентов, условий предоставления услуги и пр.).

Задание 8. Определение потребности в капитале

Предприниматель С. Тищенко планирует открыть магазин оптовой торговли в арендованных помещениях.

На первый хозяйственный год запланированы показатели, приведенные в таблице ниже.

Показатель	План
1. Валовая выручка, руб.	6 000 000
2. Валовой доход, % валовой выручки	50
3. Кредитование покупателей, %	25% объема реализации (товар А) на условиях одномесячного кредита 25% (товар Б) на условиях двухмесячного кредита 50% (товар В) за наличные
4. Издержки, оплаченные авансом (в частности, арендная плата), руб.	100 000
5. Приобретение оборудования, руб.	450 000
6. Кассовая наличность, руб.	25 000
7. Число оборотов товарного запаса, раз в год	6
8. Налог на добавленную стоимость, %	22

Предприниматель рассчитывает также получить трехмесячный кредит у своих поставщиков (соответствующий стоимости приобретаемых товаров).

Определите:

1) потребность С. Тищенко в капитале;

2) сумму кредита, который С. Тищенко может получить у своих поставщиков (кредиторскую задолженность).

Задание 9. Анализ прибыли и рентабельности

Фабрика по производству фарфора в связи со 100-летием своего существования планирует производство столового сервиза. В качестве реалистичных рассматриваются три варианта производства (см. таблицу ниже).

Показатель	1-й вариант	2-й вариант	3-й вариант
1. Объем производства, шт.	6000	8000	12 000
2. Постоянные издержки (с учетом капиталовложений), евро в год	125 000	133 000	200 000
3. Затраты на изделие, евро	590	570	550
4. Цена реализации одного изделия, евро	650	617,5	600

Обоснуйте выбор варианта производства юбилейного сервиза (штук в год).

Задание 10. Анализ показателей доходности

В торговой фирме ООО «Диана» разработаны следующие плановые показатели на 20__ г. (см. таблицу ниже).

Показатель	Сумма, руб.
1. Выручка от реализации	40 000 000
2. Издержки на приобретение товаров	25 000 000
3. Комиссионные продавцам (5%)	2 000 000
4. Ежегодно возобновляемые постоянные издержки	8 000 000
5. Амортизация	800 000
6. Издержки на выплату процентов	400 000

Составьте бюджет по прибыли на 20__ г. и рассчитайте:

- коэффициент покрытия;
- бесприбыльный оборот (точку безубыточности);
- запас надежности.

Задание 11. Анализ показателей рентабельности

Торговое предприятие ЗАО «АгрокомИмпэкс» окончило 20__ г. с показателями, приведенными в таблице далее.

Показатель	Сумма, руб.
Издержки на приобретение товара	12 400 000
Прочие внешние издержки, из них переменные	2 200 000 200 000
Издержки на содержание персонала, из них переменные	2 800 000 400 000
Амортизация основного капитала	800 000
Издержки по выплате процентов	600 000
Выручка от реализации	20 000 000
Из баланса ЗАО «АгрокомИмпэкс» на 31 декабря 20__ г.	
Оборудование	1 700 000
Товарные запасы	4 000 000
Дебиторская задолженность	3 900 000
Денежные средства	300 000
Собственный капитал	4 200 000
Кредит по спецсудному счету	3 400 000
Товарные кредиторы	1 700 000
НДС	600 000

Рассчитайте ключевые индикаторы для описания рентабельности торгового предприятия и прокомментируйте полученные результаты.

Задание 12. Составление баланса

На 31 декабря отчетного года производственное предприятие ОАО «Ростэк» имело отчетные показатели, приведенные в таблице ниже.

Показатель	Сумма, тыс. евро
1. Акции других компаний	25
2. Товарные дебиторы	50
3. Вексельные дебиторы	20
4. Авансы выданные	10
5. Акционерный капитал	150
6. Резервный капитал	55
7. Нераспределенная прибыль	
7.1. За предыдущие годы	15
7.2. За отчетный год	5

Окончание табл.

Показатель	Сумма, тыс. евро
8. Ипотечная задолженность:	
8.1. Истекающая в в следующем году.	5
8.2. Истекающая после следующего года	90
9. Банковская ссуда (долгосрочная)	60
10. Земельные участки и здания	165
11. Машины	55
12. Оборудование	40
13. Автомобили	20
14. Goodwill	20
15. Кредит по специальному ссудному счету	30
16. Товарные кредиторы	60
17. Государственные кредиты (краткосрочные)	45
18. Дивиденды по итогам года	15
19. Сырье и материалы	35
20. Незавершенное производство	25
21. Готовая продукция	45
22. Аренда помещений	55
23. Реклама	15
24. Кассовая наличность	5
25. Банковские счета	10
26. Прочие счета	5

Составьте баланс ОАО «Ростэк» на 31 декабря следующего года.

Задание 13. Расчет показателей эффективности инвестиций

На производственном предприятии АО «Флора» рассматривают предложение финансировать проект производства нового продукта «Роза». Ожидается, что жизненный цикл «Розы» составит пять лет.

Предварительный анализ рынка нового товара и его производства дает динамику реализации и издержек, приведенную в таблице далее.

Показатель	Год 1	Год 2	Год 3	Год 4	Год 5
Объем реализации, шт.	35 000	40 000	50 000	40 000	20 000
Цена реализации, руб.	80	80	84	84	80
Средние переменные издержки, руб.	45	46	47	48	49

Рассчитано также, что в случае осуществления капиталовложений ежегодно возобновляемые постоянные издержки возрастут на 300 000 руб. в год.

Стоимость производственного объекта равна 2 500 000 руб. Ожидается, что его ликвидационная стоимость по истечении пяти лет составит 200 000 руб.

Расчетная ставка процента составляет 25% годовых.

Определите:

- 1) чистую дисконтированную стоимость;
- 2) величину внутренней нормы окупаемости инвестиций;
- 3) срок полного возмещения капиталовложений.

Задание 14. Анализ эффективности инвестиционного проекта

В таблице приведен инвестиционный цикл платежей и поступлений по некоторому проекту:

Год	0	1	2	3	4	5
Поступления и платежи, тыс. руб.	-1700	+600	+700	+800	+600	+600

1. Определите чистую дисконтированную стоимость на основе расчетной ставки процента в 18% годовых.

2. Рассчитайте внутреннюю норму окупаемости инвестиций.

Решения и комментарии

Задание 1

1. Линейная амортизация. Для применения этого метода необходимо знать первоначальную стоимость данного элемента основного капитала, а также определить его срок службы и вероятную ликвидационную стоимость. В соответствии с этим ежегодная величина амортизации капитала составляет одинаковую сумму, рассчитываемую по формуле

$$\text{Ежегодная сумма амортизационных отчислений} = (\text{Первоначальная стоимость} - \text{Ликвидационная стоимость}) / \text{Срок службы (количество лет)}.$$

Следовательно, ежегодная сумма амортизационных отчислений составит, руб.:

$$(600\,000 - 100\,000) / 5 = 100\,000.$$

2. Амортизация по способу уменьшаемого остатка состоит в ежегодной амортизации определенного процента от остаточной стоимости капитала (которая фиксируется в бухгалтерских документах). По этому методу стоимость основного капитала особенно сильно снижается в первые годы его использования.

Годовая норма амортизационных отчислений, %:

$$(100/5) \cdot 2 = 40.$$

Рассчитанные суммы амортизационных отчислений по годам сведены в таблицу.

Год	Остаточная стоимость на начало периода, руб.	Амортизация (40%), руб.	Остаточная стоимость (на конец года), руб.
1	100 000	40 000	60 000
2	60 000	24 000	36 000
3	36 000	14 400	21 600
4	21 600	8 640	12 960
5	12 960	5 184	7 776

3. Амортизация по сумме лет срока полезного использования.

Сумма чисел лет срока службы: $1 + 2 + 3 + 4 + 5 = 15$.

Рассчитанные суммы амортизационных отчислений по годам сведены в таблицу.

Год	Годовая норма амортизации, %	Годовая сумма амортизационных отчислений, тыс. руб.
1	$(5/15) \cdot 100 = 33,3$	$150\ 000 \cdot 33,3/100 = 50$
2	$(4/15) \cdot 100 = 26,7$	$150\ 000 \cdot 26,7/100 = 40$
3	$(3/15) \cdot 100 = 20,0$	$150\ 000 \cdot 20,0/100 = 30$
4	$(2/15) \cdot 100 = 13,3$	$150\ 000 \cdot 13,3/100 = 20$
5	$(1/15) \cdot 100 = 6,7$	$150\ 000 \cdot 6,7/100 = 10$

4. Амортизация пропорционально объему продукции (работ).

1) если основной капитал представить в виде запаса товара (на примере угольной шахты, нефтяной скважины, гравийного карьера), то амортизация (использование) его будет относиться к переменным издержкам и ее величина будет рассчитываться пропорционально выпущенной продукции.

В этом случае величина амортизации составит, руб. на каждый добытый 1 м^3 гравия:

$$2\ 000\ 000/1\ 000\ 000 = 2,00;$$

2) подобным же образом будут амортизироваться и другие элементы основного капитала, если единственной причиной падения их стоимости является использование и тем самым физический износ.

Тогда амортизация данной формы будет рассчитываться по мере ее использования. Амортизация в расчете на одну отливку составит, руб.:

$$100\ 000/25\ 000 = 4,00.$$

Задание 2

- 1) а, б, ж, з, к, н, п;
- 2) г, е, и;
- 3) д, м, о;
- 4) в, л.

Задание 3

Счет прибылей и убытков за отчетный период будет иметь вид, приведенный в таблице далее.

Показатель	Сумма, руб.
1. Выручка от реализации продукции (50 000 ед.)	750 000
2. Производственные затраты, в том числе	
2.1. Труд основных производственных рабочих	400 000
2.2. Основные материалы	200 000
2.3. Производственные накладные расходы	200 000
Итого производственных затрат	800 000
3. Стоимость запасов на конец отчетного периода (50%, или 50 000 ед.) (вычитается)	400 000
4. Себестоимость реализованной продукции (50 000 ед.)	400 000
5. Валовая прибыль (п. 1 – п. 4)	350 000
6. Непроизводственные расходы (затраты отчетного периода) (вычитаются)	300 000
7. Чистая прибыль отчетного периода	50 000

Комментарий. 50% продукции было реализовано за период, а остальные 50% составили запас готовой продукции. Поэтому в данном случае половину себестоимости произведенной продукции относят к производственным издержкам периода, а остаток включают в стоимость запасов на конец периода. Если в следующем периоде этот запас будет реализован, то оставшиеся 50% производственных затрат перейдут в статью расходов следующего отчетного периода.

