ЗОЛОТОЙ ФОНД РОССИЙСКИХ УЧЕБНИКОВ

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

Под редакцией профессора***А. В. Колышкина***
[и др.]

Четвертое издание, переработанное и дополненное

Рекомендовано Министерством образования Российской Федерации в качестве ***учебника*** *для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям*

ЮНИТИ
UNITY
Москва • 2020

УДК 658(075.8) ББК 65.290я73 Э40
Рекомендовано Учебно-методическим центром «Профессиональныйучебник» вкачествеучебника для студентов высшихучебныхзаведений

Р е ц е н з е н т ы : *кафедра предпринимательства Государственного университета управлении* (зав. кафедрой д-р экон. наук, проф. М.Г. Лапуста): д-р экон. наук, проф. *В.К. Ващенко*

Главный редактор **издательства** кандидат юридических наук, доктор экономических наук *Н.Д. Эриашвили*

Экономика предприятия: Учебник для вузов /Под ред. **Э40** проф. А. В. Колышкин [и др.]. — 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020. - 670 с. - (Серия «Золотой фонд российских учебников»).

ISBN978-5-238-01201-8

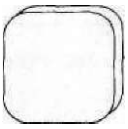
Четвертое издание учебника (1-е изд.. 1996 г., удостоено Диплом:! 1 степени конкурса «Деловая Россия». 2-е изд.. 1998 г., отмечено в числе лучших отечественных учебников по экономике; 3-е изд., 2000 г., удостоено Диплома I степени конкурса Академии экономических наук **и** предпринимательской деятельности) отличается более широким **кругом** рассматриваемых вопросов. Включены новые материалы по среде функционирования предприятия, по трудовым ресурсам, производственной и инфраструктуре предприятия, организации производственного процесса, механизму управления предприятием, экстенсивным и интенсивным факторам его развития.

Более подробно рассмотрена инновационная и инвестиционная деятельность предприятия, показаны собственные и заемные средства, расходы и доходы предприятия.

Для студентов высших учебных заведений, обучающихся по **спевдальности** «Экономика и управление на предприятии» и по другим экономическим специальностям.

ББК 65.290я73

ISBN 978-5-238-0I201-8 © Коллектив авторов. 1996. 1998, 2000, 2020
© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 1996. 1998. 2000, 2020
Воспроизведение всей книги или какой-либо **ее** части любыми средствами или в какой-либо форме, в том числе в Интернет-сети, запрещается без письменного разрешения издательства.



Предисловие

В условиях рыночных отношений центр экономической деятельности переместился к основному звену всей рыночной экономики — предприятию. Именно на этом уровне создается нужная обществу продукция, оказываются необходимые услуги. На предприятии сосредоточены наиболее квалифицированные кадры. Здесь решаются вопросы экономного расходования ресурсов, применения высокопроизводительной техники и технологии. На предприятии организуется производственный процесс, разрабатываются стратегические, текущие и оперативные планы, осуществляется эффективное управление — менеджмент. Здесь происходит инновационная и инвестиционная деятельность, принимаются меры по экономному использованию финансовых ресурсов.

Все это требует глубоких экономических знаний. В условиях рыночной экономики выживет лишь то предприятие, которое наиболее грамотно и компетентно определит требования рынка, создаст и организует производство продукции, пользующейся спросом, обеспечит высоким доходом высококвалифицированных работников.

Поставленные задачи возможно выполнить лишь при хорошем усвоении основ экономики предприятия. Помочь в освоении этой дисциплины — назначение данного учебника.

Что же понимается под термином «экономика»? В классическом определении П. Самуэльсона экономика — это наука о том, как общество использует определенные ограниченные ресурсы для производства полезных продуктов и распределяет их среди различных групп людей. Поэтому экономика предприятия — наука о том, как это осуществляется в рамках каждого отдельно взятого предприятия.

Экономика как наука изучает теоретические основы и практические формы функционирования рыночных структур и механизмы взаимодействия субъектов экономической деятельности общества. В зависимости от уровня изучения процессов и явлений экономической жизни обычно различают макроэкономику и микроэкономику.

Макроэкономика рассматривает экономику как единое целое и исследует процессы формирования совокупного спроса и предложения, национального дохода и валового национального продукта, анализирует влияние бюджетной политики правительства и денежной политики центрального банка на экономический рост, инфляцию и уровень безработицы. Другими словами, эта наука

исследует регулирование макроэкономических процессов со стороны государства.

Уровень макроэкономического анализа относится либо к экономике в целом, либо к составляющим ее подразделениям — отраслям национальной экономики. Изучая эти отрасли, макроэкономика ставит перед собой задачу представить общую картину структуры экономики и взаимосвязей между отраслями народного хозяйства. Говоря о подразделениях макроэкономики, имеют в виду такие отрасли народного хозяйства, как промышленность, сельское хозяйство, транспорт, связь, торговля, материально-техническое обеспечение, заготовки и др.

Макроэкономические исследования различных экономических проблем охватывает анализ таких показателей, как общий **объем** продукции, общий уровень занятости, общий объем дохода, общий объем расходов, общий уровень цен и т.п.

Микроэкономика исследует поведение отдельных элементов и структур, таких как отрасли производства и предприятия, товарные и финансовые рынки, банки, различные фирмы, домашние хозяйства и др. Она изучает, как устанавливаются объемы производства отдельных товаров и цены на них, как влияют налоги на сбережения населения и т.п.

Отдельный раздел изучения рыночной экономики с точки зрения микроэкономики — вопросы экономики и организации предпринимательской деятельности. Сюда входят организационные формы и правовые основы бизнеса, вопросы финансового и хозяйственного планирования фирмы, способы мобилизации капитала для развития бизнеса, методы оценки уровня монополизации рынка, вопросы ценообразования, расчета издержек производства и реализации продукции, процедуры заключения предпринимательских сделок и др. Как отмечают К.Р. Макконнелл и С.Л. Брю, «когда экономист обращается к такому уровню анализа он, фигурально выражаясь, помещает экономическую единицу или очень маленькую часть экономики под микроскоп и детально изучает аспекты ее функционирования»[1].

Однако строго очерченной границы между макроэкономикой и мироэкономикой нет, многие темы и разделы экономики общие.

---

[1] *Макконнелл К.Р., Брю С.Л.* Экономикс: Принципы, проблемы и политика: Пер. с **англ.** - М.: Республика, 2019. - Т. 1. — С. 22.

Предисловие

Учебник подготовлен в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по специальности 060800 «Экономика и управление на предприятии (по отрасли)». Он может быть рекомендован для всех экономических специальностей как комплексное изложение вопросов экономики, управления и планирования на предприятии в условиях рыночной экономики.

Это четвертое издание, исправленное и дополненное. Оно существенно отличается от предыдущих, в нем учтены происшедшие за последние годы изменения. Учебник дополнен главами, раскрывающими вопросы среды функционирования предприятия, форм и методов организации производства, рассмотрены проблемы управления и реструктуризации предприятий, управления персоналом. Изложены факторы развития предприятий, показана инновационная и инвестиционная деятельность на предприятии. Уделено внимание финансовым ресурсам, аналитической деятельности на предприятии.

При рассмотрении предприятия как субъекта и объекта предпринимательской деятельности выделены виды и формы такой деятельности, уделено внимание развитию малых предприятий. Рассматривая инновационную деятельность предприятия, авторы дополнили ее исследованием коммуникаций. В учебнике достаточно много материала по расходам и доходам, издержкам производства, аналитической деятельности, ценовой политике предприятия. В заключительной главе рассмотрено банкротство предприятий и его профилактика. Внесены и другие дополнения и изменения, улучшающие, на взгляд авторов, содержание учебника. Это приближает его к потребностям не только студентов и преподавателей, но и руководителей, работников экономических служб предприятий, организаций, всех интересующихся вопросами экономики предприятия.

Настоящее издание учебника — результат совместной работы большого коллектива профессоров и преподавателей кафедры «Экономика предприятий и предпринимательства» и других кафедр Всероссийского заочного финансово-экономического института, а также преподавателей ряда других вузов.

Авторы будут признательны читателям за предложения по дальнейшему улучшению структуры и содержания учебника.

Авторы учебника

Руководитель авторского коллектива — ректор ВЗФЭИ, академикА.Н. Романов.

В.Я. Горфинкель — докт. экон. наук, профессор, заслуженный профессор ВЗФЭИ: предисловие, гл. 1, 3, 5, 6, 12, 19, 23, 29, 31.

В.А. Швандар — докт. экон. наук, профессор: гл. 15, 23, гл. 25 совместно с канд. экон. наук, доцентом *А. В. Раковым.*

Л.Я. Аврашков — докт. экон. наук, профессор: гл. 22 совместно с канд. экон. наук *А.В. Графовым.*

О. В. Антонова — канд. экон. наук, доцент: гл. 33.

А. И. Базилевич — канд. экон. наук, доцент: гл. 11, 24.

Л.В. Бобков — канд. экон. наук, доцент: гл. 14.

Г.А. Васильев — канд. экон. наук, доцент: гл. 28. *М.А. Бахрушина* — докт. экон. наук, профессор: гл. 32 совместно со ст. преп. *М. И. Сидоровым.*

Л.А. Дремова — докт. экон. наук, профессор: гл. 20.

М.М. Максимцов — канд. экон. наук, доцент: гл. 34.

В.М. Маслова — докт. экон. наук, профессор: гл. 16.

В.Д. Мостова — канд. экон. наук, доцент: гл. 9, 18.

Л.М. Бурмистрова — канд. экон. наук, доцент: гл. 10. *Н.А. Нагапетьянц* — докт. экон. наук, профессор: гл. 21.

Т. Г. Попадюк — канд. экон. наук, доцент: гл. 4, 13. *О.В. Португалова* — канд. экон. наук, профессор: гл. 30.

В.П. Прасолова — ст. преп., доцент: гл. 8, 29.

М.П. Ратанова — канд. географ, наук, доцент: гл. 26.

В.И. Фатеева — канд. экон. наук, профессор: гл. 7.

Д.В. Швандар — канд. экон. наук, доцент: гл. 17.

К.В. Швандар — канд. экон. наук, доцент: гл. 27.

Н.Д. Эриашвили — докт. экон. наук, профессор: гл. 2. Научное редактирование учебника осуществили докт. экон. наук, профессор В.Я. Горфинкель и докт. экон. наук, профессор В.А. Швандар.

Авторы выражают признательность Н.А. Добронравовой за техническую помощь при подготовке рукописи к изданию.

Раздел

Предприятие в условиях рыночной экономики

Глава 1. Предприятие как субъект и объект предпринимательской деятельности
Глава 2. Нормативно-правовые акты, регламентирующие

деятельность предприятий Глава 3. Среда функционирования предприятия: внешняя и внутренняя Глава 4. Продукция предприятия. Конкурентоспособность продукции Глава 5. Виды и формы предпринимательской деятельности Глава 6. Малые предприятия и их развитие

л Глава

'Предприятие как субъект и объект предпринимательской деятельности

1.1 Цель создания и функционирования предприятия

На всех этапах развития экономики основным звеном является предприятие. Именно на предприятии **осуществляется** производство продукции, оказываются различного рода услуги, происходит непосредственная связь работника со средствами производства. Под самостоятельным предприятием понимается производственная единица, обладающая производственно-техническим единством, организационно-административной и хозяйственной самостоятельностью. Предприятие самостоятельно осуществляет свою деятельность, распоряжается выпускаемой продукцией, полученной прибылью, оставшейся в его распоряжении после уплаты налогов и других обязательных платежей.

Ключевой фигурой рыночных отношений выступает предприниматель. При этом субъектом предпринимательской деятельности может быть как отдельный гражданин, так и объединение граждан. Таким образом,

предприятие — это *самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный предпринимателем или объединением предпринимателей для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.*

На I января 2003 г. в России насчитывалось 3845,3 тыс. предприятий и организаций. Их распределение по отраслям экономики показано в табл. I. I.

Таблица 1.1. ***Число предприятий и организаций по отраслямэкономики (на 1 января, тыс.)***

Отрасль экономики	*1995*	*2010*	*2015*	*2019*
Всего	1946,3	3106,4	3593,8	3845,3
В том числе:				
Промышленность	288,7	371,6	401,5	421,1
Сельское хозяйство	287,2	324,0	313.6	314,0
Лесное хозяйство	4,2	4,4	4,7	4,7
Строительство	235,4	309,4	341,7	363,7

Продолжение табл. 1.1

Отрасль экономики	*1995*	*2000*	*2002*	*2003*
Транспорт и связь	47,5	73,9 и 12,9	88,4 и 15,1	97,2 и 16,3
Торговля и общественное питание	524,9	1032,9	1271,0	1389,2
Оптовая торговля продукцией производственно-технического назначения	31,8	43,2	57,9	64,1
Информационно-вычислительное обслуживание	9,5	13,7	20,2	22,9
Операции с недвижимым имуществом	4,8	20,3	31,6	38,7
Общая коммерческая деятельность по обеспечению функционирования рынка	58,2	108,5	141,9	157,1
Геология и разведка недр, геодезическая и гидрометеорологическая службы	3,8	5,5	6,3	7,2
Жилищно-коммунальное хозяйство	23,5	44,8	51,6	56,6
Непроизводственные виды бытового обслуживания населения	17,7	23,6	27,4	29,5
Здравоохранение, физическая культура и социальное обеспечение	56,5	84,5	1100,6	109,2
Образование	44,3	111,8	143,3	150,9
Культура и искусство	33,5	51,2	59,7	64,5
Наука и научное обслуживание	91,1	107,7	114,0	117,1
Финансы, кредит, страхование, пенсионное обеспечение	36,6	53,5	60,2	63,9
Управление	72,4	85,5	78,1	78,7
Общественные объединения	41,1	166,8	196,2	203,5

Источник: Россия в цифрах. 2020: Крат. стат. сб. — М.: Госкомстат России, 2003. - С. 157.

Цель деятельности предприятия — удовлетворение общественных потребностей и получение прибыли. В дореформенной России основной целью предприятия считалось удовлетворение общественных потребностей. Можно ли сегодня, в условиях рыночной экономики, отбросить, исключить эту цель и оставить единственной целью получение максимально возможной прибыли? Полагаем, что нет.