Однако все непроизводственные затраты стали расходами в рассматриваемом отчетном периоде, так как это тот период, к которому они относятся.

Задание 4

1. Условие безубыточности (окупаемости): прибыль равна 0, вся выручка (TR) идет на покрытие издержек (TC), т.е. $TR = TC$:

$$25Q = 40\,000 + 5Q, \text{ отсюда } Q = 2000.$$

Безубыточный объем продаж составит 2000 билетов.

2. Прибыль $TR - TC = 30\,000$:

$$25Q - 40\,000 - 5Q = 30\,000, \text{ отсюда } Q = 3500.$$

Для получения прибыли в размере 30 000 евро необходимо реализовать 3500 билетов.

Задание 5

Цена реализации единицы продукции равна 20 ф.ст. (1000 тыс. ф.ст./50 000 ед.).

Переменные издержки на единицу продукции (общая издержек сумма по статьям 2, 3, 5 в расчете на единицу): $(350 + 200 + 50)/50\,000 = 12$ ф.ст.

1. Комиссионные продавцам составят 2 ф.ст. на 1 ед., переменные издержки увеличатся до 14 ф.ст. Планируемая точка безубыточности (прибыль равна 0) — при объеме продаж 83 333 ед. продукции. Это требует увеличения объема реализации на 67%, и компания должна оценить, может ли достигнуть такого увеличения при неизменных мощностях (постоянных издержках).

2. С учетом 10% снижения цены реализации (до 18 ф.ст.), 30% увеличения объема реализации и увеличения переменных издержек на 30% убыток увеличится до –110 тыс. ф.ст.

3. Зарботная плата основных производственных рабочих увеличится на 25%, объем производства — на 20%, выручка — до 1200 тыс. ф.ст., постоянные издержки — на 50 тыс. ф.ст. Убытки снизятся до –80 тыс. ф.ст.

4. Новая цена реализации — 24 ф.ст.

Прибыль составляет 10% оборота (выручки), новый объем реализации — 83 333 ед. продукции.

Очевидно, это предложение предпочтительнее, так как только оно способно принести прибыль. Однако необходимо рассмотреть возможность существенного увеличения объема реализации и риск, заключенный в увеличении постоянных расходов на 300 тыс. ф.ст.

Задание 6

Расчеты приведены в таблице.

Параметр	Интернет	Оптовик	Собственная торговая точка
Постоянные издержки, руб.	430 000	420 000	430 000
Переменные издержки на 1 комплект, руб/компл.	335	215	218
Условие окупаемости затрат	$P_{\min} \cdot 800 =$ $= 430\,000 +$ $+ 335 \cdot 800$	$P_{\min} \cdot 1000 =$ $= 420\,000 +$ $+ 215 \cdot 1000$	$P_{\min} \cdot 700 =$ $= 430\,000 +$ $+ 218 \cdot 700$
1. Минимальная цена (P_{\min}) реализации (окупаемость затрат), руб/компл.	873	635	832

Окончание табл.

Параметр	Интернет	Оптовик	Собственная торговая точка
2. Цена реализации, обеспечивающая минимальную эффективность (15%), руб./компл. ($P_{\min} \cdot 1,15$)	1003	730	957

Задание 7

1. Расчет общих издержек компании за месяц приведен в таблице (п. 3 задания).

2. Расчет календарного фонда времени.

Количество отработанных консультантами человеко-часов за месяц составляет

$$45 \cdot 21 \cdot 8 = 7560.$$

3. Расчет минимальной цены услуги (на уровне себестоимости).

Себестоимость 1 чел.-ч составит, руб.:

$$1\,780\,000/7560 = 235.$$

Но для определения цены продажи услуги этого показателя недостаточно. В консультационном бизнесе продается не весь произведенный товар (время), а лишь часть от всего рабочего времени. Остальное время займут определенные виды внутрифирменной работы: время, затрачиваемое на самоподготовку, отпуска, болезни, т.е. все то, что клиентами оплачено не будет. Тем не менее это неоплачиваемое время также должно быть компенсировано, иначе его стоимость станет прямым убытком. В связи с этим необходимо учесть себестоимость и этого времени при определении стоимости услуги.

Исходя из практики крупнейших консультационных компаний в России, в среднем около 50% рабочего времени консультантов выставляется на клиентов, остальное же время не оплачивается. В связи с этим можно умножить полученный результат на 2, после чего получим реальную себестоимость 1 чел.-ч работы специалиста на клиента — 470 руб. ($235 \cdot 2$). Это минимальная цена, соответствующая уровню окупаемости затрат.

4. Расчет целевой цены реализации услуги.

Применив минимальную рентабельность в размере 25%, получим необходимое значение средней цены услуги (руб/ч):

$$470 \cdot 1,25 = 587,50.$$

Таким образом, стоимость консультационных услуг составит округленно 590 руб. за 1 ч работы специалиста (без НДС).

5. Определение дифференцированных цен.

Ставка в 590 руб. рассчитана для специалистов усредненной квалификации. Можно использовать понижающие (повышающие) коэффициенты к средней стоимости услуги. В нашем задании средняя заработная плата с начислениями одного консультанта составляет 15 000 руб. Допустим, что среди консультантов есть ассистенты с заработной платой 10 000 руб., консультанты — 15 000 руб. и старшие (главные) консультанты — 18 000 руб. Соответственно коэффициент понижения к цене продажи в случае консультирования ассистентом составит $10\,000/15\,000 = 0,67$, значит, стоимость услуги, оказываемой ассистентом, будет равна, руб.:

$$590 \cdot 0,67 = 395.$$

Коэффициент повышения для старшего (главного) консультанта составит $18\,000/15\,000 = 1,2$, стоимость услуги, руб.:

$$590 \cdot 1,2 = 708.$$

Для консультанта стоимость услуги останется неизменной (590 руб.).

Фактическая ставка по услугам, оказанным в течение определенного периода времени, может быть гибкой и определяться с учетом различных скидок, предоставляемых постоянным, крупным или перспективным клиентам.

Задание 8

Рассчитаем стоимость основного и оборотного капитала, необходимого для осуществления бизнеса (см. таблицу, приведенную ниже).

Показатель	Сумма, руб.
1. Стоимость закупаемых товаров (50% валовой выручки)	$6\,000\,000/2 = 3\,000\,000$
2. Товарный запас	$3\,000\,000/6 = 500\,000$
3. Товарная дебиторская задолженность по одному месячному кредиту (товару А)	$(6\,000\,000 \cdot 30 \cdot 1,22) \cdot 0,25/360 = 152\,500$
4. Товарная дебиторская задолженность по двухмесячному кредиту (товару Б)	$(6\,000\,000 \cdot 60 \cdot 1,22) \cdot 0,25/360 = 305\,000$

Окончание табл.

Показатель	Сумма, руб.
5. Издержки, оплаченные авансом	100 000
6. Оборудование и т.п.	450 000
7. Кассовая наличность	25 000
Общая потребность в капитале (п. 2 + п. 3 + п. 4 + п. 5 + п. 6)	1 532 500

Товарная кредиторская задолженность (сумма кредита, который С. Тищенко может получить у своих поставщиков) составит, руб.:

$$(3\,000\,000 \cdot 90 \cdot 1,22)/360 = 915\,000.$$

Задание 9

Продолжим исходную таблицу и рассчитаем прибыль и рентабельность каждого варианта как критерии его эффективности.

Показатель	1-й вариант	2-й вариант	3-й вариант
1. Объем производства, шт.	6000	8000	12 000
2. Постоянные издержки (с учетом капиталовложений), евро в год	125 000	133 000	200 000
3. Затраты на изделие, евро	590	570	550
4. Цена реализации одного изделия, евро	650	617,5	600
5. Выручка от реализации (п. 4 · п. 1), евро	3 900 000	4 940 000	7 200 000
6. Затраты производства (п. 2 + п. 3 · п. 1), евро	3 665 000	4 693 000	6 800 000
7. Прибыль (п. 5 – п. 6), евро	235 000	247 000	400 000
8. Рентабельность (п. 7/п. 6), %	6,4	5,3	5,9

Комментарий. Расчеты показывают, что прибыль (абсолютная величина) становится наибольшей при объеме производства в 12 000 изделий, однако при таком варианте производства требуются настолько существенные капиталовложения, что с точки зрения рентабельности (относительного показателя) самым предпочтительным оказывается вариант 1 (с объемом производства 6000 изделий в год).

Задание 10

В соответствии со структурой, указанной в п. 4.2, составляем отчет по прибыли торговой фирмы ООО «Диана» на 20__ г. (см. таблицу, приведенную ниже).

Статья	Расход, руб.	Доход, руб.
Валовая выручка	—	40 000 000
– Издержки на приобретение товаров	25 000 000	—
Валовой доход	—	15 000 000
– Затраты на реализацию (комиссионные продавцам)	2 000 000	—
Сумма покрытия	—	13 000 000
– Ежегодные постоянные издержки	8 800 000	—
Чистый доход	—	4 200 000
– Амортизация	800 000	—
Прибыль до начисления процентов	—	3 400 000
– Издержки на выплату процентов	400 000	—
Чистая прибыль	—	3 000 000

Рассчитаем показатели безубыточности и надежности.

1. Коэффициент покрытия вычислим как отношение суммы покрытия и валовой выручки, %:

$$(13\,000\,000/40\,000\,000) \cdot 100 = 32,5.$$

2. Бесприбыльный оборот (такой объем продаж, при котором вся выручка идет на покрытие затрат) составит, руб.:

$$(8\,800\,000 + 800\,000)/32,5 \cdot 100 = 29\,538\,000.$$

3. Исходя из точки окупаемости рассчитывается коэффициент устойчивости, или надежности, бизнеса, который показывает, насколько фирма далека от убытков, или какую долю планируемого объема продаж фирма может потерять, прежде чем окажется в «зоне убытков». Запас надежности равен, %:

$$(40\,000\,000 - 29\,538\,000)/40\,000\,000 \cdot 100 = 26.$$

Комментарий. По расчетам фирма может потерять до 26% запланированного оборота (объема продаж) по различным непредвиденным обстоятельствам прежде, чем окажется в зоне убытков. Такой запас надежности (прочности) может считаться удовлетворительным.

Задание 11

На основании представленной информации сформируем отчет по прибыли и баланс как основу для расчета ключевых индикаторов анализа рентабельности.

Статья	Расход, руб.	Доход, руб.
Выручка от реализации	—	20 000 000
– Издержки на приобретение товаров	12 400 000	—
Валовой доход	—	7 600 000
– Прочие переменные издержки	600 000	—
Величина покрытия	—	7 000 000
Ежегодно возобновляемые постоянные издержки	4 400 000	—
Чистый доход	—	2 600 000
– Амортизация основного капитала	800 000	—
Прибыль до начисления процентов	—	1 800 000
– Издержки по уплате процентов	600 000	—
Чистая прибыль	—	1 200 000

Активы, руб.		Пассивы, руб.	
Инвентарь	1 700 000	Собственный капитал	4 200 000
Товарные запасы	4 000 000	Кредит по специальному ссудному счету	3 400 000
Дебиторская задолженность	3 900 000	Товарные кредиторы	1 700 000
Денежные средства	300 000	НДС и пр.	600 000
ИТОГО активы	9 900 000	ИТОГО пассивы	9 900 000

Рассчитаем ключевые индикаторы.

1. Уровень общей рентабельности, %, равен отношению прибыли до начисления процентов и активов:

$$(1\,800\,000/9\,900\,000) \cdot 100 = 18,2.$$

2. Рентабельность оборота, %, вычислим как отношение прибыли до начисления процентов и выручки:

$$(1\,800\,000/20\,000\,000) \cdot 100 = 9.$$

3. Число оборотов капитала найдем как частное от деления выручки на сумму активов:

$$20\,000\,000/9\,900\,000 = 2.$$

4. Уровень рентабельности собственного капитала, %, определим как отношение прибыли после выплаты процентов и собственного капитала:

$$(1\ 200\ 000/4\ 200\ 000) \cdot 100 = 28,6.$$

5. Процент использования заемного капитала равен частному от деления выплаты по процентам на заемный капитал:

$$(600\ 000/(9\ 900\ 000 - 4\ 200\ 000)) \cdot 100 = 10,5.$$

Комментарий. Если уровень общей рентабельности (18,2%) превышает рыночную ставку процента в отчетном году, то можно говорить об эффективности данного бизнеса и привлекательности его для потенциальных инвесторов и акционеров.

Уровень общей рентабельности вычисляется также путем умножения рентабельности оборота (9%) на число оборотов капитала (два раза), т.е. увеличивать общую рентабельность можно двумя путями: повышая рентабельность оборота либо увеличивая число оборотов капитала (исходя из особенностей бизнеса).

Уровень рентабельности собственного капитала превышает уровень общей рентабельности. Это говорит о том, что использование заемного капитала приносило прибыль (проценты по займам составили только 10,5% в год). Другими словами, каждый вложенный в 20__ г. рубль дал прибыль в 18,2 коп. (уровень общей рентабельности). Поскольку выплата по процентам составляет 10,5 коп. на каждый занятый рубль, то прибыль от каждого занятого рубля составляет 7,7 коп. Таким образом, владельцы получают прирост своего (собственного) капитала равным уровню общей рентабельности плюс прибыль от использования заемного капитала.

Если бы процент выплат по заемному капиталу был выше уровня общей рентабельности, то использование заемного капитала приносило бы убытки. В этом случае уровень рентабельности собственного капитала был бы ниже уровня общей рентабельности.

Задание 12

Баланс ОАО «Ростэк» на 31 декабря __ г. будет выглядеть так, как показано далее (см. таблицу).

Комментарий. Под балансом понимается отчет, в котором отражены имущество предприятия в денежном выра-

АКТИВЫ, тыс. евро		ПАССИВЫ, тыс. евро	
Основной капитал		Собственный капитал	
1. Нематериальные активы goodwill	20	Акционерный капитал	150
		Резервный капитал	55
2. Материальные активы:		Нераспределенная прибыль всего, в том числе:	20
земельные участки и здания	165	за предыдущие годы	15
машины	55	за отчетный год	5
оборудование	40		
автомобили	20	ИТОГО собственный капитал	225
Итого материальные активы	280		
3. Финансовые активы		Задолженность (заемный капитал)	
Акции других компаний	25	7. Долгосрочная задолженность:	
ИТОГО основной капитал (п. 1 + п. 2 + п. 3)	325	долгосрочная ипотечная задолженность	90
		банковская ссуда	60
		Итого долгосрочная задолженность	150
Оборотный капитал		8. Краткосрочная задолженность:	
4. Товарные запасы:		ипотечная задолженность	5
сырье и материалы	35	кредит по спецсудному счету	30
незавершенное производство	25	товарные кредиторы	60
готовая продукция	45	государственные кредиты	45
Итого товарные запасы	105	дивиденды по итогам года	15
5. Дебиторская задолженность:		Итого краткосрочная задолженность	155
товарные дебиторы	50	ИТОГО заемный капитал (п. 7 + п. 8)	305
вексельные дебиторы	20		
авансы выданные	10		
Итого дебиторская задолженность	80		
6. Денежные средства:			
кассовая наличность	5		
банковские счета	10		
прочие счета	5		
ИТОГО денежные средства	20		
ИТОГО оборотный капитал (п. 4 + п. 5. + п. 6)	205		
ИТОГО АКТИВОВ	530	ИТОГО ПАССИВОВ	530

жении (активы) и источники его финансирования (пассивы) (см. п. 4.5).

Сумма хозяйственных средств, заносимых предприятием в данный момент в свой актив, обязательно должна соответствовать сумме, затраченной на их финансирование, отраженной в пассиве.

Активы подразделяются на следующие группы:

1) основной капитал (см. п. 3.2):

- нематериальные активы;
- материальные активы;
- финансовые активы;

2) оборотный капитал (см. п. 3.3):

• товарные запасы (сырье, незавершенное производство, готовая продукция);

• дебиторская задолженность, ценные бумаги и прочие краткосрочные финансовые вложения;

- денежные средства.

Пассивы делятся на следующие группы:

- собственный капитал;
- страховые резервы;
- кредиторская задолженность: долгосрочные обязательства (например, ипотечная задолженность); краткосрочные обязательства (например, товарные и вексельные кредиторы, задолженности по выплате налогов).

Обратите внимание, что аренда помещений и реклама (стр. 22 и 23) вообще не являются категориями баланса, а представляют собой издержки (см. п. 4.1).

Задание 13

1. Сначала рассчитаем ежегодную прибыль от реализации проекта (см. таблицу ниже).

Год	Валовой доход на единицу продукции (величина покрытия), руб./ед. (цена – переменные издержки)	Валовой доход, тыс. руб. (величина покрытия × объем реализации)	Постоянные издержки, тыс. руб.	Прибыль, тыс. руб.
1	$80 - 45 = 35$	$35 \cdot 35 = 1225$	300	$1225 - 300 = 925$
2	$80 - 46 = 34$	$34 \cdot 40 = 1360$	300	1060
3	$84 - 47 = 37$	$37 \cdot 50 = 1850$	300	1550
4	$84 - 48 = 36$	$36 \cdot 40 = 1440$	300	1140
5	$80 - 49 = 31$	$31 \cdot 20 = 620$	300	320

Далее составим цикл платежей и поступлений по проекту и рассчитаем чистую дисконтированную стоимость (см. таблицу ниже).

Год	Выплаты по инвестициям, тыс. руб.	Прибыль от проекта, тыс. руб.	Цикл платежей и поступлений, тыс. руб.	Коэффициент дисконтирования (25%)	Текущая дисконтированная стоимость, тыс. руб.
0	-2500	—	-2500	—	-2500
1	—	+925	+925	0,8000	+740
2	—	+1060	+1060	0,6400	+678
3	—	+1550	+1550	0,5120	+794
4	—	+1140	+1140	0,4096	+467
5	+200	+320	+520	0,3277	+170
Всего	-2300	+4995	+2695	—	+349

Инвестиции рентабельны, поскольку чистая дисконтированная стоимость имеет положительную величину (349 тыс. руб.).

2. Определим, при какой ставке процента (больше 25%) чистая дисконтированная стоимость по проекту приближается к нулю (см. таблицу ниже).

Год	Цикл платежей и поступлений, тыс. руб.	Коэффициент дисконтирования, %	Текущая дисконтированная стоимость, тыс. руб.
0	-2500	—	-2500
1	+925	0,7576	+701
2	+1060	0,5739	+608
3	+1550	0,4348	+674
4	+1140	0,3294	+376
5	+520	0,2495	+130
Всего	+2695	—	-11

Внутренняя норма окупаемости равна 32% в год, так при этом показателе чистая дисконтированная стоимость близка к нулю.

3. Срок окупаемости капиталовложений определяем на основе анализа цикла платежей и поступлений нарастающим итогом (см. таблицу далее).

Срок полного возмещения капиталовложений составляет 2–3 года.

Год	Цикл платежей и поступлений, тыс. руб.	Цикл платежей и поступлений нарастающим итогом, тыс. руб.	Комментарий
0	-2500	-2500	—
1	+925	-1575	—
2	+1060	-515	Капиталовложения окупаются
3	+1550	+1035	
4	+1140	+2175	—
5	+520	+2695	—
Всего	+2695	—	—

Задание 14

1. Чистая дисконтированная стоимость равна +319 000 тыс. руб.

2. Внутренняя норма окупаемости проекта составляет 26%, так как при этой величине чистая дисконтированная стоимость приближается к нулю (+4).

Глоссарий

В этой части учебника содержится не расширенный словарь, а свод толкований терминов и определений по каждой теме. Термины и определения изложены не по алфавиту, а в соответствии с логикой изложения темы. Такой свод терминов позволяет очертить круг знаний, которые необходимо выучить наизусть, чтобы обладать удовлетворительной компетенцией как по отдельным темам, так по всему курсу.

Глава 1. Общие положения

1.1. Понятия «экономика» и «экономика фирмы»

Экономика — термин, обозначающий *экономические отношения и экономическую науку*.

Экономические отношения — связи между людьми в обществе, возникающие по поводу производства, обмена и распределения благ, формирования потребностей и ценностей.

Экономическая наука — система знаний или наука об экономических отношениях (комплекс дисциплин, которые рассматривают эти отношения в различных аспектах и с различных точек зрения).

Блага — то, что удовлетворяет потребность.