Действительно, основная цель предпринимательства — получение прибыли, но не любой ценой. Цивилизованные рыночные отношения требуют разумного

сочетания обеих целей. Конечно, следует согласиться с тем, что бизнес — это экономическая деятельность предпринимателей, их искусство **и** способность приносить все возрастающие размеры прибыли, обеспечивать высокий уровень рентабельности. Вместе с тем развитие бизнеса в условиях открытой экономики способствует насыщению потребительского рынка товарами и услугами, активизирует структурную перестройку экономики, стимулирует внедрение научно-технических достижений, способствует всемерному повышению эффективности производства.

Приступая к созданию предприятия, любой предприниматель или группа предпринимателей должны иметь перед собой четкую и ясную идею, которая должна быть подкреплена системой постоянного получения заказов на производимую продукцию или оказываемые услуги. Намечаемые выпуск продукции, оказание услуг должны быть обеспечены всеми необходимыми материальными ресурсами. Наконец, начиная новое дело, предпринимателю следует продумать возможность постоянного пополнения своего капитала. Все эти вопросы необходимо достаточно подробно отразить в основномдокументе—*предпринимательском бизнес • -плане".*

Важным качеством любого предпринимателя современного предприятия является способность гибко реагировать на изменение ситуации. Для этого надо быть компетентным в избранной сфере деятельности, обладать необходимыми чертами характера: целеустремленностью, упорством, готовностью к неудачам, способностью учиться и делать выводы из своих ошибок. Следует подобрать надежных партнеров и соратников, надо быть готовым к конкурентной борьбе. Нужно четко организовать маркетинг, уметь поддерживать неформальные связи, а на более поздних этапах — официальные отношения как с поставщиками сырья, материалов, полуфабрикатов, комплектующих изделий, так и с потребителями продукции, с заказчиками.

Современное предприятие — сложная организационная структура. В рыночных условиях возрастает значение трех основных направлений организации промышленного предприятия:

- ♦ научной организации производства;
- ♦ научной организации труда;
- ♦ научной организации управления.

Научная организация производства имеет цель создать оптимальную технико-технологическую систему на предприятии. Это надежно и эффективно функционирующие производственное оборудование и технология, упорядоченные технико-организационные взаимосвязи работников.

Содержание и порядок составления бизнес-плана подробно рассмотрены в гл. 19.

Задача ***научной организации труда (НОТ)*** — построение здоровых формальных отношений в коллективе работников, включающее систему мер по созданию условий для высокопроизводительного, эффективного творческого труда. Но возможности НОТ ограничены технико-технологическим состоянием предприятия, его финансовыми и экономическими активами.

Научная организация управления — это система технических, экономических и гуманитарных средств, обеспечивающих целенаправленность воздействия на материальную и человеческую подсистемы предприятия. Она способствует их взаимодействию в целях достижения наилучшего материально-технологического и экономического эффекта.

Любая предпринимательская акция — это организация взаимосвязей между людьми. И чем более основательно она воссоздана и умело регулируется, тем больше надежд на получение экономической выгоды, на прибыльное возмещение понесенных затрат.

После принятия решения о создании нового предприятия предстоит пройти ряд обязательных этапов. Порядок создания нового предприятия можно проследить на рис. 1.1.

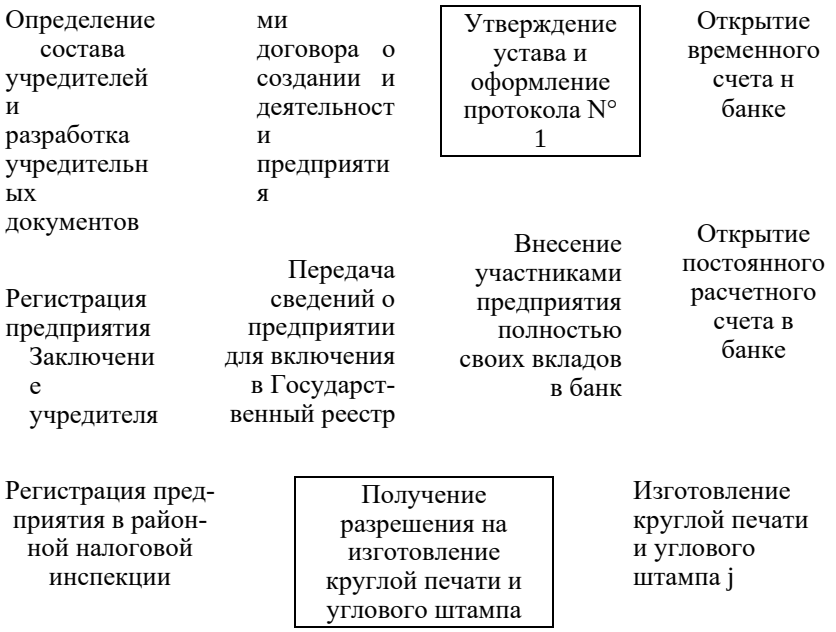


Рис. 1.1. Порядок создания нового предприятия

На начальном этапе создания нового предприятия определяется состав учредителей и разрабатываются учредительные документы: устав предприятия и договор о создании и деятельности предприятия с указанием его организационно-плановой формы. Наряду с этим оформляется протокол № 1 собрания участников создаваемого предприятия о назначении директора и председателя ревизионной комиссии. Затем открывается временный счет в банке, куда в течение 30 дней после регистрации предприятия должно поступить

не менее 50% уставного капитала. Далее предприятие регистрируется по месту своего учреждения в местном органе власти. Для государственной регистрации в соответствующий орган представляются следующие документы:

- ♦ заявление учредителя (или учредителей) о регистрации;
- ♦ устав предприятия;
- ♦ решение о создании предприятия (как правило, постановление собрания учредителей);
- ♦ договор учредителей о создании и деятельности предприятия;
- ♦ свидетельство об уплате государственной пошлины.

Если установленный порядок создания предприятия нарушен или отсутствуют необходимые учредительные документы, или представленные документы не соответствуют требованиям законодательства, заявителю предоставлено право обратиться в суд, который примет окончательное решение.

Когда регистрация завершена и получено свидетельство о регистрации, все сведения о новом предприятии передаются в Министерство финансов РФ для включения предприятия в Государственный реестр предприятий. Здесь предприятию присваиваются коды Общероссийского классификатора предприятий и организаций.

Наступают заключительные этапы создания нового предприятия. Участники полностью вносят свои вклады (не позднее чем через год после регистрации), открывают постоянный расчетный счет в банке, предприятие регистрируется в районной налоговой инспекции, заказывает и получает круглую печать и угловой штамп. С этого момента предприятие начинает функционировать как самостоятельное юридическое лицо.

Если предприятие создается как акционерное общество, его учредителям предстоит также осуществить подписку на акции. При открытой подписке учредители публикуют извещение о предстоящей подписке, в котором указывают предмет, цели и сроки деятельности будущего акционерного общества, состав учредителей, дату проведения учредительной конференции, намечаемый размер уставного фонда, число и виды акций, их номинальную стоимость,

сроки начала и окончания подписки на акции и другие требуемые сведения. Подписавшиеся на акции обязаны внести до дня созыва учредительной конференции не менее 30% их номинальной стоимости. Если все акции распределяются между учредителями, то взнос должен составить не менее 50%. Полностью выкупить акции акционер обязан не позднее чем через год после регистрации акционерного общества.

Затем проводится учредительная конференция. В ее задачу входит решение таких вопросов, как:

- ♦ создание акционерного общества (АО);
- ♦ утверждение устава АО;
- ♦ размер уставного фонда после завершения подписки на акции;

♦ выборы руководящих органов АО и др.

После успешного завершения учредительной конференции проводится регистрация вновь созданного акционерного общества, и оно может начинать функционировать.

За рубежом сложились определенные разновидности, типы предприятий. Представляют интерес шесть типов собственного предприятия, рекомендуемые известным экономистом Г. Берлом[1]. В их числе:

♦ инкубаторы:
♦ надомный бизнес;
♦ блошиные рынки;
♦ предприятия, выполняющие заказы почтой;
♦ передвижные предприятия или предприятия временного характера;
♦ продажа товаров на вечеринках и во время демонстраций товара.

Все эти типы бизнеса имеют ряд общих черт и ряд особенностей. В числе общих черт: индивидуалистичность характера деятельности; очень низкие либо очень гибкие требования к первоначальному капиталу; подвижность, переменчивость предприятий.

Касаясь особенностей каждого типа, надо отметить следующее. *Прелпркятж-инкубатор* служит как бы зонтом, обеспечивающим другим, как правило, малым предприятиям, необходимое состояние делового климата: помещение, оборудование, консультативный совет из специалистов и экспертов, возможности получения необходимого капитала и др.

Надомный бизнес должен быть «тихим», не нарушающим правил общежития в данном районе. Однако это не означает, что ваша деятельность обязательно ограничена домом. Многие виды услуг

Берл Г. Создать свою фирму. — М.: Дело Лтд, 1994. — С. 68.

надомного бизнеса могут оказываться вне дома, например настройка пианино, тренерская работа, работа экскурсовода, услуги по консультированию и т.д.

В случае надомного бизнеса могут понадобиться домашний телефон (свой или дополнительный), желательно с автоответчиком, копировальная техника, компьютер. В условиях надомного бизнеса надо иметь большую силу воли, чтобы не отвлекаться от работы. Отсутствие же волевых качеств может привести бизнес к краху.

Блошиные рынки ныне широко распространены в России, хотя называть их так нередко не решаются. Участвовать в этом бизнесе могут как мелкие производители, так и розничные и оптовые торговцы. Во всем мире такие рынки очень развиты, здесь можно изучить спрос на продукцию, купить небольшие партии товара для перепродажи и т.п. И все это — при минимальных затратах.

Высоких специальных знаний, большой сосредоточенности усилий, времени, капитальных вложений требует бизнес *услуги— почтой.* Здесь для получения

достаточного количества заказов, обеспечивающих гарантированную прибыль, необходимо охватить значительное число людей. В условиях этого вида бизнеса процент реальных заказов очень мал, и для того чтобы выжить и получить прибыль, необходимо делать существенную наценку на товар. Этот вид бизнеса получает в России все большее развитие.

Наряду с блошиными рынками и почтовыми услугами за последние годы в России получили широкое распространение *передвижные, или временные, торговые точки.* В них продаются одежда, обувь, галантерея, парфюмерия, произведения искусства и др. Здесь же предлагаются горячие закуски, пироги и прочая снедь. Как правило, сооружения эти или место для торговли арендуются на незначительный или на неопределенный срок. Оснащение таких торговых точек минимальное, складские помещения в сущности не нужны. При этом следует выбирать такой товар, который имеет быструю оборачиваемость и не является конкурентным по отношению к товарам окружающих вас постоянных продавцов на данном рынке.

Наконец, такой вид бизнеса, как *торговля на вечеринках* и *по образцам.* По сравнению с другими видами предпринимательской деятельности здесь требуется относительно меньше хлопот и затрат. Однако надо иметь возможность попадать на различные приемы, домашние вечеринки.

Все рассмотренные типы бизнеса на первый взгляд кажутся очень простыми. Однако только глубокое изучение каждого из них,

проводимые исследования и наблюдения позволят сделать правильный выбор для организации нового собственного дела.

Перед началом собственного дела следует выполнить так называемую маркетинговую разведку, т.е. найти свою рыночную нишу. При этом следует обратить внимание на ряд условий:

- ♦ политические факторы — стабильность политической системы, защита собственности, инвестиций;
- ♦ социально-экономические — состояние покупательной способности отдельных слоев общества, на удовлетворение нужд которых будет работать ваше предприятие; здесь же следует обратить внимание на возможную конкуренцию, движение инфляционных процессов, состояние финансово-кредитной системы;
- ♦ правовые — наличие и состояние законодательной базы предпринимательства.

Далее необходимо решить вопрос об организационно-правовой форме вновь создаваемого предприятия. При выборе формы следует учитывать стартовые условия предприятия. Большинство предпринимателей избирают форму товарищества с ограниченной ответственностью как наиболее приемлемую. При такой форме участники общества не отвечают по его

обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

Далее возникает вопрос об учредителях, при подборе которых следует учитывать их платежеспособность, деловую порядочность, полное взаимное доверие. Практика показывает, что нередко учредители, начав свой бизнес и столкнувшись с определенными трудностями, расходятся, а иногда и становятся врагами. Поэтому при подборе учредителей следует проявить тщательность и неторопливость.

Любое предприятие функционирует не в вакууме. Множеством каналов оно связано с другими предприятиями и организациями, поставщиками и покупателями. Ниже мы рассмотрим производственные и рыночные связи предприятий.

1.2 Производственные и рыночные связи предприятия. Конкуренция и предприятие

В современных условиях развития экономики любой предприниматель, а тем более предприниматель, занимающийся производственной деятельностью, сталкивается с множеством проблем. Первая из них — найти себя в хозяйственном пространстве, или, как говорят, свою хозяйственную нишу. Предпринимателю предстоит изучить состояние рынка, предложение и спрос на те или иные товары в интересующей его отрасли, регионе. Следует предусмотреть возможные препятствия или ограничения. Надо изучить возможность получения льгот — заемных, налоговых и др. и, таким образом, определить общие условия инвестирования средств.

Все эти данные открыты, доступны, содержатся в многочисленных публикациях, в статистической информации, законодательных актах. Дополнят информацию осведомленные частные лица. Этой нередко очень ценной информацией не следует пренебрегать.

Определив свою хозяйственную нишу, предприниматель может принимать решение о специализации своего предприятия. Потребуется оценить возможности будущих потребителей, узнать все возможные сведения о конкурентах, решить вопрос о технике и технологии, с помощью которых будет производиться продукция.

Немаловажное значение имеет выбор формы предпринимательства — индивидуальной или коллективной. Избрав индивидуальную форму, предприниматель действует на свой страх и риск. Его предприятие является частным, оно принадлежит ему на праве собственности или членам его семьи на праве общей долевой собственности, и в случае неудачи собственник несет полную

ответственность по обязательствам предприятия и расплачивается своими средствами и своим имуществом.

Сделав выбор в пользу коллективной формы, предприниматель делит ответственность с партнерами по предприятию. Такая форма позволяет уменьшить риск, привлечь дополнительные ресурсы.

Выбор формы предприятия — весьма ответственное дело. Поэтому не следует ограничиваться только собственными интуицией и предпочтениями. Необходимо учитывать и хозяйственную и правовую среду, общественный порядок, в которых предстоит действовать предприятию.