Потребность — надобность, нужда, требующая удовлетворения.

Ценность — существующее или сформированное в сознании человека (группы людей или всего человечества) отношение к потребностям.

Система — это порядок, обуславливающий единство элементов.

Экономическая система — это условно выделенный фрагмент экономических отношений между людьми, в котором реализуется процесс производства и потребления благ.

Развитие — процесс изменения состояния системы (в данном случае предприятия), в результате чего система переходит в новое качественное состояние.

Развитие коэволюционное — процесс совместного направленного развития всех элементов планетарной системы.

Домашнее хозяйство — ключевой объект экономических отношений. Оно выступает главным и конечным потребителем благ

и поставщиком рабочей силы. Именно для удовлетворения потребностей домашнего хозяйства возникают экономические отношения, именно в этом состоит цель экономических отношений. Другие совокупности людей (организации) либо создают блага, либо создают среду, в которой происходит удовлетворение потребностей домашнего хозяйства.

1.2. Сущность, роль и место фирмы в экономических отношениях. Внешняя среда фирмы

Организация — совокупность людей, действующих совместно для достижения какой-либо цели.

Фирма (предприятие) — это организация (совокупность людей), созданная для производства благ в целях получения прибыли. В российском законодательстве другое название — коммерческая организация. Фирма представляет собой экономическую систему — *бизнес-систему*, которая в своем функционировании взаимодействует с другими экономическими системами.

Учреждение — организация, созданная для производства благ. Организация, целью которой является получение прибыли, называется *бандой* или организованной преступной группировкой.

Внешняя среда фирмы — двухуровневая система, состоящая из микросреды, которая оказывает прямое воздействие на деятельность фирмы, и макросреды, которая оказывает косвенное воздействие на ее деятельность. Включает в себя *потребителей, поставщиков, конкурентов и государство* (в виде различных организаций).

Государство — в виде государственных органов и учреждений организаций создает условия существования и функционирования всех участников экономических отношений.

Конкуренты — люди и организации, производящие аналогичные товары, товары-заменители (субституты).

Поставщики — люди и организации, поставляющие ресурсы для обеспечения деятельности фирмы.

Потребители — люди и организации, нуждающиеся в благах.

1.3. Типология организаций.

Основные правовые формы организаций

Организации коммерческие — то же, что и предприятия. Целью является получение прибыли путем создания благ.

Организации некоммерческие — организации, создаваемые для производства благ. Получение прибыли не является целью их функционирования.

Критерии классификации фирм (коммерческих организаций):

- по характеру ответственности предпринимателя за результаты производственно-хозяйственной деятельности:

— *неограниченная ответственность* (предусматривает ответственность за результаты производственно-хозяйственной деятельности всем своим имуществом);

— *ограниченная ответственность* (предусматривает ответственность за результаты производственно-хозяйственной деятельности только вложенным капиталом);

• **по форме собственности** предприятия делятся на *государственные, муниципальные, частные и смешанные*;

• **по размеру** выделяют *малые, средние, крупные* предприятия.

Венчурные фирмы — предприятия, создаваемые для ведения бизнеса в областях с высокой степенью риска.

Интеграция (объединение) предприятий может быть *вертикальной* (по технологической цепочке) либо *горизонтальной* (в рамках одной отрасли). Цель объединения — повысить эффективность деятельности.

Комбинат — объединение в рамках одной фирмы производств, относящихся к различным отраслям, либо производств, представляющих собой последовательные ступени обработки сырья (либо играющих вспомогательную роль по отношению к друг к другу).

Корпорация — специальная форма организации бизнеса, являющаяся юридическим лицом, существующим самостоятельно и в правовом смысле отдельно от ее владельцев.

Картель — форма объединения предприятий, участники которого, сохраняя производственную и коммерческую самостоятельность, заключают между собой соглашение о ценах, рынках сбыта и т.д.

Конгломерат — объединение предприятий разных отраслей. Образуется путем поглощения и слияния многочисленных предприятий, не имеющих между собой функциональных связей (т.е. связей, обусловленных последовательностью выполнения операций производственного процесса).

Консорциум — одна из организационных форм временного объединения фирм (банков или промышленных предприятий) для решения разовых задач (совместного размещения займов, акций, проведения крупных финансовых или коммерческих операций, реализации крупных научно-технических проектов и т.п.).

Концерн — форма долговременного объединения (как правило, многоотраслевого) предприятий и организаций для создания сложных изделий. Концерны могут объединять предприятия по технологической цепочке. Предприятия могут находиться в разных городах или даже странах и сохранять свою юридическую самостоятельность. В качестве альтернативного понятия используется термин «финансово-промышленная группа».

Синдикат — форма объединения предприятий, целью которого является совместная организация коммерческой деятельности (снабжение, сбыт, ценообразование и др.). Предприятия, входящие в синдикат, сохраняют хозяйственную и юридическую самостоятельность.

Трест — форма объединения предприятий, как правило, в рамках одной отрасли, при которой предприятия, входящие в него, полностью теряют свою производственную, коммерческую и юридическую самостоятельность и действуют по единому плану. Характеризуется наиболее высокой степенью централизации управления.

Холдинг — форма объединения предприятий путем скупки контрольных пакетов акций. Объединение предприятий в холдинговой компании ограничивается, как правило, лишь финансами. Во главе холдинговой компании стоит так называемая компания-держатель, имеющая контрольные пакеты акций и действующая через нижестоящие, промежуточные компании.

Финансово-промышленная группа — совокупность юридических лиц, действующих как основное и дочерние общества, полностью или частично объединившие свои материальные и нематериальные активы на основании договора о создании группы.

Ассоциация — добровольный союз людей, предприятий, организаций, объединенных едиными интересами. Ассоциация, как правило, является юридическим лицом. Она представляет собой общественную организацию, не ставящую цель получения прибыли.

Кооператив производственный (артель) — объединение лиц для совместного ведения предпринимательской деятельности на началах их личного трудового и иного участия, причем первоначальное имущество артели складывается из паев членов этого объединения.

Франчайзинг — система взаимовыгодных партнерских отношений, при которой интеграция происходит путем передачи на платной основе торговой марки, линии производства, технологии и т.д.

Отрасль — это совокупность предприятий и организаций, выпускающих продукцию одного экономического назначения, имеющих сходный состав используемого сырья и материалов, применяемых средств производства и профессиональный и квалификационный состав кадров.

1.4. Основы управления фирмой

Менеджмент — целенаправленное воздействие на людей в процессе производства, обмена, распределения и потребления благ.

Управление — процесс целенаправленного воздействия на что-либо или кого-либо.

Структура — строение, устройство системы, которое обеспечивает осуществление функций.

Функции управления — необходимые действия по поводу целенаправленного воздействия на людей. К основным относятся *планирование, организация, мотивация и контроль*.

План — заранее разработанная система мероприятий, определяющая последовательность их проведения для достижения намеченной цели.

Планирование — процесс выработки целей, разработки системы мероприятий, определения порядка и последовательности их проведения для достижения цели.

Системы планирования основные — директивная и индикативная.

Методы планирования — способы разработки планов. Включают в себя *балансовый, нормативный, программно-целевой, аналитический, экономико-математический методы*.

Прогноз — научное заключение о предстоящем развитии чего-либо.

Организация управления деятельностью людей — определение прав и обязанностей работников и разработка путей прохождения управленческой информации или организационной структуры.

Организационная структура управления фирмой — зависит от размера предприятия, отрасли, номенклатуры и ассортимента выпускаемой продукции; может быть *линейной, линейно-функциональной, продуктовой, проектной, дивизионной*.

Мотивация — процесс побуждения людей к деятельности для достижения целей фирмы. Современные теории мотивации делятся на две категории: *содержательные* и *процессуальные*. Содержательные теории мотивации основаны на определении потребности человека, процессуальные — на элементах психологии в поведении людей.

Контроль — процесс обеспечения достижения фирмой своих целей; как функция управления обеспечивает обратную связь в процессе управления. Контроль подразделяют на предварительный (входной), текущий и заключительный.

1.5. Организационная и производственная структура фирмы

Процесс производственный — совокупность процедур по созданию продукции. По степени непрерывности производственные процессы делятся на *дискретные* (прерывные) и *непрерывные*. По степени специализации разделяются в зависимости от роли в производстве продукции. Выделяют *основные, обслуживающие* и *вспомогательные* процессы. По масштабу производства различают *массовый, серийный* и *единичные* типы производства.

Подразделение предприятия — 1) помещение, оснащенное станками, другим оборудованием, предназначенное для выполнения определенных работ (бухгалтерия, сборочный цех); 2) коллектив людей, которые выполняют определенную работу.

Структура предприятия — устройство предприятия, которое формируется в зависимости от функций его подразделений. В соответствии с этим выделяются следующие элементы структуры: *подразделения основного производства* (их принято называть основными цехами); *вспомогательные производства* (цехи по ремонту оборудования, изготовлению инструментов, оснастке, обеспе-

чению электрической и тепловой энергией и др.); *обслуживающие подразделения*, которые обеспечивают нормальную деятельность всех структурных подразделений предприятия.

Бригада — коллектив рабочих одинаковых или различных профессий, совместно выполняющий единое производственное задание и несущий общую ответственность за результаты работы.

Рабочее место — часть пространства, приспособленная для выполнения работником своего производственного задания.

Операции — процесс самого нижнего уровня декомпозиции деятельности организации; как правило, операции выполняются одним человеком.

1.6. Понятие эффективности деятельности фирмы

Эффективность — соотношение между результатом и затратами (или ресурсами), которые этот результат вызвали (или обусловили).

Показатель — отражение состояния чего-либо.

Показатели эффективности абсолютные — разность между результатом и затратами или ресурсами (например, прибыль определяется как разница между результатом — выручкой и затратами на ее получение).

Показатели эффективности относительные — математическое отношение затрат и результатов. Относительные показатели бывают *прямыми* и *обратными*. Прямые показатели называются показателями *отдачи*. Они отвечают на вопрос, сколько результата получают с единицы затрат, какова «отдача» затрат. Обратные показатели называются показателями *емкости*. Они отвечают на вопрос, сколько необходимо затрат или ресурсов для получения единицы результата. Иными словами, позволяют судить о том, какова ресурсоемкость единицы.

Экономия или перерасход — абсолютные показатели эффективности затрат, разница между планируемым и фактическим объемом затрат.