Следующий шаг—*формирование производственной базы.* Предпринимателю предстоит приобрести или взять в аренду производственные и складские помещения, оборудование, станки, инструмент, приобрести сырье и материалы, полуфабрикаты, комплектующие изделия, привлечь рабочую силу. По этому поводу предприятие вступает в отношения с производителями оборудования, поставщиками сырья и материалов, с посредническими фирмами. Работники нанимаются на бирже труда, через объявления в прессе и другими путями.

Важный этап — *привлечение финансовых средств.* Собственных средств у предпринимателя или у его партнеров для начала и развития дела, как правило, недостаточно. Дефицит денежных средств можно преодолеть, выпустив акции, т.е. частично передав права на участие в капитале и прибыли предприятия, собственные долговые обязательства, а также получив займы в коммерческих банках.

Предприятие вступает во взаимоотношения с юридическими и физическими лицами, приобретающими его акции или долговые обязательства, а также с коммерческими банками. Кредиты банка подразделяются на краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные. Специфика переходного периода к рынку, сложившегося ныне в нашей стране, привела к тому, что наибольший интерес у обеих сторон (и у предприятия, и у банка) вызывают краткосрочные ссуды. Они выдаются банками, как правило, на 30, 60 и 90 дней, т.е. до трех месяцев.

Предоставление банками кредитов предприятиям нередко сопровождается различными страховыми операциями. Страхованию могут подлежать здания, запасы материальных ценностей и др. В этом случае предприятия вступают в деловые взаимоотношения со страховыми компаниями.

Выпуская акции, облигации, другие ценные бумаги или приобретая их, предприятия обращаются к фондовому рынку, т.е. рынку ценных бумаг. Здесь перечень организаций, с которыми предприятия вступают во взаимоотношения, достаточно велик. Это фондовые биржи, кредитно-финансовые институты, инвестиционные фонды, индивидуальные инвесторы и др. Таков далеко не полный перечень производственных и рыночных связей предприятия. По мере дальнейшего развития рыночных отношений перечень этот будет расширяться и дополняться.

Важнейшим фактором в рыночной среде является дух соперничества. Он в значительной мере определяет формы хозяйственной деятельности людей. Наиболее яркое проявление соперничества — конкуренция.

Конкуренция — это *экономическое состязание изготовителей одинаковых товаров на рынке за привлечение как можно большего числа покупателей и получение благодаря этому максимальной выгоды.*

Конкуренция — важное средство контроля в рыночной системе. Рыночный механизм предложения и спроса доводит пожелания потребителей до предприятий — изготовителей продукции, а через них — до поставщиков ресурсов. Однако именно конкуренция заставляет предприятие-изготовителя и поставщиков ресурсов надлежащим образом удовлетворять пожелания потребителей. Конкуренция вызывает расширение производства и понижение цены продукта до уровня, соответствующего издержкам производства.

Однако этим не ограничивается положительное воздействие конкуренции на экономику и ее эффективность. Конкуренция заставляет предприятия наиболее полно воспринимать научно-технические достижения, применять эффективные технику, технологию, современные методы организации производства и труда.

Понятием, противоположным конкуренции, является *монополия,* в условиях которой на рынке имеется только один продавец и множество покупателей. Являясь единственным производителем данного товара, монополист устанавливает на этот товар на рынке монопольно высокую цену. В результате общество будет нести повышенные издержки, так как относительно меньше потребителей будут покупать товар, произведенный и предлагаемый в условиях монополии, а те, кто купит его, заплатят за него больше. В условиях свободной конкуренции у монополиста меньше предложений.

Будучи единственным производителем данного товара, монополист находится в очень выгодном положении. Он может свободно повышать цену товара, так как не беспокоится о конкурентах, которые, назначая более низкую иену могли бы захватить рынок. Однако это не означает, что монополист может бесконечно повышать цену, назначить ее сколь угодно высокой. Прежде чем принять решение о цене, монополист изучает рыночный спрос, анализирует издержки своего производства, издержки сбыта продукции. Характер кривой рыночного спроса таков, что чем выше цена, тем ниже спрос, и наоборот; при этом монополист устанавливает цену товара и определяет объем ею производства и продажи.

В классической экономической литературе (в частности, в трудах А. Смита) существует термин «невидимая рука». Суть его в том. что предприятия-изготовители и поставщики ресурсов, добивающиеся увеличения собственной выгоды и действующие в рамках остроконкурентной рыночной системы, одновременно как бы направляемые «невидимой рукой», способствуют обеспечению государственных и общественных интересов. При существующей конкурентной конъюнктуре предприятия используют наиболее экономичную комбинацию ресурсов для производства данного объема продукции, поскольку это

отвечает их частной выгоде. Вместе с тем такое использование ресурсов отвечает и интересам общества. В итоге концепция «невидимой руки» приводит к тому, что если предприятия максимизируют свою прибыль, то общественный продукт также максимизируется.

Известный экономист Г.Л. Азоев приводит 10 основных видов конкурентных преимуществ предприятий[2].

1. Конкурентные преимущества, основанные на экономических факторах: лучшее общеэкономическое состояние рынков, на которых действует предприятие; стимулирующая политика правительства в области объемов инвестиций, кредитных, налоговых и таможенных ставок в данной товарной сфере; эффект масштаба производства; эффект специализации и др.

2. Конкурентные преимущества, основанные на нормативно- правовых актах, существующие в силу законов, постановлений и особых привилегий.

3. Конкурентные преимущества структурного характера, определяемые главным образом высоким уровнем интеграции процесса производства и реализации продукции на предприятии, возможностью быстрой экспансии в незанятые сегменты рынка, оттесняющей реальных и потенциальных конкурентов.

4. Конкурентные преимущества, вызванные административными методами, связанными с наличием ограничений деятельности производителей и поставщиков, которые не всем удается преодолеть.

5. Преимущества, определяемые уровнем развития инфраструктуры рынка, к которым приводит разница в степени развития необходимых средств коммуникации (транспорта и связи); организованности и открытости рынков труда, капитала, инвестиционных товаров и технологий в регионах России; развития дистрибьюторской сети, служб по оказанию консалтинговых, информационных, лизинговых и иного рода деловых услуг; развития межфирменной кооперации.

6. Технические (технологические) конкурентные преимущества, определяемые высоким уровнем развития прикладной науки и техники в отрасли, техническими характеристиками машин и оборудования, технологическими особенностями сырья и материалов, используемых в производстве продукции, а также техническими характеристиками самой продукции.

7. Конкурентные преимущества, определяемые хорошей информированностью, базирующиеся на наличии обширного банка данных о продавцах, покупателях, рекламной деятельности, информации об инфраструктуре рынка.

8. Конкурентные преимущества, основанные на географических факторах и связанные с возможностью экономического преодоления географических границ рынков, а также выгодным географическим расположением предприятия.

---

[2] *Азоев Г.Л., Челенков А.П.* Конкурентные преимущества фирмы. — М.: ОАО «Типография "Новости"», 2019. — С. 51—54.

9. Конкурентные преимущества, основанные на демографических факторах, формирующихся в результате демографических изменений в целом сегмента рынка, и их положительном влиянии на объем и структуру спроса на предлагаемую продукцию или услугу.

10. Конкурентные преимущества неправового характера, достигаемые в результате недобросовестной конкуренции, недобросовестного выполнения представителями федеральных и местных органов власти своих обязанностей, бюрократизма, взяточничества, коррупции; криминальных действий, рэкета, контрабандного ввоза и вывоза товаров, контроля рынков криминальными структурами.

Г.Л. Азоев замечает: «Конкурентные преимущества могут иметь разный уровень иерархии и относиться к товару (или услуге. — В.Г.), предприятию, отрасли, экономике в целом, основываться на **исковых** и неценовых факторах, быть долгосрочными, среднесрочными и краткосрочными, устойчивыми и нестабильными, уникальными и имитируемыми и т.д.»'.

Насколько конкурентоспособны малые предприятия? Могут ли они противостоять крупным предприятиям? По мнению ряда зарубежных экономистов, основанному на практическом опыте, малым предприятиям присущи многие положительные качества, которыми обделены крупные компании.

Какие же недостатки характерны для крупных фирм? Прежде всего они tiев состоянии уследить за всеми своими товарами и всеми рынками и смотрят на любые перемены как на риск. Крупные предприятия трудно ладят с инициаторами новых идей, которые нередко бывают одержимы своей идеей. Такой фирме очень трудно принять решение о вложении денег в проект, который, воз можно, начнет давать прибыль лет через семь-десять. Крупные компании тратят слишком много и слишком быстро. Процесс ожидания скорой отдачи средств начисто лишает их необходимой потенции. Наконец, на крупных фирмах не принято вознаграждать за риск. Здесь управляющие компаниями одобряют и утверждают планы, а не товары.

В противоположность крупным компаниям малые фирмы действуют по принципу «ориентация на нужды». Им жизненно необходимо предлагать рынку что-то новое, реально действенное. Здесь инициатором всего нового является, как правило, один человек.

Азоев Г.Л., ***Челенков*** *А.П.* Указ. соч. — С. 51—54

обладающий знаниями и энергией. Подавляющее большинство новых товаров рождается на мелких фирмах.

На малых фирмах умеют мыслить перспективно. Здесь относительно невысоки издержки производства на начальном этапе инновационного процесса, поскольку, как правило, длительность этого этапа может повлиять на освоение и выпуск новой продукции.

Общеизвестна гибкость, присущая малым фирмам. При неудаче в одной сфере деятельности они умеют быстро переключаться на другую, более

эффективную. Кроме того, малые фирмы, как правило, работают над несколькими идеями сразу, т.е. осуществляют множественный конкурентный подход.

Надо отметить также, что мелкие фирмы «терпимы к хаосу», что совсем (или почти) невозможно для традиционной крупной компании. Инновации — это в основном процесс неорганизованный, проходящий, как правило, рывками то вверх, то в стороны. Если крупные корпорации разрабатывают специальные меры для предотвращения такого положения, то мелкие фирмы принимают такое положение совершенно естественно.

Наконец, малые фирмы умеют работать с вкладчиками капитала в рискованные предприятия. Здесь вкладчик знает, что один успех может сразу окупить много неудач. В крупной фирме одна неудача может серьезно подорвать все ее благополучие.

Преимущества малых фирм подтверждают, что они могут успешно вести конкурентную борьбу.

1.3 Предпринимательская деятельность предприятия

В условиях рынка любое предприятие, фирма, занимаясь производственной или иной деятельностью, является по существу предпринимателем.

Предпринимателями мы называем хозяйствующих субъектов, функцией которых является реализация нововведений, осуществление новых комбинаций. Вплотную к понятию «предприниматель» примыкает понятие «предпринимательство».

Под *предпринимательством* понимается *деятельность, осуществляемая частными лицами, предприятиями или организациями по производству, оказанию услуг или приобретению и продаже товаров в обмен на другие товары или деньги к взаимной выгоде заинтересованных лиц или предприятий, организаций.*

Субъектами предпринимательства могут быть как отдельные частные лица, так и объединения партнеров. Частные лица как субъекты предпринимательства выступают в этом качестве, как правило, организуя единоличное или семейное предприятие. Такие предприниматели могут ограничиваться затратами собственного труда или использовать наемный труд.

Объединения партнеров как субъекты предпринимательства могут выступать в форме различных хозяйственных ассоциаций: арендных коллективов, акционерных обществ, различных товариществ и др.

К важнейшим чертам предпринимательства, на наш взгляд, следует отнести:

- ♦ самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов. Любой предприниматель свободен в принятии решения по тому или иному вопросу, естественно, в рамках правовых норм;
- ♦ экономическую заинтересованность. Главная цель предпринимательства — получение максимально возможной прибыли. Вместе с тем, преследуя свои сугубо личные интересы получения высокого дохода, предприниматель способствует и достижению общественного интереса;
- ♦ хозяйственный риск и ответственность. При любых самых выверенных расчетах неопределенность, риск остаются.

Перечисленные важнейшие признаки предпринимательства взаимосвязаны и действуют одновременно.

Для формирования предпринимательства необходимы определенные условия: экономические, социальные, правовые и др.

Экономические условия — это в первую очередь предложения товаров и спрос на них; виды товаров, которые могут приобрести покупатели; объемы денежных средств, которые они могут истратить на эти покупки; избыток или недостаточность рабочих мест, рабочей силы, влияющие на уровень заработной платы работников, т.е. на их возможности приобретения товаров.

На экономическую обстановку существенно влияют наличие и доступность денежных ресурсов, уровень доходов на инвестированный капитал, а также величина заемных средств, к которым готовы обратиться предприниматели для финансирования своих деловых операций и которые готовы предоставить им кредитные учреждения.

Всем этим занимается множество разнообразных организаций, составляющих инфраструктуру рынка, с помощью которой предприниматели могут устанавливать деловые взаимоотношения и вести коммерческие операции. Это банки (оказание финансовых услуг); поставщики (снабжение сырьем, материалами, полуфабрикатами, комплектующими изделиями, топливом, энергией, машинами

и оборудованием, инструментом и др.); оптовые и розничные продавцы (предоставление услуг по доведению товаров до потребителя); специализированные фирмы и учреждения (предоставление профессиональных юридических, бухгалтерских, посреднических услуг); агентства по трудоустройству (оказание помощи в подборе рабочей силы); учебные заведения (обучение рабочих и специалистов-служащих); прочие агентства (рекламные, транспортные, страховые и др.); средства связи и передачи информации.

Элементы процесса предпринимательства представлены в табл. 1.2.

Таблица 1.2. Элементы процесса предпринимательства

Определение и оценка возможностей бизнеса	Продолжительность возможности бизнеса	Рынок для реализации возможностей бизнеса	Анализ конкуренции Ценность возможности

бизнеса для рынка и предприятия
Риск и прибыль, которые содержат возможность бизнеса
Согласование возможности с предпринимательскими знаниями, навыками, желаниями

Разработка бизнес-плана

Раздел I

Вступление
Описание бизнеса

Раздел II

Содержание плана
1. Описание предприятия (резюме)
2. Анализ отрасли
3. План производства
4. План маркетинга
5. Финансовый план
6. Организационный план
7. Операционный план
8. Заключение.

Расчет эффективности

Определение потребности в ресурсах

Определение необходимых ресурсов
Определение имеющихся ресурсов
Идентифи цирование потребности в ресурсах
Определение поставщиков необходимых ресурсов
Разработка подхода в отношении к поставщикам

Управление предприят ием

Разработка стиля управления

Внедрение системы контроля
Разработка организацион- ных процедур
Регулярное проведение SWOT-анализа (сильные стороны, слабые, возможности и угрозы, их оценка)
Определение факторов успеха

Вплотную к экономическим примыкают *социальные условия* формирования предпринимательства. Прежде всего это стремление покупателей приобретать товары, отвечающие определенным вкусам и моде. На разных этапах потребности могут меняться. Существенную роль играют нравственные и религиозные нормы, зависящие от социально-культурной среды. Такие нормы оказывают прямое воздействие на образ жизни потребителей и посредством этого — на его спрос на товары. Социальные условия определяют отношение отдельного индивидуума к работе, что в свою очередь влияет на его отношение к размеру заработной платы, к условиям труда, предлагаемым бизнесом.

Предприниматель должен сознавать, что ему придется участвовать в решении социальных вопросов своих сотрудников, касающихся охраны их здоровья, сохранения рабочих мест и др. От своей деятельности предприниматель должен получать удовлетворение.

Важную роль в формировании предпринимательства играют подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров: организация обучения современным методам ведения предпринимательской деятельности; обучение и переобучение кадров, их стажировка в развитых странах; организация подготовки и переподготовки преподавательских кадров для обучения

предпринимателей; создание сети консультативных центров, проводящих профессиональный отбор и ориентацию кадров предпринимательского сектора, и др.

Любая предпринимательская деятельность функционирует в рамках соответствующей правовой среды, поэтому большое значение для успешной работы имеет создание необходимых правовых условий. Прежде всего речь идет о законах, регулирующих предпринимательскую деятельность, создающих наиболее благоприятные условия для развития предпринимательства. Законы должны обеспечить; упрощенную и ускоренную процедуру открытия и регистрации предприятий; защиту предпринимателя от государственно - го бюрократизма; совершенствование налогового законодательства в направлении мотивации производственной предпринимательской деятельности, развития совместной деятельности предпринимателей России с зарубежными странами. Сюда входит и создание региональных центров поддержки малого предпринимательства, усовершенствование методов учета и форм статистической отчетности. Важную роль также играет подготовка законодательных инициатив по вопросам правовой гарантии предпринимательской деятельности, включая право на собственность и соблюдение договорных обязательств.

Примером может служить складывающаяся в течение многих лет система законов, действующих в сфере предпринимательства США. Приведем лишь некоторые из них[3].

[3] *Котлер Ф.* Основы маркетинга: Пер. с англ. — СПб.—М.: Коруна; Литера плюс. 1994. — С. 131-133.

Закон	*Основные положения Закона*
Антитрестовый закон Шермана(1890г.)	Запрещение (а) «монополий или попыток монополизации», а также (б) «договоров, разного рода объединений и сговоров, направленных на ограничение торговли между штатами или внешней торговли»
Закон о доброкачественности пищевых продуктов и медицинских препаратов (1906 г.)	Запрещение производства, продажи или транспортировки фальсифицированных или неправильно маркированных продуктов или лекарств в рамках межштатной торговли. В 1938 г. заменен федеральным законом о пищевых продуктах, медикаментах и косметических средствах. В 1958 и в 1962 гг. в него внесены ужесточающие поправки
Закон об учреждении Федеральной торговой комиссии (1914 г.)	Учреждение комиссии — специализированного органа с широкими полномочиями по расследованию и пресечению действий, подпадающих под юрисдикцию ст. 5, которая провозглашает, что «недобросовестные методы конкуренции в торговле являются незаконными»
Закон Клейтона (1914 г.) i	Дополнение к закону Шермана, запрещающее отдельные виды практической деятельности (определенные разновидности ценовой дискриминации, включение в соглашения пунктов, ограничивающих действия партнера, использование ограничительной практики сбыта, владение акциями других корпораций и установление совместных директоратов)

Продолжение таблицы

Закон	*Основные положения Закона*
Закон УилераЛи (1938 г.)	Запрещение недобросовестных и обманных действий и приемов независимо от того, наносится ли при этом ущерб конкуренции; учреждение юрисдикции Федеральной торговой комиссии над рекламой пищевых продуктов и медикаментов
Закон об отражении истины на упаковке и в маркировке товаров (1966 г.)	Введение правил на упаковку и маркировку товаров широкого потребления обязал производителей указывать точное содержание упаковки, имя изготовителя этого содержимого и точное количество
Закон о безопасности потребительских товаров (1972 г.)	Учреждение Комиссии по проблемам безопасности потребительских товаров и наделение ее правом введения стандартов безопасности на товары широкою потребления и санкций за несоблюдение этих стандартов
Закон о добросовестной практике взимания долгов (1978 г.)	Объявление незаконными докучливого преследования или жестокого обращения с людьми, распространения лживых заявлений или использования недобросовестных методов при сборе долгов

Обосновывая необходимость государственного регулирования предпринимательской деятельности, Ф. Котлер указывал на три основные причины, в силу которых появились соответствующие законодательные акты:

1) необходимость защитить фирмы друг от друга. «Предприниматели в один голос превозносят конкуренцию, но когда затрагивают их собственные интересы, пытаются нейтрализовать ее» [4] . Отсюда принятие законов, предотвращающих проявления «недобросовестной конкуренции»;

2) необходимость защитить потребителей от недобросовестной деловой практики. Отсюда — направленность законов против тех фирм, которые, оставшись без присмотра, могут начать выпускать

плохие товары, лгать в рекламе, вводить в заблуждение посредством упаковки и уровня цен;

[4] *Котлер Ф.* Указ. соч. - С. 130.

3) необходимость защиты высших интересов общества от разнузданности предпринимателей. Как очень мягко указывает Ф. Котлер, «ведь предпринимательская деятельность не всегда обеспечивает нам лучшее качество жизни».

В условиях перехода к рыночным отношениям в России «разнузданность предпринимателей» проявляется нередко в очень жестких формах. В отечественной предпринимательской сфере система законов только складывается.

Рыночная экономика, несмотря на ее многие положительные черты, не способна автоматически регулировать все экономические и социальные процессы в интересах всего общества и каждого гражданина. Она не обеспечивает социально справедливого распределения дохода, не гарантирует права на труд, не поддерживает социально незащищенные слои населения. Не решает она и многих других актуальных проблем.

Обо всем этом должно позаботиться государство путем создания действенного механизма государственного воздействия на предпринимательскую деятельность. То, на что другие государства затрачивали десятилетия, России предстоит пройти за значительно более короткий срок. Каждый из нас своими знаниями и делами должен способствовать этому процессу.

Выводы

1. Основным звеном развития экономики является предприятие. Именно на предприятии осуществляется производство продукции, оказываются различного рода услуги, происходит непосредственная связь работника со средствами производства.

2. Важнейшие проблемы, которые предстоит решить любому предпринимателю: найти свою хозяйственную нишу, выбрать форму предпринимательства, сформировать производственную базу и привлечь финансовые средства.

3. Важным средством контроля в рыночной системе служит конкуренция. Конкуренция заставляет предприятия надлежащим образом удовлетворять пожелания потребителей, применять при этом наиболее эффективные технику и технологию, современные методы организации производства и труда и в
итоге понижать цены до уровня, соответствующего издержкам
производства.

4. Элементами процесса предпринимательства служат: определение и оценка возможностей бизнеса, разработка бизнес- плана, определение потребности в ресурсах, управление предприятием.

Вопросы для самоконтроля

1. Что является основным звеном развития экономики и почему?
2. Какие проблемы приходится решать каждому предпринимателю, начинающему свою деятельность?
3. Что служит важным средством контроля в рыночной системе? В чем проявляется положительное влияние конкуренции производителей?
4. Назовите основные элементы процесса предпринимательства. Раскройте их содержание

Глава

Нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность предприятий

2.1 Экономика предприятия в системе права

Экономика предприятия регулируется множеством нормативных актов, которые различаются по уровню и виду органа, издавшего акт. В зависимости от того, каким органом принят норматив - ный акт, определяется его юридическая сила.

Нормативные акты подразделяются на законы, акты федеральных органов государственного управления, акты федеральных органов исполнительной власти, акты исполнительных органов субъектов Российской Федерации.

Закон — это нормативный акт, принимаемый представительным органом государственной власти Российской Федерации или ее субъектов.

По действующему законодательству различают федеральные конституционные законы, федеральные законы, законы субъектов Федерации.

Федеральный конституционный закон (ФКЗ) — нормативный акт, принимаемый Федеральным Собранием с соблюдением установленной Конституцией РФ процедуры, вносящий изменения и дополнения в Конституцию, а также закон, принятие которого специально предусмотрено в Конституции. ФКЗ имеют более высокую юридическую силу в сравнении с федеральными законами и принимаются по вопросам: изменения конституционно-правового статуса субъекта РФ; принятия в состав нового субъекта Российской Федерации; проведения референдума; о режиме военного положения; о чрезвычайном положении и т.д.

Федеральный закон — нормативный акт, принимаемый Федеральным Собранием по остальным вопросам, которые должны регулироваться законами. Федеральный закон не может противоречить федеральным конституционным законам.

Закон субъектов Российской Федерации — нормативный акт, принимаемый высшим представительным органом субъекта Федерации.

К актам федеральных органов государственного управления относятся *указы Президента* и *постановления Правительства.*

Акты федеральныхорганов исполнительной власти—нормативные акты, принимаемые министерствами и ведомствами, обязательные к применению предприятиями и гражданами. Министерства и ведомства, иные органы и учреждения вправе издавать нормативные акты в пределах и случаях, предусмотренных федеральными законами, указами Президента и постановлениями Правительства РФ.

Нормативными актами являются также *акты законодательных и исполнительных органов субъектов Российской Федерации.*

Большое значение имеют постановления Президиума (Пленума) и письма Высшего Арбитражного Суда РФ, комментирующие и разъясняющие применяемые нормативные акты. Постановления и решения судебных органов называются *судебной практикой.*

Среди источников права, регламентирующего деятельность предприятий, немало таких, которые содержат нормы и других отраслей права — государственного, административного, гражданского и т.д. К ним относятся законы о местном самоуправлении, о банках, о предприятиях и предпринимательской деятельности и др.

Нормы права содержатся и в указах Президента РФ, и в указах президентов республик, входящих в состав РФ, в актах органов исполнительной власти — постановлениях Правительства РФ.

Акты органов исполнительной власти субъектов Федерации и акты местной администрации также являются источниками финансового права.

Большую группу источников права, регулирующих экономику предприятия, составляют акты финансово-кредитных органов — Министерства финансов РФ, Центрального банка РФ (приказы, инструкции и др.).

Финансово-правовые нормы могут содержаться в актах органов государственного управления (министерств, ведомств и др.), регулирующих вопросы финансов в пределах соответствующей отрасли или сферы управления, и, наконец, в локальных актах, принимаемых трудовыми коллективами, администрацией предприятий, организаций.

Наряду с внутренними законами и иными правовыми актами источниками права, регулирующего экономику предприятия, служат общепризнанные принципы и нормы международного права: свобода торговли, международные договоры России. Международные договоры применяются к отношениям, регулируемым гражданским законодательством непосредственно, кроме случаев, когда для их применения требуется издание российского акта. Если международным договором РФ установлены правила, отличные от предусмотренных гражданским законодательством, то применяются правила международного договора.

Кроме того, существует большое количество нормативных актов, регулирующих отдельные вопросы деятельности предприятий. Их можно разделить на четыре группы:

- первая группа определяет *внутренние отношения* — порядок учреждения субъекта предпринимательской деятельности, управления, организации труда;
- вторая группа регулирует *отношения по вертикали* — субъектов предпринимательской деятельности с органами государственной власти и местного самоуправления, в том числе с законодательными (представительными) и исполнительными органами государственной власти субъектов РФ[1];
- третья группа определяет *отношения по диагонали* — субъектов предпринимательства с банками и иными кредитными организациями;
- четвертая группа регулирует *отношения по горизонтали* — субъектов предпринимательства с партнерами по экономической деятельности, в том числе с поставщиками, покупателями, перевозчиками и т.д.

Основой правового регулирования экономики предприятия является Конституция Российской Федерации. Конституция РФ гарантирует единство экономического пространства страны, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, поддержку конкуренции, свободу экономической деятельности. Признаются и защищаются равным образом частная, государственная и муниципальная формы собственности.

В Конституции РФ определена главная экономическая и правовая проблема — проблема собственности, установлены многообразие форм собственности и их одинаковая регистрация. По Конституции частная собственность охраняется законом, а иметь в частной собственности землю разрешено только российским гражданам и их объединениям.

Установлены гарантии свободы экономической деятельности, закреплен механизм рыночных отношений. Гарантированы создание и функционирование

единого общероссийского рынка, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств по всей территории России, поддержка и развитие добросовестной конкуренции, недопущение экономической деятельности, направленной на создание монополии.

Единственной денежной единицей, обращающейся на территории Российской Федерации, объявлен рубль. Государство в лице Банка России обязано защищать российскую валюту и обеспечивать ее устойчивость. Россия впервые провозглашена социальным государством, политика которого, в том числе в области экономики и предпринимательства, служит созданию условий для свободного развития человека.

Экономика предприятия и гражданское право. Ведущей **отраслью** права является *гражданское право* — система правовых норм, регулирующих имущественные и СЕЗязанные с ними неимущественные отношения, базирующиеся на автономии и имущественной самостоятельности участников таких отношений, методом юридического равенства сторон. Имущественные отношения, являющиеся предметом гражданского права, могут выражать: принадлежность имущества определенным лицам (вещные правоотношения); управление имуществом организаций (корпоративные правоотношения); переход имущества от одних лиц к другим (обязательственные правоотношения). Неимущественные отношения, связанные с имущественными, представляют категорию исключительных прав (авторских, патентных и т.п.).

Предпринимательские имущественные отношения служат важным элементом предмета гражданского права. Гражданский кодекс, другие законы и иные правовые акты, содержащие нормы гражданского права, не только дают легальное определение предпринимательской деятельности, но и регламентируют особенности источников ее гражданско-правового регулирования, их участия в обязательствах.

В области правовой поддержки экономики предприятий гражданское право регулирует порядок заключения и исполнения договоров, вопросы наследования, авторства, изобретательства. Гражданское право упорядочивает отношения между равноправными и независимыми субъектами, вступающими в отношения друг с другом по собственной воле.

Гражданское право — это регулятор рыночных **отношений.** Вместе с другими отраслями права оно способно в полной мере воздействовать на экономику предприятий.

Административное право регулирует общественные отношения, складывающиеся в сфере государственного управления: порядок создания, реорганизации и ликвидации исполнительных органов всех уровней, их перечень, цели и задачи, компетенцию, структуру, порядок функционирования.