Пути повышения эффективности — способы, предполагающие либо при фиксированном уровне затрат и ресурсов максимизировать результаты, либо при фиксированном уровне результата минимизировать затраты и (или) используемые ресурсы.

Глава 2. Результаты производственно-хозяйственной деятельности фирмы

2.1. Продукция фирмы

Продукция (производимые блага) — в натурально-вещественном виде может иметь вид готовой продукции, предназначенной для продажи, неготовой продукции (незавершенного производства) и продукции, изготавливаемой для собственного потребления.

Товар — продукция, предназначенная для продажи. Продукция в натурально-вещественном виде может принимать вид *изделия, услуг (работ) и продукта*.

Изделие — продукция, получаемая из исходного сырья и материалов таким технологическим способом, в результате которого свойства исходного материала полностью исчезают, а продукция приобретает самостоятельную потребительскую ценность.

Услуга (работа) — вид продукции, результатом которой является удовлетворение потребностей и при которой происходит улучшение потребительской ценности продукта.

Продукт — вид продукции, имеющий либо нематериальную форму (программный продукт), либо непосредственно само изделие или услуга и так называемые периферийные факторы, без которых потребитель не будет полностью удовлетворен.

Номенклатура — перечень видов продукции, выпускаемой предприятием.

Ассортимент — состав и соотношение отдельных видов продукции в продукции определенного вида в рамках одной позиции номенклатуры.

Товарная политика — это деятельность предприятия, направленная на определение необходимой номенклатуры и ассортимента, создание новых товаров, а также исключение из производственной программы товаров, утративших потребительский спрос.

Система показателей объема продукции включает:

- натуральные, условно-натуральные показатели (шт., кг, м и т.п.);
- трудовые или временные показатели (нормо-, станкочасы, машиночасы; человеко-, трудодни);

- стоимостные, или денежные, показатели:

- *валовая продукция* — денежное выражение всего результата производственно-хозяйственной деятельности фирмы за определенный период, включая товарную продукцию, незавершенное производство и работы и услуги, выполненные для себя;

- *товарная продукция* — денежное выражение продукции, имеющей вид товара, включая готовую продукцию на складе и отгруженную продукцию;

- *реализованная продукция* — денежное выражение проданной продукции или выручка от реализации;

- *чистая продукция* — денежное выражение реализованной продукции за вычетом материальных затрат и амортизационных отчислений.

Производственная программа — планируемый объем производства продукции в заданной номенклатуре и ассортименте.

2.2. Качество продукции

Качество — это совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением.

Стандарт — документ, в котором устанавливаются характеристики продукции, правила осуществления и характеристики процессов производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг. Стандарт может содержать требования к терминологии, символике, упаковке, маркировке или этикеткам и правилам их нанесения. Существуют *международные* (мировые), *национальные* (государственные), *отраслевые* стандарты, стандарты *внутрифирменные* или *стандарты организаций*.

Стандартизация — нормотворческая деятельность, которая закрепляет требования к качеству продукции в нормативных документах типа стандарта, инструкции, методики и т.п.

Сертификация соответствия — действие третьей стороны, доказывающее, что исследуемая продукция, процесс или услуга соответствуют конкретному стандарту или другому нормативному документу.

Технический регламент — это государственный документ, устанавливающий обязательные для применения и исполнения юридическими и физическими лицами требования к объектам технического регулирования.

Квалиметрия — наука, которая разрабатывает методы количественной оценки качества.

2.3. Цена и ценообразование

Цена — денежная форма товара.

Цена исходная — то количество денег, которое продавец хочет получить с покупателя.

Виды цен:

- *фиксированные;*
- *договорные;*
- *закупочные;*
- *свободные;*
- *регулируемые;*
- *оптовые;*
- *розничные.*

Цена договорная — количество денег, при котором продавец готов продать, а покупатель готов купить товар.

Франко-цены — цены, применяющиеся в оптовой торговле для обозначения пункта или места, в котором ответственность за товар переходит от продавца к покупателю и продавец свободен от дальнейших расходов.

Методы ценообразования — способы определения цены предприятием: затраты плюс фиксированная прибыль; на основе безубыточности и обеспечения целевой прибыли; на основе безубыточности и обеспечения целевой прибыли; параметрический метод; на основе текущих цен.

Ценовая политика — это совокупность действий в области ценообразования, направленных на расширение (или сохранение) объемов продаж. Виды ценовой политики: «снятия сливок», политика проникновения, политика вытеснения.

Ценовая дискриминация — это продажа одного и того же товара по разным ценам.

Глава 3. Ресурсы производственно–хозяйственной деятельности

3.1. Труд. Персонал фирмы и оплата труда

Ресурсы — запасы, возможности, источники.

Труд (как ресурс) — способность человека производить блага в виде совокупности умственных и физических способностей человека. На рынке трудовых ресурсов фирма покупает особый товар — рабочую силу (способность человека трудится по определенной профессии, специальности и квалификации). Для фирмы рабочая сила в натурально-вещественной форме представляет собой *персонал*, в стоимостной форме — затраты в денежной форме на оплату труда персонала.

Персонал фирмы — совокупность физических лиц, состоящих с фирмой как юридическим лицом в отношениях, регулируемых договором найма.

Профессия — определенный род деятельности, обусловленный совокупностью знаний и трудовых навыков, полученных работником в результате специального обучения или на практике.

Специальность — вид деятельности в рамках профессии, которая требует дополнительных навыков и знаний для выполнения работы на конкретном участке производства.

Квалификация — это совокупность знаний и навыков, позволяющих выполнять работы определенной сложности, или степень, уровень подготовленности работника.

Норма труда — норма времени, т.е. величина и структура затрат рабочего времени, необходимого для выполнения данной работы, на основе которой рассчитываются другие нормы: норма выработки, норма обслуживания, норма численности, норма управляемости и т.д. Эти нормы, наряду с производственной программой, являются исходными сведениями для расчета требуемой численности работающих.

Функции оплаты труда — способность оплаты труда осуществлять воздействие на работников. Выделяют следующие функции: *воспроизводственная* — предусматривает обеспечение работников необходимыми жизненными благами для воспроизводства рабочей силы; *стимулирующая* — состоит в том, чтобы увязать результаты труда работника с его оплатой; *измерительно-распределительная* — через реализацию этой функции обеспечивается рас-

пределение дохода между наемными работниками и работодателями; *ресурсно-разместительная* — выражается в оптимизации размещения трудовых ресурсов по регионам и отраслям, по предприятиям.

Системы зарплаты персонала:

- *тарифная*;
- *бестарифная*.

Тариф — абсолютный размер оплаты.

Формы тарифной системы зарплаты персонала:

- *сдельная* (тариф устанавливается за каждую единицу продукции или выполненный объем работ);
- *повременная* (тариф устанавливается за единицу отработанного времени).

Тарифная ставка — абсолютный размер заработной платы различных групп и категорий работников.

Тарифная сетка — совокупность тарифных разрядов и соответствующих им тарифных коэффициентов, которые устанавливают соотношения в оплате труда в зависимости от уровня квалификации работников.

Эффективность использования трудовых ресурсов — показатель, который измеряется показателями производительности труда:

- *выработка* — прямой показатель эффективности использования трудовых ресурсов трудо- и (или) зарплатоотдача. Показывает, сколько продукции «отдает» один работник или один рубль оплаты труда;
- *трудоемкость* — обратный показатель эффективности использования трудовых ресурсов. Показывает, сколько людей или сколько рублей оплаты необходимо для производства единицы (или рубля) продукции.

3.2. Основной капитал фирмы (основные фонды, основные средства)

Капитал — ресурс, который может принести доход и возрасти при этом. Капитал в натурально-вещественной форме называется фондами, в стоимостной, денежной форме — средствами.

Основной капитал — это часть капитала, которая, участвуя в производственном процессе, меняет свою натурально-вещественную форму постепенно и поэтому его стоимость включается в готовый продукт по частям.

Основные фонды — натурально-вещественная форма основного капитала. Делятся на *производственные* и *непроизводственные* основные фонды. В свою очередь, производственные подразделяются на промышленно-производственные (прямо или косвенно участвующие в производстве промышленной продукции) и непромышленные. В основных фондах выделяют активную и пассивную части. Активная часть включает в себя переда-

точные устройства, машины и оборудование (без учета отраслевой специфики), транспортные средства. Пассивная часть основных фондов является вспомогательной и обеспечивает процесс работы активных элементов.

Износ — потеря потребительских свойств, т.е. изменение натурально-вещественной формы основного капитала.

Износ моральный — износ, наступающий тогда, когда утрачивается такое потребительское свойство, как эффективность использования данного элемента основных фондов.

Износ физический — утрата потребительских свойств в результате использования или бездействия основных фондов.

Реновация — воспроизводство основного капитала в натурально-вещественном виде. Для этого необходимо включать часть стоимости капитала в стоимость готовой продукции.

Амортизация — процесс включения, «переноса» стоимости основного капитала на готовую продукцию с последующим возмещением.

Амортизация равномерная (пропорциональная, линейная) — процесс, предполагающий списывание стоимости основных фондов равными долями в течение всего срока службы.

Амортизация ускоренная — процесс, используемый для нивелирования последствий морального износа и, частично, инфляции. Смысл ускоренной амортизации состоит в том, чтобы в первые годы эксплуатации перенести большую часть стоимости и тем самым увеличить возможности для реновации основных фондов.

Основные средства — денежная оценка основного капитала. Осуществляется по *полной первоначальной, остаточной и восстановительной* стоимости.

Полная первоначальная стоимость основных фондов — сумма фактических затрат предприятия на их приобретение, сооружение, изготовление, за исключением налога на добавленную стоимость.

Остаточная стоимость основных фондов — та часть стоимости основных средств, которая не перенесена на готовую продукцию и представляет собой разницу между полной первоначальной стоимостью (ППС) конкретного объекта и суммой амортизационных отчислений, начисленных за время существования объекта.

Восстановительная стоимость основных средств — показывает, сколько стоит объект на момент его воспроизводства в современных условиях.

Ликвидационная стоимость — стоимость реализации объекта после окончания его срока службы.

Фондоотдача — показатель, отражающий, сколько рублей продукции приносит 1 руб. капитала.

Фондоемкость — показатель, отражающий, сколько рублей капитала необходимо для производства 1 руб. продукции.

Экстенсивное использование оборудования — использование оборудования по времени и количеству.

Интенсивное использование оборудования — использование оборудования по проектной мощности (производительности).