Административное право оказывает определенное регулирующее воздействие и на негосударственные организации. Это могут быть, например, обязательная государственная регистрация, регламентация отношений этих организаций с субъектами государственной власти, осуществление

государственного контроля и надзора за соответствием их деятельности требованиям закона.

Административное право характеризуется наличием отношения «власть — подчинение» и регулирует отношения неравноправных субъектов.

2.2 Ответственность за нарушение законодательства

Существуют уголовная, административная, экономическая и гражданская формы ответственности предпринимателей в случае нарушения ими действующего законодательства.

Уголовная ответственность — это вид юридической ответственности, заключающийся в ограничении прав и свобод лиц, виновных в совершении преступления, предусмотренного Уголовным кодексом РФ. При этом лицо подлежит уголовной ответственности (ст. 5 УК РФ) только за те общественно опасные действия (бездействие) и наступившие общественно опасные последствия, в отношении которых установлена его вина. Кроме того, уголовной ответственности подлежит только вменяемое физическое лицо, достигшее возраста, установленного УК РФ.

Уголовная ответственность начинается с момента вступления в силу обвинительного приговора, а полностью реализуется в отбытии наказания, назначенного судом. Основанием к наступлению уголовной ответственности является совершение деяния, содержащего все признаки состава преступления, предусмотренного УК РФ (ст. 8 УК РФ).

Административная ответственность — это вид юридической ответственности граждан, должностных лиц, юридических лиц за совершенное административное правонарушение. Порядок и основания привлечения к административной ответственности регулируются Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях (КоАП) и другими правовыми актами.

Для административной ответственности как разновидности государственного принуждения характерны следующие отличительные признаки[5]:

- ♦ основанием привлечения к административной ответственности является совершенное административное правонарушение;
- ♦ административная ответственность устанавливается не только для физических, но и для юридических лиц;
- ♦ основания административной ответственности (составы административных правонарушений) устанавливаются Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях (КоАП) и законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях;

---

[5] *СтаховА.И.* Административная ответственность. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.

- административная ответственность наступает для физического или юридического лица всегда после совершения им административного правонарушения, когда в полной мере установлена вина данного лица;
- полномочиями по привлечению к административной ответственности наделяются судьи судов общей юрисдикции, судьи арбитражных судов, органы (должностные лица) исполнительной власти, комиссии по делам несовершеннолетних и защите их прав, административные комиссии, коллегиальные органы, создаваемые в соответствии с законами субъектов Российской Федерации;
- в отличие от уголовной ответственности административная ответственность менее строгая. Она не создает тяжелых правовых последствий для правонарушителя (например, не влечет для физического лица судимости или увольнения с работы, не влечет ликвидации юридического липа);
- порядок привлечения к административной ответственности детально регламентирован Кодексом РФ об административных правонарушениях;
- в отличие от процедуры привлечения к дисциплинарной ответственности порядок привлечения к административной ответственности имеет более усложненный характер, а по сравнению с уголовным процессом отличается большей оперативностью, быстротой и простотой;
- обжалование действий и решений органов (должностных лиц) по привлечению к административной ответственности осуществляется в судебном или административном порядке.

Административным правонарушением (проступком) признается посягание на государственный или общественный порядок, государственную собственность, права и свободы граждан, на установленный порядок управления, противоправное, виновное (умышленное или неосторожное) действие либо бездействие, за которое законодательством предусмотрена административная ответственность (ст. 10 КоАП). При этом административная ответственность за правонарушения, предусмотренные КоАП. наступает, если эти нарушения по своему характеру не влекут за собой в соответствии с действующим законодательством уголовной ответственности.

К административной ответственности граждане Российской Федерации могут быть привлечены с 16-летнего возраста.

За совершение административных правонарушений могут применяться следующие *административные взыскания:*

- предупреждение;
- штраф;
- возмездное изъятие предмета, явившегося орудием совершения или непосредственным объектом административного правонарушения;
- конфискация предмета, явившегося орудием совершения или непосредственным объектом административного правонарушения;

- ♦ лишение специального права, предоставленного гражданину (например, права охоты);
- ♦ исправительные работы;
- ♦ административный арест (не могут быть подвергнуты лица, не достигшие 18 лет);
- ♦ административное выдворение за пределы Российской Федерации иностранного лица или лица без гражданства.

Административную ответственность за административные правонарушения, совершенные на территории Российской Федерации, несут на общих основаниях иностранные граждане и лица без гражданства, если они не пользуются иммунитетом от административной юрисдикции РФ.

За некоторые административные правонарушения, например, связанные с несоблюдением установленных правил в сфере охраны порядка управления, государственного и общественного порядка, природы, здоровья населения, обеспечение выполнения которых входит в служебные обязанности должностных лиц, административной ответственности подлежат только эти лица. К ним могут быть применены только два вида административной ответственности: предупреждение и штраф.

За нарушение правил охраны природы, экологии, санитарии, пожарной безопасности, налогового законодательства в ряде федеральных законов РФ предусмотрена административная ответственность для юридических лиц. Например, в соответствии с Законом «Об охране окружающей природной среды» должностные физические и юридические лица несут административную ответственность за превышение предельно допустимых выбросов и сбросов вредных веществ в окружающую среду, невыполнение обязанностей по проведению государственной экологической экспертизы и требований, содержащихся в заключении экологической экспертизы, за предоставление заведомо неправильных и необоснованных заключений, несвоевременное предоставление информации и предоставление искаженной информации, отказ от предоставления своевременной, полной, достоверной информации о состоянии природной среды и радиационной обстановке и т.д.

Налоговая ответственность — вид юридической ответственности физических и юридических лиц за налоговые правонарушения.

Налоговое правонарушение — это виновно совершенное противоправное (в нарушение законодательства о налогах и сборах) деяние (действие или бездействие) налогоплательщика, налогового агента и их представителей, за которое установлена ответственность **в Налоговом** кодексе РФ (часть 1). Иными словами, налоговое правонарушение — это противоправное деяние, т.е. нарушающее нормы налогового законодательства, причем виновное (сознательное) **и** заслуживающее наказания.

К налоговым правонарушениям в соответствии с Налоговым кодексом РФ (часть 1) относятся:

♦ нарушение срока постановки на учет в налоговом **органе** (ст. **116);**

♦ **уклонение** от постановки на учет в налоговом органе (ст. 117):

♦ нарушение срока представления сведений об открытии **и закрытии** счета в банке (ст. 118);

♦ нарушение срока представления налоговой **декларации или** иных документов (ст. 119);

♦ грубое нарушение правил учета доходов и расходов и объектов налогообложения (ст. 120);

♦ нарушение правил составления налоговой декларации (ст. 121);

♦ неуплата или неполная уплата сумм налога (ст. 122);

♦ невыполнение налоговым агентом обязанности по удержанию и (или) перечислению налогов (ст. 123);

♦ незаконное воспрепятствование доступу должностного лица налогового органа на территорию или в помещение (ст. 124).

♦ несоблюдение порядка владения, пользования и (или) распоряжения имуществом, на которое наложен арест (ст. 125);

♦ непредставление налоговому органу сведений о **налогоплательщике** (ст. 126);

♦ отказ от представления документов и предметов по запросу налогового органа (ст. 127);

♦ неявка либо уклонение от явки без уважительных причин свидетеля по делу о нагюговом правонарушении, а также отказ **от** дачи показаний и дача заведомо ложных показаний (ст. 128);

♦ отказ эксперта, переводчика или специалиста от участия в проведении налоговой проверки, дача заведомо ложного заключения или осуществление заведомо ложного перевода (ст. 129).

Налоговая ответственность физического лица, предусмотренная Налоговым кодексом РФ, наступает только в том случае, если совершенное им деяние не содержит признаков **состава** преступления по уголовному законодательству РФ. Привлечение организации к налоговой ответственности за совершение налогового правонарушения не освобождает должностных лиц этих **орга**низаций (при наличии соответствующих оснований) от административной, уголовной или иной ответственности, предусмотренной законами Российской Федерации (ст. 108 Налогового кодекса РФ). Физическое лицо может быть привлечено к налоговой ответственности с 16-летнего возраста.

Налоговая ответственность распространяется на всех налогоплательщиков независимо от форм собственности, организационно- правовых форм, ведомственной принадлежности и т.п. К налоговой ответственности не могут привлекаться филиалы, представительства и другие обособленные подразделения организаций, так как они не являются самостоятельными участниками налоговых правоотношений (налогоплательщиками, налоговыми агентами и т.п.).

Налоговая ответственность состоит в применении к нарушителю специальных финансовых санкций — денежных штрафов. В связи с этим налоговая ответственность носит исключительно имущественный характер.

Гражданско-правовая ответственность — это система мер имущественного характера, принудительно применяемых к нарушителям гражданских прав и обязанностей в целях восстановления положения, существовавшего до правонарушения. Система мер гражданско- правовой ответственности включает два вида ответственности: *возмещение убытков* (компенсация морального вреда) и *санкции.* По признаку основания применения тех или иных мер гражданско-правовую ответственность подразделяют на договорную и внедоговорную (ответственность за причинение вреда и неосновательное обогащение).

В гражданско-правовой ответственности противоправным является деяние, нарушающее императивные нормы гражданского права либо противоречащее общим началам и смыслу гражданского законодательства и нарушающее права и охраняемые законом интересы третьего лица. Например, в экологической сфере гражданско- правовая ответственность выражается в основном **в** возложении на правонарушителя обязанности возместить потерпевшей стороне имущественный или моральный вред, понесенный в результате нарушения правовых экологических требований.

Особой мерой гражданско-правовой ответственности является *ответственность за неисполнение денежного обязательства,* предусмотренная ст. 395 Гражданского кодекса РФ. Данная ответственность состоит в обязанности должника, нарушившего денежное обязательство, уплатить проценты на его сумму за время, прошедшее от момента нарушения до даты его фактического исполнения. Проценты являются мерой гражданско-правовой ответственности, а взыскание процентов носит зачетный характер, т.е. убытки возмещаются в доле, превышающей сумму процентов.

Одним из видов гражданско-правовой ответственности является *субсидиарная ответственность,* предполагающая дополнительную ответственность лип, которые наряду с должником отвечают перед кредитором за надлежащее исполнение обязательства в случаях, предусмотренных законом или договором.

В соответствии с Гражданским кодексом РФ субсидиарную ответственность несут:

- ♦ члены полного товарищества по обязательствам товарищества;
- ♦ члены потребительского кооператива по его обязательствам в пределах невнесенной части дополнительного взноса каждого из членов кооператива;
- ♦ собственник имущества, закрепленного за учреждением, по обязательствам учреждения при недостаточности указанного имущества;

- в случае несостоятельности (банкротства) дочернего общества по вине основного общества (товарищества) последнее несет субсидиарную ответственность по его долгам и т.д.

Материальная ответственность — это обязанность стороны трудового договора (работодателя или работника) возместить ущерб, причиненный ею другой стороне этого договора в результате ее виновного противоправного поведения (действий или бездействия). При этом каждая сторона обязана доказать размер причиненного ущерба. Вопросы материальной ответственности регулируются Трудовым кодексом РФ и другими нормативными актами.

Работодатель обязан возместить работнику материальный ущерб, причиненный ему в результате незаконного лишения его возможности трудиться (ст. 234 Трудового кодекса). Такая обязанность наступает, если заработок не получен в результате: незаконного отстранения работника от работы, его увольнения или перевода на другую работу; отказа работодателя от исполнения или несвоевременного исполнения решения органа по рассмотрению трудовых споров или государственного правового инспектора труда о восстановлении его на прежней работе; задержки работодателем выдачи работнику трудовой книжки, внесения в нее неправильной или не соответствующей законодательству причины увольнения и в других случаях, предусмотренных федеральными законами и коллективным договором.

Кроме того, материальная ответственность работодателя возникает также в результате ущерба, причиненного имуществу работника (ст. 235), и за задержку выплаты заработной платы (ст. 296). Размер ущерба исчисляется по рыночным ценам, действующим в данной местности на момент его возмещения.

Материальная ответственность *работника* регулируется нормами гл. 39 Трудового кодекса РФ. Так, ст. 242 определяет понятие полной материальной ответственности работника, а ст. 243 классифицирует случаи ее наступления.

При совместном выполнении работниками отдельных видов работ, связанных с хранением, отработкой, продажей (отпуском), перевозкой, применением или иным использованием переданных им ценностей, когда невозможно разграничить ответственность каждого рабочего за причинение ущерба и заключить с ним договор о возмещении ущерба в полном размере, может вводиться *коллективная {бригадная) ответственность* (ст. 245).

В ст. 246 говорится, что размер ущерба, причиненного работодателю при утрате и порче имущества, определяется по фактическим потерям, исчисляемым исходя из рыночных цен, действующих в данной местности на день причинения ущерба, но не ниже стоимости имущества по данным бухгалтерского учета с учетом степени его износа.

Дисциплинарная ответственность — санкция, которая применяется администрацией предприятия, учреждения, организации к работнику в виде дисциплинарного взыскания за дисциплинарный проступок.

Под дисциплинарным проступком понимается противоправное виновное невыполнение или ненадлежащее выполнение работником своих трудовых обязанностей.

В постановлении Пленума ВС РФ от 22 декабря 1992 г. № 16 «О некоторых вопросах применения судами Российской Федерации законодательства при разрешении трудовых споров» (п. 24) в редакции от 25 октября 1996 г. указано, что дисциплинарная ответственность может наступить за следующие нарушения:

- отсутствие работника без уважительной причины на работе в пределах трех часов в течение рабочего дня, а также нахождение без уважительной причины не на своем рабочем месте, хотя и в помещении другого или того же самого цеха, отдела и т.п., в том числе и более трех часов в течение рабочего дня; отказ работника без уважительных причин от выполнения трудовых обязанностей в связи с изменением в установленном порядке норм труда, так как в силу трудового договора лицо обязано выполнять обусловленную работу с подчинением правилам внутреннего трудового распорядка (ст. 190 ТК РФ);
- отказ или уклонение без уважительных причин от медицинского освидетельствования работников некоторых профессий, а также отказ работника от прохождения в рабочее время специального обучения и сдачи экзаменов по технике безопасности **и** правилам эксплуатации, если это является обязательным условием допуска к работе.

Кроме того, если **в** соответствии с **законодательством** с работником должен быть **заключен** договор о полной материальной ответственности и если выполняемые им обязанности составляют основную трудовую функцию, что было оговорено при приеме на работу, то отказ работника **заключить** договор о полной материальной ответственности рассматривается как неисполнение трудовых функций со всеми вытекающими отсюда правовыми последствиями.

В ст. 192 ТК РФ говорится, что за совершение дисциплинарного проступка, т.е. неисполнение или ненадлежащее исполнение работником по его вине возложенных на него трудовых обязанностей, работодатель имеет право применить следующие *дисциплинарные взыскания:*

- замечание;
- выговор;
- увольнение по соответствующим основаниям.

Однако федеральными законами, уставами **и** положениями о дисциплине для отдельных категорий работников могут быть предусмотрены и другие дисциплинарные взыскания. Так, на **государственных** служащих может быть наложено дисциплинарное взыскание **в** виде предупреждения **о** неполном служебном соответствии **(Федеральный** закон «Об основах государственной службы Российской Федерации» от 31 июля 1995 г. № 119-ФЗ). По специальным положениям **несут** дисциплинарную **ответственность** судьи, прокуроры, следователи.

Рассмотрим кратко характер ответственности предпринимателей перец государством, перед партнерами и перед работниками предприятий.

Ответственность предпринимателей перед государством. Следствием законодательно установленных правил осуществления предпринимательской деятельности является возникновение ответственности у субъектов, ее осуществляющих, **в** случае нарушения этих правил и причинения ущерба государственным и общественным интересам. К наиболее распространенным видам н аруш е н и я от носятся:

- ♦ деятельность незарегистрированных предприятий;
- ♦ осуществление деятельности без лицензии в тех случаях, когда это необходимо в соответствии с Федеральным законом РФ;
- ♦ несоблюдение ограничений монополистической деятельности, регламентируемой Законом РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»;
- ♦ несоблюдение дисциплины цен, регулируемых государством; правовой основой в выборе формы наказания является Гражданский кодекс РФ;
- ♦ несоблюдение законодательства о стандартизации **и** сертификации. Правовой основой регулирования служит Закон РФ «О сертификации продукции и услуг», также требования ГОСТ и правил обязательной сертификации продукции по установленным перечням.

Самой распространенной формой ответственности в настоящее время является экономическая. В рамках ее могут применяться следующие виды санкций: штрафы, пени, изъятие средств, полученных предприятием в результате нарушений законодательства, в бюджет; выдача предписания о запрете или приостановке реализации и эксплуатации проверенной продукции; выдача предписаний об устранении выявленных нарушений ГОСТ на стадии разработки продукции, подготовки ее к производству, изготовления, транспортировки и утилизации; применение штрафов; запрещение ввоза импортной продукции, не прошедшей государственной регистрации; нарушение налогового законодательства.

Ответственность перед партнерами по хозяйственным договорам. Ответственность перед экономическими партнерами наступает в случае несоблюдения условий хозяйственного договора. Виновный несет *имущественную* ответственность, которая носит компенсационный характер. Она наступает не автоматически, а при наличии следующих условий: несоблюдении обязательств договора, связанных с этим убытков, а также при доказуемости вины нарушителя. Должник признается невиновным в двух случаях; если принял все зависящие от него меры для надлежащего исполнения обязательства и если ущерб возник в результате действия непреодолимой силы.

Виды санкций, применяемых к нарушителю:

1) *компенсация* прямых убытков, упущенной выгоды или выплата неустойки в пользу экономического партнера (упущенная выгода (правовое основание — ст. 15 ГК РФ) — неполученные доходы, которые могли быть получены при обычных

условиях оборота; неустойка — определенная законодательством или договором денежная сумма, которую должник обязан заплатить кредитору в случае неисполнения договора);

2) *меры ответственного воздействия* без обращения в судебные инстанции, а именно, право отказаться от некачественной продукции, закрепленное в договоре, задержка выдачи груза до момента его оплаты, обязанность продавца устранить недостатки проданного товара в соответствии с договором купли-продажи с гарантийным сроком;

3) ***пеня*** *и возмещениеубытков, причиненных просрочкой* (правовое основание — ст. 405 ГК РФ). При этом должник не считается просрочившим свои обязательства, которые возникли вследствие просрочки кредитора.

Ответственность за нарушения трудовых прав работников. Виды нарушений: неисполнение требований трудового законодательства, обязательств коллективного договора, положений устава предприятия по поводу соблюдения минимальных гарантий продолжительности рабочего времени, отдыха, оплаты труда, обеспечения беопасных условий труда, осуществления обязательного страхования.

Виды ответственности:

♦ *дисциплинарная* — за нарушения правил техники безопасности, охраны труда и производственной санитарии;

♦ *административная* — за нарушение трудового законодательства;

♦ *уголовная* — за хищение имущества, фиктивное или умышленное банкротство, за несчастные случаи с работниками **со** смертельным исходом и т.д.;

♦ *материальная* — предполагает возмещение предприятием расходов, связанных **с** нарушением трудового законодательства (например, оплата вынужденного прогула, восстановление **в** прежней должности в случае незаконного увольнения).

Вопросы для самоконтроля

1. Каково место экономики в системе права?
2. Какие существуют формы ответственности предпринимателей за нарушение ими законодательства?
3. Какие правонарушения относятся к налоговым?
4. В чем заключается материальная ответственность? Каковы особенности ответственности работодателя?
5. Какие могут применяться санкции в рамках экономической ответственности предпринимателей перед государством?

Глава

Среда функционирования предприятия: внешняя и внутренняя

3.1 Предприятие и его внешняя и внутренняя среда

Любое предпринимательское предприятие является открытой системой. В процессе получения ресурсов со стороны, проектирования и производства продукции или оказания услуг, реализации этой продукции или этих услуг во внешнюю среду предприятие активно взаимодействует с этой средой, а также со средой внутренней. Все это содержится в предпринимательском процессе, направленном на достижение целей предприятия.

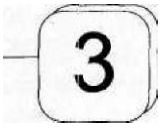
Многообразны составляющие, входящие во внешнюю среду предприятия. В их число можно включить:

- внешние экономические факторы;
- внешние политические условия;
- внешние правовые составляющие;
- внешние научные и технические факторы;
- коммуникационные внешние условия;
- природно-климатические факторы и др.

Все эти составляющие внешней среды предпринимательского предприятия в большей или меньшей степени оказывают влияние на результативность его деятельности.

Не меньшее влияние на деятельность предпринимательского предприятия оказывают и составляющие внутренней среды предприятия. Их также можно сгруппировать следующим образом:

- производственно-технические факторы;
- социальные условия и составляющие;
- экономические факторы;
- информационная составляющая;
- маркетинговый фактор;
- фактор деловых отношений и поведения сотрудников.



Важное значение для деятельности предпринимательской организации имеет также конкурентная внешняя среда, когда одновременно действуют несколько соперничающих друг с другом субъектов хозяйствования, предлагающих одноименные товары или услуги.

Внешняя среда предприятия — это *совокупность экономических, политических, правовых, научных и технических, коммуникационных, природно-географических и другихусловий и факторов, которые оказывают прямое или косвенное воздействие на деятельность предпринимательского предприятия.*

Внутренняя среда предпринимательского предприятия тесно связана с его внешней средой. Она в значительной степени зависит от внешней среды данного предприятия, а также от его целей и задач.

Рассмотрим содержание составляющих внутренней и внешней среды предпринимательского предприятия и их влияние на его деятельность.

3.2 Внутренняя среда предпринимательского предприятия

Выше мы назвали важнейшие составляющие внутренней среды предпринимательского предприятия. Рассмотрим кратко их содержание.

Производственно-технические факторы включают всю совокупность машин, оборудования, инструментов, приспособлений, сырья, материалов, полуфабрикатов, технологии производства продукции.

От состава машин и оборудования, инструментов и приспособлений, их прогрессивности, уровня физического и морального износа, интенсивности применения, технологии и качества обслуживания во многом зависит успех деятельности предприятия: количество и качество выпускаемой продукции, уровень рентабельности и размер прибыли.

Не меньшее влияние на эти показатели деятельности предприятия оказывают состав и качество используемых сырья и материалов, полуфабрикатов. Значительную роль и воздействие на все составляющие внутренней среды предприятия оказывают применяемые на предприятии технологии. В современных условиях, когда все большее применение на предприятиях находят высокие технологии, эта роль и воздействие многократно возрастают. Применяемые на предприятии технологии оказывают влияние на все составляющие внутренней среды, они взаимосвязаны с ними. В данном случае мы имеем в виду персонал предприятия, его квалификацию и уровень образования, методы стимулирования труда, культуру поведения.

Здесь мы переходим к *социальной составляющей* внутренней среды предприятия. Понятие социальной составляющей очень широко.

Сюда входит весь сложный комплекс отношений между людьми, работающими на предприятии. От их способностей, отношения к труду, мотивации, поведения во многом зависят результаты работы предприятий. Не случайно во всех промышленно развитых странах, включая и Россию, уделяется большое

внимание подбору кадров, их расстановке на предприятии, повышению их квалификации, созданию ясной и четкой системы продвижения по служебной лестнице.

В последние годы большое внимание уделяется формированию организационной культуры. Высокая организационная культура помогает предприятию успешно достигать поставленных целей и задач. Важное значение приобретает профессиональная этика, отражающая особенности нравственного сознания, поведения и взаимоотношений людей, обусловленные спецификой профессиональной деятельности. В современных условиях выделяются три наиболее важные и сложные проблемы на пути формирования деловой этики любого предпринимателя:

- ♦ выполнение деловыми партнерами взаимных обязательств;
- ♦ применение силовых методов в деловых отношениях;
- ♦ взаимоотношения с властными структурами и коррупция.

Чем выше образовательный и квалификационный уровень бизнесменов, тем нетерпимей относятся они к недобросовестности партнеров. Что касается второй проблемы, то, к сожалению, организованное насилие стало почти обычной практикой для российского бизнеса.

В наличии третьей проблемы — коррупции и вымогательства чиновников — одинаково виновны и чиновники и предприниматели. Нередко предприниматели используют корыстолюбие чиновников, чтобы добиться определенных льгот, выгод.

Экономическая составляющая представляет собой совокупность экономических процессов, включающих движение капитала и денежных средств, экономические показатели деятельности предприятия. Среди последних следует выделить показатель рентабельности — соотношение затрат и доходов.

Особое место в ряду факторов внутренней среды предприятий занимает *информационная составляющая* — совокупность организационно-технических средств, обеспечивающих каналы и сети предприятия соответствующей информацией для эффективных коммуникаций в управлении предприятием. С появлением и развитием информационных сетей, включая интернет, успех предприятия все в большей степени определяется уровнем используемых им информационных технологий.

Основное назначение информационных технологий — максимальное приближение персонала управления предприятием к выполнению ими основной функции — принятию решений. Информационные технологии освобождают работников от рутинных операций подготовки информации для принятия решения и выработки соответствующих рекомендаций.

Важное значение среди факторов внутренней среды предприятия имеет *маркетинг.* Он предусматривает обеспечение потребностей покупателей в товарах или услугах предприятия путем изучения рынка, создания эффективной рекламы и системы сбыта. Маркетинг предполагает также активное воздействие

на рынок, на существующий спрос в целях увеличения рыночной доли предприятия и повышения рентабельности продаж.

Последняя составляющая внутренней среды предприятия — ***деловые отношения и поведение сотрудников*** — перекликается с социальными условиями. Однако, учитывая их актуальность и недостаточное к ним внимание, мы выделили их в самостоятельную составляющую. Действительно, многие предпринимательские предприятия теряют значительную долю успеха из-за несложившихся деловых отношений и поведения сотрудников. В процессе деловых отношений выделяют ряд этапов: установление контакта, ориентация в ситуации, обсуждение вопроса, проблемы, принятие решения, выход из контакта. Задача делового общения — не только успешно общаться с людьми, но и влиять на них в нужном для вас направлении. Широко известны шесть правил успешного общения с людьми, сформулированных Д. Карнеги[6].

1. Искренне интересуйтесь людьми, с которыми вы общаетесь.
2. Улыбайтесь при общении с людьми. Умение улыбаться тесно связано с умением управлять собственным настроением.
3. Помните, что на любом языке имя человека — это самый важный для него звук. Внушить человеку сознание собственной значимости — это верный способ завоевать его расположение.
4. Будьте хорошим слушателем. Дружелюбный, сочувственно настроенный слушатель вызывает симпатии любого собеседника.
5. Говорите главным образом о том, что интересует вашего собеседника. К каждой деловой встрече надо основательно готовиться.
6. Внушайте собеседнику сознание его значимости и делайте это искренне. Следуя этому правилу, вы оградите себя от многих бед, приобретете множество друзей и моральное удовлетворение.

3.3 Внешняя среда предпринимательского предприятия

Выше нами названы важнейшие составляющие, входящие во внешнюю среду предпринимательского предприятия.

Рассмотрим кратко их содержание.

Внешние экономические факторы включают обший уровень экономического развития страны, уровень рыночных отношений, конкуренции и т.д. — все, что представляет собой условия, в которых функционирует предприятие. Основными параметрами внешней экономической составляющей служат многочисленные макроэкономические показатели: размер валового внутреннего продукта и его колебания, размеры инфляции, процентной ставки, валютный курс и его колебания, дефицит или профицит бюджета, уровень производительности общественного труда, средней

[6] *Карнеги Д.* Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей. — М.: Прогресс, 1999.

заработной платы, ставки налогообложения. В число параметров внешней среды предприятия входят также уровень экономического развития отдельных регионов, соотношение между потреблением и накоплением, экспортом и импортом, наличие финансовых резервов и инвестиционных ресурсов и др.

Использование знаний об этих параметрах, вообще о тенденциях развития экономики может помочь предприятию получить определенные преимущества перед конкурентами.

Внешние политические условия включают государственное устройство и государственную политику, в том числе внешнюю и внутреннюю. Внутренняя политика включает социальную, научно - техническую, промышленную, кадровую, экономическую составляющие, а также налоговую, ценовую, кредитную, таможенную и др. От того, как устроена политическая система, зависит ее влияние на деловую активность предприятий: она может способствовать их развитию или создавать трудности для него. Широкая информированность предприятий о политической системе, ее функционировании позволяет пользоваться благоприятными возможностями для развития своего дела, укрепления своих позиций, расширения сферы деятельности, избежать или снизить потери.

Е5месте с тем и сами предприятия могут оказывать активное влияние на политическую сферу в своих интересах, в том числе на разработку и принятие законов и другие изменения ситуации в этой сфере.