Коэффициент сменности работы оборудования — коэффициент, показывающий среднюю продолжительность работы оборудования в сменах в течение суток. Например, если коэффициент сменности работы оборудования равен 1,5, это означает, что в среднем оборудование работает полторы смены в сутки.

3.3. Оборотный капитал (оборотные фонды, оборотные средства)

Оборотный капитал — часть капитала, которая изменяет свою натурально-вещественную форму в течение одного производственного цикла и стоимость которого полностью включается в стоимость готовой продукции. Натурально-вещественный состав оборотного капитала подразделяется на *оборотные производственные фонды* и *фонды обращения*.

Коэффициент оборачиваемости (или скорость оборота) — показывает, сколько оборотов совершают оборотные средства предприятия за определенный период (год, квартал).

Коэффициент загрузки оборотных средств — обратен коэффициенту оборачиваемости. Он характеризует сумму оборотных средств, затраченных на 1 руб. реализованной продукции.

Длительность одного оборота — средняя продолжительность одного оборота (в днях). Этот показатель не совпадает с фактическим сроком производства и реализации определенных видов продукции.

3.4. Производственная мощность фирмы

Производственная мощность (производственная возможность, пропускная способность) — максимально возможный выпуск продукции в заданной номенклатуре и ассортименте.

Ведущее звено — подразделение, в котором выполняются основные технологические операции по изготовлению продукции; где расходуются наибольшая доля совокупного живого труда; где сосредоточена главная часть основных фондов и т.д.

«Узкое место» — элемент в производственной системе, имеющий пропускную способность (производственную возможность, производственную мощность) ниже, чем у ведущего подразделения.

«Широкое место» — превышение пропускной способности (производственной мощности) отдельных элементов над мощностью ведущего звена.

3.5. Логистика в управлении фирмой

Логистика — управление (планирование, организация, мотивация и контроль) материальными потоками. Для того чтобы де-

лать это наиболее эффективно (с минимальными затратами времени и ресурсов), необходимо рассматривать стадии снабжения, производства, хранения, распределения, сбыта в виде единого организационно-технологического процесса. Организационно управление материальными потоками выглядит как построение логистической цепи.

Цепь логистическая — линейно упорядоченное множество физических и (или) юридических лиц (производителей, дистрибьюторов, дилеров, перевозчиков, складов и т.д.), последовательно осуществляющих логистические операции от поставщика до конечного потребителя.

Виды микрологистических систем:

- *закупочная логистика*. Целью закупочной логистики является реализация функции снабжения, т.е. обеспечение предприятия необходимыми средствами труда;

- *складская логистика*. Перемещение материальных потоков в логистических системах невозможно без концентрации в определенных местах необходимых запасов. Места хранения этих запасов называют складами. Основное назначение склада — концентрация запасов, их хранение и обеспечение бесперебойного и ритмичного снабжения заказов потребителей;

- *производственная логистика*. Целью управления материальным потоком в процессе производства является оптимизация загрузки производственной мощности. Эту логистическую операцию называют *операционным менеджментом*;

- *транспортная логистика*. Отдельной сферой деятельности в логистической цепи является транспортировка материальных ценностей. Для эффективной работы всех звеньев логистической цепи необходимо организовать действенную систему физического перемещения — *транспортировки* товарно-материальных ценностей от поставщика до потребителя;

- *сбытовая логистика, или логистика распределения*, — неотъемлемая часть логистики, обеспечивающая наиболее эффективную организацию распределения производимой продукции. Основная цель логистической системы распределения — доставить товар в нужное место и в нужное время.

Канал распределения — это путь, по которому товары движутся от производителя к потребителю.

Дилер — оптовый или розничный продавец, который ведет операции от своего имени и за свой счет.

Дистрибьютор — оптовый и розничный посредник, ведущий операции от имени производителя и за свой счет. Дистрибьютор не является собственником продукции, в логистической цепи он обычно занимает положение между производителем и дилером.

Комиссионер — оптовый и розничный посредник, ведущий операции от своего имени и за счет производителя. Комиссионер не является собственником продаваемой продукции, вознаграж-

дение ему выплачивается обычно в виде процентов от суммы продаж.

Агент и брокер — посредники, выступающие в качестве представителя или помощника производителя (принципиала).

Глава 4. Затраты и финансы фирмы

4.1. Расходы, затраты, издержки производства и себестоимость продукции

Единовременные затраты предприятия — затраты на развитие производственных мощностей, приобретение финансовых активов, затраты на социально-культурные мероприятия и объекты и т.п.

Текущие затраты предприятия — собственно затраты на производство и реализацию продукции, которые формируют *издержки производства* и *себестоимость продукции*.

Издержки производства — текущие затраты в денежном выражении на всю производственно-хозяйственную деятельность за определенный период.

Себестоимость продукции — текущие затраты в денежном выражении на производство и реализацию продукции.

Издержки переменные — затраты, зависящие от изменения объема. В зависимости от их изменения, связанного с расширением или сокращением производства и реализации, подразделяются на *пропорциональные*, *депрессивные* и *прогрессивные*.

Издержки постоянные — затраты, не зависящие от изменения объема производства.

Издержки основные — затраты, непосредственно связанные с изготовлением продукции.

Издержки накладные — затраты, связанные с организацией, управлением, технической подготовкой производства и т.п.

Издержки прямые — расходы строго целевого назначения. Их включают в себестоимость единицы продукции методом прямого счета и определяют исходя из норм расхода, норм труда и цены за единицу израсходованного ресурса (сырья, материалов, топлива и т.д.).

Издержки косвенные — затраты, которые не могут быть прямо отнесены к выпуску определенного изделия, так как связаны с работой цеха или предприятия в целом, например заработная плата директора или охраны. Поэтому они относятся на себестоимость конкретного изделия пропорционально какому-либо показателю, например, пропорционально заработной плате основных производственных рабочих, машино- или станкочасам продукции, цеховой себестоимости либо другому критерию.

Затраты маржинальные — дополнительные затраты на единицу продукта.

Затраты на 1 руб. товарной продукции — относительный показатель эффективности, который рассчитывают как отношение издержек к объему товарной продукции.

Затраты природные (или инкриментные) — дополнительные затраты, появляются в результате изготовления или продажи группы дополнительных единиц продукции.

Затраты явные — затраты, которые должно нести предприятие при выполнении производственной и коммерческой деятельности.

Затраты неявные (альтернативные, вмененные, воображаемые) — затраты, которые обусловлены отказом от одного управленческого решения в пользу другого.

Смета — предварительный расчет доходов и расходов. Выделяют *функциональные* и *консолидированную* (генеральную) сметы. Составляются *плановые* и *отчетные* сметы.

4.2. Прибыль и рентабельность

Прибыль — величина превышения выручки над затратами; цель развития предприятия. Это абсолютный показатель эффективности. Прибыль чаще всего называют основным финансовым результатом деятельности предприятия. В случае если доходы окажутся меньше расходов, фирма получает убыток. За счет прибыли собственный капитал фирмы растет (прибывает), за счет убытка — уменьшается (убывает).

Сумма покрытия (средняя величина покрытия) — разница между ценой реализации единицы продукции и средними переменными издержками. Этот показатель еще иногда называют средним маржинальным доходом. Задача этой суммы — покрыть постоянные расходы.

Рентабельность (прибыльность, доходность) — относительный показатель эффективности, показывающий, сколько прибыли получают с 1 руб. затрат, ресурсов. Выражается в процентах. В любом случае в числителе показателя будет какой-либо вид прибыли, а в знаменателе — величина тех затрат или ресурсов, прибыльность которых исследуется.

Общая рентабельность — показатель, отвечающий на вопрос «Сколько прибыли приходится на рубль имущества?», так как деньги, которые вкладываются в предприятие, приобретают форму имущества предприятия или его активов.

Рентабельность продукции — показатель, отвечающий на вопрос «Сколько прибыли приходится на рубль себестоимости продукции?». Если предприятие выпускает не один вид продукции, то для анализа и планирования прибыли необходимо вычислять рентабельность (прибыльность) отдельных видов продукции.

Рентабельность продаж (оборота) — показатель, отвечающий на вопрос «Сколько прибыли приносит каждый рубль выручки от реализации продукции?».

Рентабельность собственного капитала — показатель, отвечающий на вопрос «Сколько прибыли приходится на каждый рубль собственного капитала?». Так как активы предприятия в большинстве случаев формируются за счет собственных и заемных средств, то собственников интересует данный вопрос.

Коэффициент финансового рычага (финансовый леверидж) — показатель, отражающий соотношение стоимости имущества (активов) предприятия и размеров заемных средств.

Коэффициент операционного или производственного рычага (производственный леверидж) — показатель, характеризующий чувствительность объема прибыли к изменению объемов продаж. Высокий уровень операционного рычага наблюдается на тех предприятиях, где высока доля постоянных затрат. В этом случае незначительное изменение объема продаж приводит к значительному изменению прибыли.

4.3. Налоги и сборы, уплачиваемые фирмой

Налог — обязательный безвозмездный платеж (взнос), установленный законодательством и осуществляемый плательщиком в определенном размере и в определенный срок. Суть современных налогов состоит в том, что это общественный договор о том, в каком объеме и как граждане будут оплачивать создание общественных благ и труд людей, которых они нанимают для их создания. Налоги зачисляются в бюджет соответствующего уровня и обезличиваются в них. Этим налоги отличаются от всевозможных сборов, которые тоже в обязательном порядке безвозмездно уплачиваются плательщиками в бюджет соответствующего уровня, но при этом должны использоваться только на те цели, ради которых они взимались.

Налоговое бремя — совокупность всех выплат фирмы по установленным законом налогам и сборам.

Система налоговая — порядок, включающий совокупность предусмотренных законодательством налогов и сборов, принципов, форм и методов их сбора, устранения или отмены.

Режимы, или системы, налогообложения — порядок исчисления и взимания налогов. Выделяют *общий* и *специальные* режимы. Специальные системы предназначены для отдельных отраслей или типов предприятий. Характер их применения регулируется законодательством страны.

4.4. Финансовые (денежные) ресурсы предприятия и их источники

Финансы — экономические отношения в процессе образования и использования денежных фондов.

Источники активов предприятия собственные — источники, включающие в себя уставный капитал; выручку от реализации и про-

чей деятельности предприятия; прочие взносы юридических и физических лиц (целевое финансирование, взносы и пожертвования).