Внешние правовые составляющие включают в себя: степень правовой урегулированности общественных отношений, состав действующих законов и подзаконных актов, гарантии обеспечения безопасности предприятий и граждан, четкость формулировок правовых норм и др. Внешние правовые составляющие оказывают огромное

влияние на успешную деятельность предпринимательских предприятий. От своевременности принятия и содержания законов и правовых норм зависит правомерность заключения и выполнения тех или иных договоров или контрактов, законность и успешность деловых операций, возможность разрешения споров и других конфликтных ситуаций, связанных с деятельностью предприятий, осуществляемой в рамках существующих законов и положений.

Значительное влияние на деятельность предприятий оказываю! внешние *научные и технические факторы:* имеющийся в стране научно-технический потенциал, содержание и направления фундаментальных (теоретических) и прикладных исследований, наличие и уровень функционирования объектов научно-технической инфраструктуры, включающей технопарки и технополисы, различные инкубаторы прогрессивных технологий, фирм, занимающихся венчурной деятельностью, лизингом лабораторных приборов и оборудования, исследовательских фондов и программ и др.

Наличие научных и технических факторов способствует предприятиям в выпуске новой и модернизации устаревшей продукции, освоении новых и совершенствовании применяемых технологических процессов, широком внедрении инноваций.

Деятельности предпринимательских предприятий способствуют *коммуникационные внешние условия:* уровень развития транспортной сети, наличие железных дорог, автомобильных магистралей, воздушных, морских и речных путей сообщения, степень развитости сетей связи, информационного обмена и телекоммуникаций. Важное значение в этом ряду имеет также уровень демократической гласности в обществе, доступность архивов, ведомственных баз данных, библиотек и др. источников.

Наконец, определенное влияние на деятельность предпринимательских организаций оказывает и уровень *природно-климатических факторов:* рельеф местности, площадь территории, среднегодовая температура, господствующая роза ветров, влажность или сухость воздуха, преобладающие виды флоры и фауны, наличие месторождений минеральною сырья и других полезных ископаемых, состояние экологии и др.

На деятельность предприятия в той или иной степени будут оказывать влияние изменения климата, ограниченность природных ресурсов, усиление солнечной активности, другие природные катаклизмы, загрязнение окружающей среды и др. Например, уменьшение запасов природных ресурсов вызывает необходимость разработки и применения ресурсосберегающих технологий, заменителей традиционных сырья и материалов, отдельных видов энергии, вторичного их использования. Ухудшение экологической обстановки

требует строительства очистных сооружений, утилизации отходов, снятия с производства отдельных видов продукции и т.п. Все это требует от предприятий дополнительных усилий и средств.

Отдельного изучения заслуживает очень важная часть внешней среды предприятия — деловая среда. В. Смирнова и У. Рейзел представляют составляющие деловой среды организации (предприятия) в следующем виде (рис. 3.1)[7].

3.4 Внешняя деловая среда предприятия

Очевидно, изучение внешней деловой среды организации (предприятия) следует начать с поставщиков материальных, энергетических и других ресурсов. *Зависимость* предприятия *от поставщиков* весьма велика. Несвоевременная поставка, поставка некачественных ресурсов, замена одних видов ресурсов другими, завышение цен на ресурсы и т.п. — все это

---

[7] См.: *Управление* современной компанией: Учебник / Под ред. Б. Мильнера и Ф. Лииса. - М.: ИНФРА-М, 2001. - С. 74.

ставит предприятие в полную зависимость от поставщиков, создает большие сложности в работе. Отсюда задача предприятия — максимально минимизировать свою ресурсную зависимость.



*Рис. **3.1. Деловая среда организации (предприятия)***

Следующая составляющая деловой среды — *конкуренты.* Мы уже говорили о предприятиях-конкурентах, которые реализуют аналогичную продукцию или оказывают аналогичные услуги. Задача руководства предприятия — определить возможности конкурентов и принять необходимые меры к тому, чтобы обезопасить себя от реальных и потенциальных угроз с их стороны. Оптимальный вариант в этих условиях — разработать и начать производство продукции или оказание услуг, противостоящих конкурентным и отличающихся более высоким качеством и потребительскими свойствами. Другими словами, в борьбе с конкурентами нужна наступательная, а не оборонительная позиция.

Важное место в составе деловой среды предприятия занимают *потребители продукции* и *услуг.* Помимо индивидуальных покупателей и клиентов сюда войдут: оптовые и розничные торговые фирмы, магазины, торговые агенты, официальные дистрибьюторы. Состав потребителей продукции и услуг зависит от многих факторов: специфики продукции и услуг предприятия, масштабов производства продукции и оказания услуг, рынков сбыта и др. Последнее время в числе потребителей продукции и услуг все большую роль играют различные общества защиты потребителей, контролирующие организации, общества экологической защиты и другие подобные организации. Они вступают в непосредственное общение с производителями продукции и организациями, оказывающими услуги по поводу качества производимой продукции и

оказываемых услуг, соблюдения требований экологии, добросовестности рекламы и т.п.

Воздействие потребителей продукции и услуг достаточно велико и проявляется в самых различных формах: выдвижении особых требований к качеству продукции и обслуживания, к техническим характеристикам продукции, установлении определенного уровня цен и т.д. Следует отметить и обратное воздействие производителей на потребителей путем: гарантий высокого качества продукции и услуг, установлением более низких или стабильных цен на продукцию и услуги и т.п.

Значительную часть деловой среды предприятия составляет ***инфраструктура.*** Эта часть деловой среды, в которую входят банки, фондовые биржи, кадровые агентства, страховые компании, аудиторские и консультационные фирмы, различные транспортные организации и др., оказывает предприятию широкий спектр услуг. Так, финансовые организации обеспечивают предприятие необходимыми для его деятельности финансовыми ресурсами, кадровые агентства и службы занятости так же, как и учебные заведения, — необходимыми трудовыми ресурсами.

Все большее распространение в России получает страховой бизнес, осуществляющий страхование имущества, ответственности, рисков, личностей и др.

Небывало высокими темпами растут в нашей стране консультационные и аудиторские услуги. Все больше предприятий и фирм обращаются за оказанием помощи в разработке информационных технологий, стратегического планирования и организационного развития, финансового управления, управления персоналом и его подбора, маркетинга и отношений с общественностью и др.

Наконец, все большую долю себестоимости продукции предприятий составляют транспортные услуги, которые оказывают транспортные организации.

В деловую среду предприятий включаются также *государственные и муниципальные организации,* а также органы власти. Влияние государственной власти, региональной и местной администрации, налоговой инспекции и др. на предприятия многообразно и проявляется в виде: принятия законов и других нормативных актов, определяющих правовую базу предпринимательства; лицензирования деятельности предприятия; взимания налогов и контроля за их уплатой и др. В современных условиях влияние этой части деловой среды на деятельность предприятия очень велика, так как она подвержена частым и нередко непредсказуемым изменениям, что усложняет деятельность предприятия.

Наконец, определенное влияние на деятельность предприятий оказывает *международный сектор* деловой среды. Особенно ярко это проявляется при создании совместных предприятий, реализации совместных проектов, осуществлении поставок товаров из-за рубежа и выходе наших предприятий на

зарубежные рынки и др. Особо надо отметить широко распространившуюся в последние годы покупку акций отечественных компаний иностранными инвесторами. Взаимодействие наших предприятий в сфере международного сектора, широкая конкуренция со стороны иностранных фирм на российском рынке, приводящая нередко к вытеснению российских производителей, выдвигает перед руководителями наших предприятий задачу противостояния этой конкуренции. Встает задача всемерного повышения качества и технических характеристик отечественной продукции и выработки мер противостояния, государственного регулирования, разработки и осуществления новых правил, специфических приемов современного менеджмента.

Выводы

1. В процессе получения ресурсов, проектирования и **производства** продукции или оказания услуг, реализации этой **продукции** или услуг предприятие активно **взаимодействует** с **внутренней** и **внешней** средой.
2. Внутреннюю среду **предпринимательского предприятия составляют** производственно-технические факторы, социальная, экономическая, информационная и маркетинговая составляющие, фактор деловых отношений и поведения сотрудников.
3. Внешняя среда предпринимательского предприятия **включает** в себя внешние экономические факторы, внешние политические условия, внешние правовые составляющие, научные и технические факторы, а также коммуникационные внешние условия.
4. Отдельного изучения заслуживает важная часть внешней **среды!** предприятия — деловая среда, **включающая потребителей** и **поставщиков,** конкурентов, инфраструктуру, государственные и **муниципальные** организации, международный сектор.

Вопросы для самоконтроля

1. В чем проявляется взаимодействие предпринимательской.) предприятия с внешней и внутренней средой?
2. Что составляет внутреннюю среду **предпринимательского** предприятия?
3. Что включает в себя внешняя среда предпринимательского предприятия?
4. Почему мы **отдельно** рассматриваем **часть внешней** среды предпринимательского предприятия — деловую среду? Что включает в себя деловая среда предприятия?

Глава

Продукция предприятия. Конкурентоспособность продукции

4.1 Понятие «конкурентоспособность продукции»

Деятельность предприятия направлена на производство продукции, выполнение работ, оказание услуг. Произведенная продукция может быть предназначена либо для производственного, либо для личного потребления. Услуги, оказанные предприятиями, тоже могут иметь производственный либо непроизводственный характер (услуги для населения).

Под выполненными работами понимают ремонтные, монтажные работы, перевозку грузов на транспорте и т.д. Продукция, произведенная на предприятии и предназначенная для населения, подразделяется на товары длительного пользования и повседневного спроса. Продукция современных предприятий характеризуется сложностью изготовления и, как правило, коротким жизненным циклом. Самая важная характеристика продукции, производимой предприятием в рыночной экономике, — ее покупаемость, т.е. то, насколько покупатели предпочитают продукцию конкретного предприятия аналогичной продукции других предприятий. Иначе говоря, насколько продукция данного предприятия конкурентоспособна.

В современных условиях проблема обеспечения конкурентоспособности продукции российских предприятий становится настолько актуальной, что не пытаются ее решать только те предприниматели, которые не ставят перед своим предприятием задачу экономического развития.

Международная конкуренция обозначила общие слабые стороны российских товаропроизводителей: медленную адаптацию к изменению спроса, отставание по качеству продукции, дизайну, применяемым технологиям, высокому уровню затрат на производство. Это объясняется тем, что на многих предприятиях используются морально устаревшие основные фонды с большой степенью износа, сохраняется высокий уровень ресурсоемкое™ выпускаемой продукции, наблюдается недостаточная загрузка части производственных мощностей (коэффициент загрузки

производственных мощностей в целом по промышленности России в настоящее время составляет

63%), структура экономики в стране утяжелена старыми технологиями производства. Особенно явными оказались недостатки маркетинговой деятельности российских компаний. Покупатели по- прежнему остаются вне сферы внимания бизнеса, несмотря на очевидность того, что получение прибыли в рыночной экономике возможно только при условии производства продукции для удовлетворения общественных потребностей. За последние несколько лет упал объем производства многих отечественных товаров, доля которых в общем объеме продаж в России снизилась (рис. 4.1).

Наращивание производственного потенциала предприятий имеет смысл при условии растущего спроса на продукцию этого предприятия, а это возможно, когда продукция этого предприятия пользуется спросом, а значит, является конкурентоспособной.

Что делает продукцию конкурентоспособной? Чтобы **ответить** на этот вопрос, надо разобраться в том, что такое конкурентоспособность, на каких этапах создания продукции она формируется и под влиянием каких факторов это происходит.

Конкурентоспособностьпродукции—это *совокупность потребитель - ских и стоимостных характеристик производимой продукции, позволяющая ей выдержать конкуренцию на конкретном рынке и в определенном промежутке времени.*

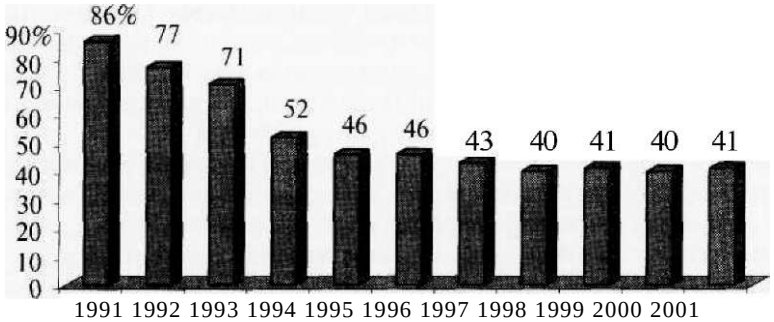


Рис. 4.1. ДОЛЯ собственных товарных ресурсов в товарообороте РФ

Источник: Российский статистический ежегодник. 2002: Стат. сб. — М.: Госкомстат России, 2002. - С. 489.

[1] *Экономика* предприятия: Учебник / Под ред. А.Е. Карлика и МЛ. Шухгальтера. — М.: ИНФРА-М, 2004. - С. 414.

Это динамичная характеристика потенциальной способности продукции, а не раз и навсегда приобретенное свойство: оно привязано к определенным рынкам и конкретному времени. Продукция, обладающая конкурентоспособностью на одном географическом рынке, может не иметь этого свойства на другом. И напротив, продукция, терпящая провал, вытесняемая с рынка, через определенное время может пользоваться успехом на нем. Это может произойти по разным причинам, например из-за ухода основного конкурента, удачно проведенной рекламной кампании, роста цен на продукты-заменители. Говоря о конкурентоспособности продукции, мы должны иметь в виду конкретные рыночные условия. Понятие «конкурентоспособность» не может быть универсальным.

Важнейший составляющий элемент конкурентоспособности — качество продукции, но это не идентичные понятия. Если под качеством понимается просто совокупность потребительских свойств продукции, то конкурентоспособность характеризуется ее соответствием конкретной общественной потребности. При оценке уровня конкурентоспособности возможно сопоставление и неоднородной продукции, но удовлетворяющей одну и ту же потребность.

Качество как определенная характеристика потребительских свойств входит важной составляющей в понятие «конкурентоспособность». Параметры качества определяются, как правило, из интересов и реальных возможностей производителя, а параметры конкурентоспособности — из интересов и возможностей потребителя.