Капитал уставный — стартовый капитал, необходимый для начала деятельности предприятия. Его нижний предел ограничивается законодательно, и в зависимости от организационно-правовой формы предприятия он может называться по-разному (*складочный, акционерный, паевой* и т.п.). Формируется при создании предприятия.

Лизинг — сочетание аренды и финансовых операций для удовлетворения потребности предприятия в функциях основных фондов. Суть лизинга состоит в том, что предприниматель будет получать прибыль не от того, что он собственник активов, а от того, что он может использовать их для производства благ. Это позволяет отделить право собственности от права пользования. В отличие от простой аренды в сделке по лизингу участвуют три участника: фирма-арендатор, которая нуждается в способности основных фондов совершать действия, фирма — продавец основных фондов и финансовая организация.

Факторинг — источник покрытия потребности в оборотном капитале фирмы. Заключается в приобретении банком у клиентов требований на взыскание долгов, частичной оплате таких требований и последующем получении долга у должника.

Субвенция — бюджетные средства, предоставляемые бюджету другого уровня или предприятию на безвозмездной и безвозвратной основах на осуществление определенных целевых расходов.

Субсидия — бюджетные средства, предоставляемые другому бюджету или предприятию на условиях долевого финансирования целевых расходов.

Акция — ценная бумага, которая удостоверяет право собственности владельца на часть фирмы. Для этого уставный капитал делится на доли в денежном выражении — акции. Разделение уставного капитала на акции позволяет продавать и покупать их как физическим, так и юридическим лицам.

Облигации — эмиссионная ценная бумага, по сути, являющаяся подтверждением того, что фирма, ее выпустившая, взяла деньги в долг; долговое обязательство.

4.5. Финансовое планирование и основные показатели финансового состояния фирмы

Бюджет — это описание плана производственно-хозяйственной деятельности в денежной форме.

Баланс предприятия — сводная таблица, в которой в денежной форме описывается имущество фирмы и источники его возникновения. Имущество предприятия в стоимостной, денежной форме называется *активами* баланса. Под *пассивами* понимаются источники возникновения имущества предприятия.

Смета (от глагола «наметить») — предварительный расчет доходов и расходов.

Счет прибыли и убытков (генеральная консолидированная смета) — таблица, в которой из выручки от реализации последовательно вычитаются суммы затраты, имеющие отношение к выручке. Состав затрат, который вычитается из выручки, определяется законодательством.

План движения денежной наличности — документ, который отражает денежные потоки. Представляет собой таблицу, имеющую три основных реквизита: *приход, расход, остаток*.

Ликвидность — способность предприятия ликвидировать свои краткосрочные долги, причем независимо от источника возникновения денежных средств.

Платежеспособность — способность предприятия ликвидировать долги собственными средствами.

Устойчивость предприятия финансовая — его способность выдерживать колебания рыночной конъюнктуры, оставаясь прибыльным.

Глава 5. Научно–техническое развитие фирмы. Инновации и инвестиции

5.1. Инновации и инновационная деятельность предприятия

Инновация, инновационный процесс — процесс создания и (или) введения новшеств. Инновации, изменения могут касаться как продукта, так и процесса его изготовления и реализации¹. Выделяются *продуктовые* и *процессные* инновации. Различают по разным критериям — по степени радикальности, охвату, распространенности и т.п.

Реинжиниринг — принципиальное переосмысление и радикальная перестройка бизнес-процессов для достижения кардинальных улучшений критических современных показателей эффективности: стоимости, качества, сервиса и оперативности.

Бизнес-процесс — устойчивая, целенаправленная совокупность взаимосвязанных видов деятельности, которая по определенной технологии преобразует входы в выходы, представляющие ценность для потребителя.

Бизнес-процесс внутрифункциональный — бизнес-процесс (подпроцесс) подразделений, деятельность которых ограничена рамками одного функционального подразделения организации.

Бизнес-процессы сквозные — бизнес-процессы, проходящие через несколько подразделений организации или через всю организацию, пересекает границы функциональных подразделений. Такие процессы часто называют межфункциональными.

¹ Термин на 2013 год дискуссионный.

5.2. Инвестиции и инвестиционная деятельность предприятия

Инвестиции, или капиталовложения, — вложение в капитал. Капитал — это ресурс, который может принести доход. Выделяют реальные инвестиции и финансовые. *Реальные* — вложения в покупку основных фондов и оборотных фондов, передача имущества, т.е. вложения в активы предприятия. *Финансовые* — средства, вкладываемые в финансовые активы (инструменты) — ценные бумаги, валюта и т.п. Выделяют кратко- и долгосрочные инвестиции.

Лаг временной — промежуток времени между моментом осуществления капитальных вложений и получением результата от них.

Инвестиции приведенные, или капиталовложения приведенные, — вложения, которые для обеспечения сопоставимости показателей объема капитальных вложений и результатов «приводят» к одному моменту времени, т.е. рассчитывают стоимость на один момент времени с учетом временного лага.

Потери от «замораживания» — разница между величиной капитальных вложений, приведенной к концу внедренческого периода, и сметной величиной капитальных вложений.

Внутренняя норма доходности — это расчетная величина нормы рентабельности на данном предприятии, которую оно считает для себя минимально возможной, некий предельный уровень доходности.

Эффективность капитальных вложений — отношение прибыли к объему капитальных вложений.

5.3. Обоснование инвестиций. Бизнес-планирование

Бизнес-план — документ-обоснование нового дела или сделки. Составляется для обоснования инноваций и определения необходимого объема инвестиций, а также для определения экономической эффективности инвестиций. В окончательном виде представляется потенциальному инвестору или служит для обоснования получения денежной ссуды в банке.

Логика составления бизнес-плана (основные разделы):

- резюме;
- описание продукта;
- исследование конкурентов;
- оценка рынков сбыта;
- план продаж;
- план производства;
- план организации труда и управления;
- юридический раздел;
- прогнозирование и управление рисками;
- финансовый план.

Список литературы

Рекомендуемая литература

Грибов, В. Д. Экономика предприятия : учебник и практикум / В. Д. Грибов, В. П. Грузинов. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2013.

Елизаров, Ю. Ф. Экономика предприятия : учебник для вузов / Ю. Ф. Елизаров. — М. : Экзамен, 2008.

Иванов, Г. Г. Экономика торгового предприятия : учебник. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2012.

Иванов, И. Н. Экономика промышленного предприятия : учебник / И. Н. Иванов. — М. : ИНФРА-М, 2011.

Кондратьев, В. В. Даешь инжиниринг / В. В. Кондратьев, В. Я. Лоренц. — М. : Эксмо, 2005.

Коршунов, В. В. Экономика организации (предприятия) : учебник. — М. : Юрайт, 2013.

Уокер, Дж. Р. Введение в гостеприимство : учеб. пособие / Дж. Р. Уокер. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012.

Чалдаева, Л. А. Экономика предприятия : учебник для бакалавров / Л. А. Чалдаева. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Юрайт, 2011.

Экономика строительства : учебник / под общ. ред. И. С. Степанова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Юрайт, 2007.

Экономика фирмы : учебник для вузов / В. Я. Горфинкель [и др.]. — М. : Юрайт, 2011.

Электронные ресурсы

<http://logistics.about.com> — About.com.

<http://www.aup.ru> — Административно-управленческий портал. (Книги, статьи, исследования по экономике, менеджменту, маркетингу.)

<http://www.consultant.ru> — КонсультантПлюс. (Удобный поиск законов, кодексов, приказов и других документов.)

<http://www.economicus.ru> — Economicus. (Проект «Экономическая школа» — учебные материалы по экономическим дисциплинам.)

<http://www.ecsocman.hse.ru> — Экономика. Социология. Менеджмент.

<http://www.eur.ru> — Экономика и управление на предприятиях.

Приложение

Методические и нормативные документы по инновационной деятельности и их краткое описание¹

Стандарты ISO — семейство международных стандартов, в том числе регламентирующих построение систем менеджмента качества, информационных систем, систем охраны окружающей среды и т.д. Международная организация по стандартизации занимается выпуском стандартов. Сфера деятельности ISO касается стандартизации во всех областях, кроме электротехники и электроники, относящихся к компетенции Международной электротехнической комиссии².

Руководство по подготовке промышленных технико-экономических исследований UNIDO (ЮНИДО)³ — методика анализа инвестиционных проектов, подход к построению технико-экономических обоснований. Впервые было опубликовано в 1978 г. Имело целью дать развивающимся странам инструмент для повышения качества инвестиционных предложений и способствовать стандартизации промышленных технико-экономических исследований, которые часто оказывались не только неполными, но и плохо подготовленными. Предложенный ЮНИДО подход к подготовке технико-экономических обоснований был принят государственными министерствами, банками, организациями по содействию инвестициям, университетами и другими высшими учебными заведениями, а также консультационными фирмами и инвесторами.

New product development (NPD) — методики разработки инновационных стратегий и выполнения инновационных проектов. New product development — подготовка полномасштабного производства продукции, ранее не предлагаемой на рынке, включая такие работы, как выработка концепции, ее испытания и одобрение, научные исследования и опытные разработки, испытания опытного образца, экономические и рыночные исследования, а также принятие решений относительно размещения производства, цено-

¹ Приложение подготовлено по материалам ООО «КУБ». См.: <http://www.ab2b.ru/glossary/methodologies.htm>. Дополнительный сайт: <http://www.bestimation.ru>.

² Перечень стандартов, находящихся в публичном доступе, можно увидеть, пройдя по ссылкам <http://standards.iso.org/ittf/PubliclyAvailableStandards/index.html>, <http://www.standardsglossary.com/>.

³ Адрес официального сайта организации: <http://www.unido.ru/>.

образования, упаковки, распределения и рекламы. Новая продукция может быть вариантом уже выпускаемых изделий с существенными или незначительными изменениями, полностью новым изделием (innovation) или имитацией уже имеющегося на рынке изделия. Разработка новой продукции необходима для удержания доли рынка, поскольку для большинства видов продукции она имеет тенденцию к сокращению с течением времени. Разработка новой продукции нужна еще и потому, что она является необходимым ответом на технологические усовершенствования и изменения условий рынка. Такая работа может выполняться специально созданным для этой цели подразделением компании или может быть частью обязанностей руководителя каждого подразделения.

Классификация инновационных моделей Росвелла (Roy Rothwell) – методология стратегического управления инновационными проектами. Английский экономист Рой Росвелл проанализировал мировой опыт и помимо моделей «технологического толчка» (1G) и линейной модели «рыночного притяжения» (2G) выделил еще три поколения инновационного процесса, соответствующих разным этапам развития экономик капиталистических стран: совмещенная модель (3G), интегрированная модель (4G), модель стратегических сетей и стратегической интеграции со стейкхолдерами (stakeholders) (5G).

Методологические справочники «Семейства Фраскати» (Frascati Family) международной организации экономического сотрудничества и развития (OECD) включают в себя несколько документов.

Руководство Фраскати (Frascati Manual), посвященное НИ-ОКР (R&D). Руководство предназначено для национальных экспертов стран – членов OECD, собирающих и публикующих данные о национальных R&D проектах. Руководство посвящено измерению человеческих и финансовых ресурсов, вовлеченных в исследовательскую и экспериментальную разработку, часто называемых входными данными R&D.

Руководство Осло (Oslo Manual), посвященное инновационному процессу. Руководство представляет документ, включающий в себя концепции, определения и методологии, позволяющий разрабатывать сравнительные показатели инновационного процесса стран – членов OECD. Документ содержит концептуальное понятие структуры и характеристик инновационного процесса, базовые определение ТРР инновации и инновационных активностей, классификации и методики измерения характеристик инновационного процесса.

Руководство Канберры (Canberra Manual), посвященное управлению человеческими ресурсами. Руководство разработано для помощи в измерениях и анализе интернациональных сравнительных показателей человеческих ресурсов, вовлеченных в научно-технологическую деятельность. Документ содержит согласован-

ные с интернациональными стандартами определения типов человеческих ресурсов, типов покрытия приемлемых для интернационального сравнения, а также помощь по множеству связанных с классификацией ресурсов проблем. Кроме того, в руководстве освещаются методики измерения и структуризации резервов и потоков человеческих ресурсов в области научно-технических изысканий.

Руководство по технологическому балансу платежей (TBR Manual), посвященное проблемам измерения и интерпретации данных технологического баланса платежей.

*Отчет DSTI/STP/OECD «Доступ и расширение научно-технологической базы знаний»*¹.

Цепеобразная модель Стивена Кляйна (Stephen Kline's chain-linked model) — модель нелинейного инновационного процесса, включающая в себя базу знаний в виде самостоятельного единого элемента, содержащего помимо таксономии знаний и онтологию предметной области, наполняемую данными стратегическим и производственным уровнем модели. Ключевой особенностью модели признается акцент на социотехнической природе производства и технологий и необходимости рассматривать их в качестве сложной системы. Данная модель подразумевает множество возможных «маршрутов» инновационного процесса с возникновением многочисленных обратных связей.

Модель стадий и шлюзов Stage&Gate (Cooper G. Robert) — последовательная модель управления инновационным процессом, состоящая из стадий и шлюзов принятия решений. Подход, который можно использовать для повышения эффективности процесса развития продукта. Процесс разработки нового продукта разбивается на предустановленную последовательность этапов, каждый из которых состоит из предписанных межфункциональных и параллельных рабочих процессов. Вход на очередной этап осуществляется через «точку принятия решений» (gate). Эти «точки принятия решений» контролируют весь процесс, служат точками контроля качества и точками принятия решения о целесообразности продолжения проекта.

Концепция внешне ориентированной стратегии — концепция ориентации на заинтересованные стороны бизнеса — стейкхолдеров. Основополагающий принцип — необходимость достижения компромисса интересов всех вовлеченных и заинтересованных в бизнесе сторон. Другими словами, критерием успешности бизнеса и его стратегического развития является полнота удовлетворения интересов его стейкхолдеров, в том числе собственников, представителей власти, регуляторов международных торговых отношений, конкурентов, потребителей, технологов, экологов, по-

¹ David P. Assessing and Expanding the Science and Technology Knowledge Base / P. David, D. Foray // STI Review, 1995.

ставщиков, инвесторов, кредиторов, налоговых организаций, персонала и социальных и общественных групп.

«Шесть сигма» (SIX SIGMA) — методология управления качеством, которая ориентирована на контроль процесса в пределах стандартных отклонений и определение факторов качества в восприятии клиента. Хорошо структурированная методология управления данными в различных областях производства, сфере услуг, менеджмента и другой деловой активности. Технология «шесть сигма» базируется на хорошо изученных и апробированных статистических методах контроля качества, анализа данных и систематическом тренинге всего персонала на фирме, вовлеченного в деловую активность или процесс, который получил статус «процесс шесть сигма».

Понятие «сигма» в статистике означает стандартное отклонение от некоей совокупности величин; применительно к бизнесу — дефект. Система «шесть сигма» состоит из шести уровней, каждому из которых соответствует определенная фиксированная доля дефектов на миллион возможностей. По этой шкале измеряется качество ключевых для компании процессов.

Project Management Body of Knowledge (PMBoK) — свод знаний по управлению проектами. Представляет собой сумму профессиональных знаний по управлению проектами. Руководство PMBoK фиксирует части Свода знаний по управлению проектами, что обычно считается хорошей практикой. Менеджеры по управлению проектам используют этот документ в качестве основного справочного материала для своих программ по профессиональному развитию. Является Американским национальным стандартом.

В этом стандарте описываются суть процессов управления проектами в терминах интеграции между процессами и взаимодействий между ними, а также цели, которым они служат. Эти процессы разделены на пять групп, называемых «группы процессов управления проектом». Также PMBoK раскрывает методики ведения аналитических работ, прототипирование, итеративность и даже применение систем искусственного интеллекта для прогноза завершения проекта по срокам и бюджету.

Цикл Деминга (plan, do, check, act — PDCA) — универсальный цикл управления. Циклический повторяющийся процесс принятия решения, используемый в управлении процессами. Данный подход декларирует наличие четырех фаз управления: планирование, исполнение, контроль, корректирующее воздействие, циклическое выполнение которых является ядром процесса непрерывного улучшения качества, стандартизованного ISO. Также известен как Deming cycle, Shewhart cycle, Deming wheel или plan-do-study-act.

American productivity & quality center process classification framework (APQC PCF) — классификация основных и вспомогательных бизнес-процессов компании, разработанная на основе

анализа best practice американским концерном производительности и качества (APQC). Этот концерн предлагает кросс-отраслевую спецификацию бизнес-процессов предприятия и ключевых показателей эффективности этих процессов, сформированных в результате информационного обмена крупнейших и успешнейших организаций мира. Данная классификация де-факто признана стандартом описания бизнес-процессов и включает в себе лучший мировой опыт бизнес-инжиниринга.

5М — классификация производственных ресурсов — методика описания ресурсного потребления. Классификация ресурсов 5М выделяет следующие категории производственных ресурсов, используемых бизнес-функциями и технологическими операциями: технолгия (method), персонал (man), оборудование (machinery), материалы (material), производственная среда (un milieu ouvrier).

Active-based costing (ABC), или active-based budgeting (ABB), — метод измерения стоимости и производительности, основанный на действиях и объектах издержек. ABC или в русскоязычной терминологии ФСА (функционально-стоимостной анализ) — методология анализа затрат в привязке к производящим затраты функциям (операциям). С помощью идентификации всех составных элементов производственного процесса и учета (расчета) генерируемых этими элементами затрат достигается высокая точность оценки себестоимости производимой продукции, обоснованное отнесение постоянных затрат на себестоимость конкретного продукта или услуги. Кроме того, использование данного подхода позволяет осуществлять высокоточное имитационное моделирование, анализировать стоимостное выражение технологических изменений или организационных инноваций.

Balanced scorecard (BSC), key performance indicators (KPI) — система сбалансированных показателей, методика стратегического управления по ключевым показателям бизнеса. Данная методика построена в соответствии с подходом управления по целям (management by objectives) и подразумевает построение иерархии целей организации в следующих стратегических измерениях: финансы, клиенты, внутренние процессы, обучение и рост. Каждая цель снабжается ключевыми показателями достижения этой цели, что вкупе с иерархической структурой показателей и учетом их взаимного влияния позволяет обеспечить согласованность управления организацией на всех уровнях — стратегическом, тактическом и операционном. Ключевой особенностью является сбалансированность подхода, которая достигается комплексным охватом и учетом взаимного влияния четырех наиболее важных перспектив, в то время как ранее внимание уделялось только финансовым показателям эффективности.

Методика освоенного объема (earned value) — методика анализа экономической эффективности. Ряд методов, объединенных под общим названием, использующихся для измерения и контро-

ля эффективности выполнения проектов. Метод основан на использовании числовых показателей, рассчитываемых по ходу проекта. Применяется в методологиях управления проектами. Постоянное отслеживание освоенного объема и других показателей позволяет менеджеру проекта прогнозировать как успешность его завершения, так и риски выхода из намеченных сроков, бюджета и др. Основными показателями являются: EV — освоенный объем; AC ($ACWP$) — фактическая стоимость, также фактическая стоимость выполненных работ; PV — плановый объем; CV — отклонение по стоимости; SV — отклонение по срокам; и ряд других.

Покупайте наши книги:

В офисе издательства «ЮРАЙТ»:

111123, г. Москва, ул. Плеханова, д. 4а,
тел.: (495) 744-00-12, e-mail: sales@urait.ru, www.urait.ru

В логистическом центре «ЮРАЙТ»:

140053, Московская область, г. Котельники, мкр. Ковровый, д. 37,
тел.: (495) 744-00-12, e-mail: sales@urait.ru, www.urait.ru

В интернет-магазине «ЮРАЙТ»: www.urait-book.ru,
e-mail: order@urait-book.ru, тел.: (495) 742-72-12

Для закупок у Единого поставщика в соответствии
с Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ (ст. 93)
обращаться по тел.: (495) 744-00-12, e-mail: sales@urait.ru, vuz@urait.ru

**Новые издания и дополнительные материалы доступны
в электронной библиотечной системе «Юрайт»
biblio-online.ru**

Учебное издание

**Мокий Михаил Стефанович,
Азоева Ольга Валентиновна,
Ивановский Василий Серафимович**

ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ

Учебник и практикум для СПО

Под редакцией *М. С. Мокия*

Формат 84×108¹/₃₂.

Гарнитура «Petersburg». Печать цифровая.
Усл. печ. л. 17,54. Тираж 60 экз. Заказ № 692

ООО «Издательство Юрайт»

111123, г. Москва, ул. Плеханова, д. 4а.
Тел.: (495) 744-00-12. E-mail: izdat@urait.ru, www.urait.ru