Уровень качества современной продукции задается техническим уровнем производства, а при оценке уровня конкурентоспособности его нужно сопоставлять с уровнем развития потребности в продукции. При этом то, что уровень качества может быть выше уровня развития потребностей по отдельным параметрам, не обязательно бывает оценено потребителем и не обязательно даст необходимый экономический эффект. Важность качества имеет тенденцию к росту. В маркетинговых исследованиях существует термин «прицельное качество», обозначающий тот уровень качества, который в наибольшей степени соответствует потребностям и возможностям потребителей соответствующего сегмента рынка.

Фундаментальной основой обеспечения конкурентоспособности продукции является формирование и обеспечение ее конкурентных преимуществ. В экономической литературе конкурентные преимущества часто отождествляют с конкурентоспособностью. Но между этими понятиями существуют различия.

Конкурентное преимущество продукции — это ярко выраженное проявление превосходства над конкурентами в различных областях. К конкурентным преимуществам приводят низкая себестоимость, качество и технический уровень производимой продукции, наличие развитой сбытовой сети. Конкурентное преимущество следует отличать также и от потенциальных возможностей. В отличие от возможностей конкурентное преимущество — это факт, который фиксируется на ос-

нованиии очевидных предпочтений покупателей. Еще в годы существования СССР мы говорили о большом технологическом и кадровом потенциале нашего военного комплекса. В настоящее время эти потенциальные возможности в значительной степени сохранились, так и не став конкурентными преимуществами. И все же наличие конкурентных преимуществ не означает автоматического предпочтения. На конкурентоспособность продукции могут повлиять изменения на рынке, не связанные с деятельностью предприятия.

Конкурентоспособность продукции в отличие от конкурентных преимуществ испытывает на себе сильное влияние стратегических и тактических изменений на рынке, не связанных с деятельностью предприятия (изменения спроса, демографических сдвигов, природных явлений и т.д.). Поэтому конкурентоспособность предполагает умелое маневрирование в рыночном пространстве и во времени и максимальный **учет** требований и возможностей конкретных групп покупателей.

На конкурентоспособность продукции влияют внешние и внутренние факторы, рассмотренные в гл. 3. Оценив конкурентоспособность своей продукции, предприятие может разработать мероприятия по ее повышению, выбрать предприятия-партнеров для организации совместного выпуска продукции, привлечь средства инвесторов для организации конкурентоспособного производства, составить маркетинговые программы для выхода предприятия на новые рынки сбыта, своевременно принять решения об оптимальном изменении товарного ассортимента, о разработке и производстве новых и модернизированных изделий, расширении и создании производственных мощностей и др. Естественно, основной фактор внешней среды — это деятельность конкурентов и в целом непосредственное окружение предприятия. Немаловажную роль играют государственная политика в области развития конкуренции и ограничении монополистической деятельности, законодательно-правовые нормы в области защиты прав потребителей, стандартизации, сертификации, государственное регулирование экспортно-импортной деятельности, направленное на защиту отечественного производителя, доступ заемного капитала, доступ к более дешевым и удобным сырьевым источникам.

Конкурентоспособность продукции носит относительный, а не абсолютный характер: она может обнаружить себя только по отношению к другой продукции.

Конкурентоспособность есть результат совокупного воздействия потребительских и стоимостных характеристик продукции, а также организации деятельности предприятия производителя по сбыту продукции, которая должна соответствовать условиям рынка, конкретным требованиям потребителей по экономическим, качественным характеристикам и по коммерческим условиям реализации.

Оценка конкурентоспособности продукции служит исходным элементом для производственно-хозяйственной деятельности предприятий в условиях рыночной экономики. Она должна производиться: на всех этапах движения продукции, начиная с процесса проектирования и заканчивая процессом ее эксплуатации потребителем. Потенциально основные параметры конкурентоспособности закладываются на стадии разработки продукции

(технические, эстетические, нормативные), но признание продукции покупателем происходит все же на рынке в момент продажи.

Такая оценка позволяет изыскивать резервы повышения конкурентоспособности продукции на всех этапах ее движения. Важно быстро и точно определить направления повышения конкурентоспособности. Этому способствует постоянный мониторинг.

Мониторинг конкурентной среды позволяет определить направления повышения конкурентоспособности. Практически очень важно оценить конкурентов: насколько они агрессивны, в чем преимущества товаропроводящих сетей конкурентов, как они стимулируют реализацию продукции. Высокий уровень конкурентоспособности продукции свидетельствует о целесообразности ее производства и возможности выгодной продажи.

При совершении покупок каждый потребитель осуществляет процесс выбора необходимого ему изделия среди ряда аналогичных предлагаемых на рынке, и приобретает тот из них, который в наибольшей степени удовлетворяет его потребность. При этом он стремится добиться оптимального соотношения между уровнем потребительских свойств изделия и расходами по его приобретению и использованию, т.е. получить максимум потребительского эффекта на единицу затрат. По отношению к конкретной потребности указанное соотношение может быть достигнуто рядом различной продукции благодаря наличию аналогичных свойств. Поэтому различные виды продукции будут обладать способностью удовлетворять данную потребность и по отношению к ней могут рассматриваться как взаимозаменяемые.

Чтобы объективно оценить уровень конкурентоспособности своего изделия, поставщик при анализе должен использовать те же критерии, которыми оперирует потребитель, выбирая продукцию. Только в таком случае можно ожидать, что оценка, данная изделию поставщиком, совпадет с мнением покупателя. Следовательно, на каком бы этапе существования продукции ни проводилась оценка уровня ее конкурентоспособности, необходимо решить задачу определения перечня параметров, подлежащих анализу и существенных с точки зрения потребителя.

Существует несколько методов расчета показателя конкурентоспособности. Нужно определить цели оценки, которые зависят от стадии жизненного цикла продукции, от стратегии и планов развития предприятия. Для каждого вида продукции необходимо оценить уровень конкурентоспособности с тем, чтобы в дальнейшем провести анализ и выработать успешную товарную политику. Исследования поведения покупателей показывают, что для них в процессе сравнения и отбора выигрывает та продукция, у которой отношение полезного эффекта *(Р)* к затратам на ее потребление и приобретение (С) максимально по сравнению с другой аналогичной продукцией. Поэтому условие предпочтения продукции предприятия всем иным имеет вид

Это и есть условие конкурентоспособности. Но оценка возможна только в сравнении. Поэтому оценка конкурентоспособности продукции включает следующие этапы:

а) анализ рынка и выбор образца продукции как наиболее конкурентоспособного в качестве базы;

б) определение набора сравниваемых параметров обоих образцов;

в) расчет интегрального показателя конкурентоспособности оцениваемой продукции.

Формирование параметров для сравнения конкурентоспособности продукции предполагает определение факторов конкурентоспособности продукции.

4.2 Факторы конкурентоспособности

Факторы конкурентоспособности непосредственно вытекают из методов осуществления конкуренции. Как известно, по этим методам конкуренцию подразделяют на ценовую и неценовую. *Ценовая конкуренция* предполагает продажу продукции по более низким ценам, чем конкуренты. *Неценовая конкуренция* базируется на отличительной особенности продукции по сравнению с конкурентами. На рис. 4.2 приведены факторы, которые определяют конкурентоспособное! ь продукции предприятия. В соответствии с методами конкуренции они также подразделяются на ценовые и неценовые.

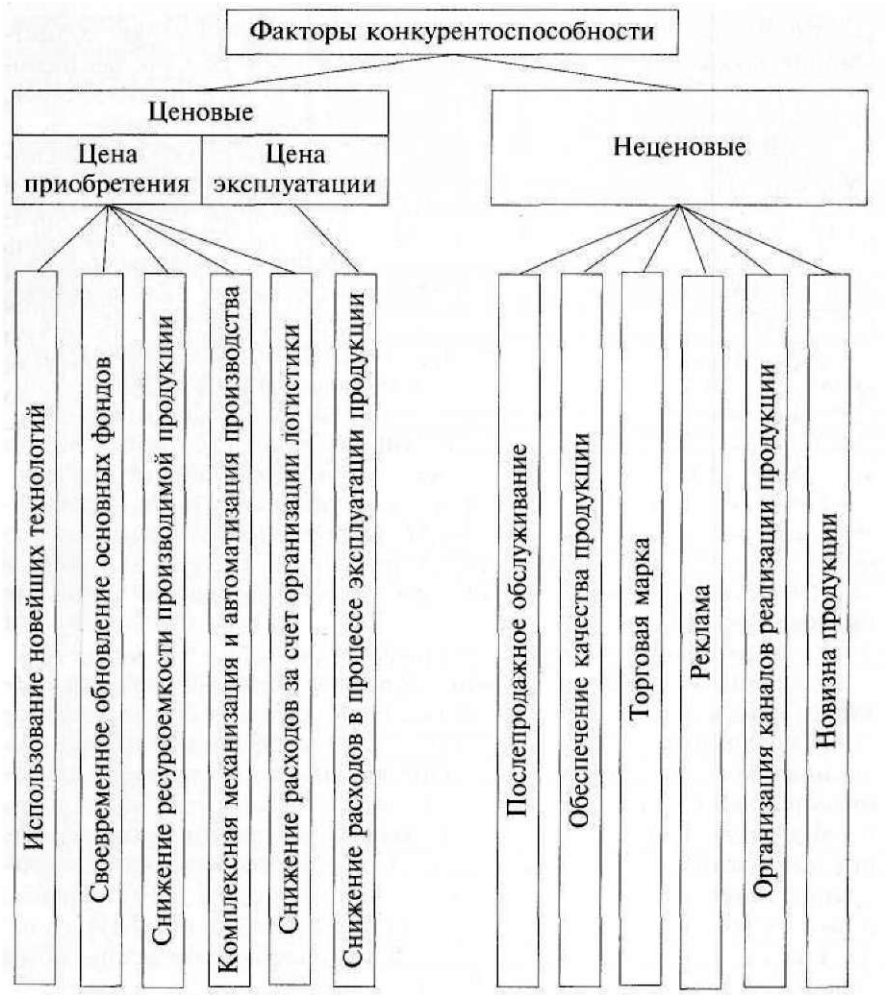


Рис. ***4.2. Факторы, определяющиеконкурентоспособностьпродукции***

Предлагать продукцию по более низкой цене, чем конкуренты, означает использование на предприятии новейших технологий, позволяющих производить больше продукции в единицу времени, снижать уровень расходования ресурсов, обеспечивая более низкий уровень издержек производства продукции. Своевременное обновление активной части основных фондов позволяет не допустить наступления морального износа первого вида; это сохраняет ценовые конкурентные преимущества, не допуская удорожания продукции. Комплексная механизация **и** автоматизация производства способст-

вуют **высвобождению** рабочей силы и уменьшают в структуре затрат на продукцию долю расходов на оплату труда.

Следующим фактором, способствующим снижению **затрат** на продукцию, а значит, **и** возможному снижению цен на нее, является ***организация*** *логистики* на предприятии. В последнее время внимание к логистике значительно возросло, и причина этого — и конкуренции.

Успех компаний, не практикующих построения хорошо натаженной логистической цепи поставок и управления ею, может быть поставлен под вопрос; ведь конкуренция становится псе более жесткой.

Эффективно построенная логистическая цепь обеспечивает такое движение материалов и запасов, которое минимизирует образование ненужных стадий, таких, например, как лишние запасы готовой продукции на складе, у производителей или оптовиков, т.е. минимизирует количество денег, связанных на то время, пока продукция не продана.

Говоря о ценовой конкуренции, следует отметить, что покупателя интересуют полные затраты на приобретение и эксплуатацию продукции, т.е. речь идет о цене потребления, которая включает в себя продажную цену и затраты на эксплуатацию на весь срок службы данного изделия.

К неценовым факторам конкурентоспособности относятся: обеспечение качества продукции, торговая марка (бренд), организация каналов реализации продукции, реклама, послепродажное обслуживание, новизна продукции. В современной рыночной экономике особое значение в обеспечении конкурентоспособности продукции приобретают параметры, связанные с процессом реализации, логистикой и снижением издержек товародвижения, послепродажным обслуживанием. Конкурентоспособность продукции проявляется через имидж фирмы, т.е. через представление покупателей об этой фирме, основанное на ее деловой репутации

Говоря о качестве продукции, мы выделяем технические, **эстетические** и нормативные параметры.

К группе *технических параметров,* которые используются при анализе конкурентоспособности, относятся параметры назначения и эргономические критерии.

Параметры назначения определяют технические свойства изделия, области его применения и функции, которые оно предназначено выполнять. По ним можно судить о содержании полезного эффекта, достигаемого с помощью применения данного изделия в конкретных условиях потребления. Оценка технического уровня то- чра особенно важна для товаров производственно-технического назначения и товаров длительного пользования. Параметры назначения в целом характеризуют возможности эксплуатации продукции в конкретной стране.

Эргономические критерии характеризуют изделия с точки зрения соответствия свойствам человеческого организма в процессе выполнения

трудовых операций и взаимодействия с машиной. Они подразделяются на гигиенические, физиологические, психологические.

Эстетические параметры служат для моделирования внешнего восприятия изделия, отражая именно такие его внешние свойства, которые являются для потребителя наиболее важными.

Помимо требований, выдвигаемых каждым отдельным потребителем, существуют требования, общие для всей продукции, обязательные к выполнению. Это *нормативные параметры,* которые устанавливаются действующими международными (ИСО, МЭК и др.) и региональными стандартами, национальными, зарубежными и отечественными стандартами, действующими законодательствами, нормативными актами, техническими регламентами страны-экспортера и страны-импортера, устанавливающими требования к ввозимой в страну продукции, стандартами фирм — изготовителей продукции, патентной документацией. Например, электрические приборы должны работать при напряжении, которое подается в сеть, и соответствовать требованиям пожаробезопасности и взрывобезопасности, а их конструкция определяется условиями проводимого процесса.

Патентно-правовые показатели определяют патентную чистоту продукции (степень воплощения в изделии оригинальных технических решений, не подпадающих под действие патентов в конкретной стране). Если хотя бы одно из требований не будет выполнено, то товар не может быть выведен на рынок. К числу нормативных показателей относятся: доля готовых изделий, частей и деталей местного производства в установленном законодательством соотношении; степень унификации продукции и использование в ней стандартных деталей и др. При положительном результате анализа нормативных параметров переходят к анализу конкурентоспособности на конкретных рынках.

Огромное значение в обеспечении конкурентоспособности товаров приобретают *коммерческие критерии* (организационно- коммерческие условия реализации), которые условно можно подразделить на способы продвижения товаров и факторы товародвижения: размеры скидок с цены, сроки поставки, объем услуг, предоставляемый покупателям в связи с поставкой товаров, формы и методы торговли на конкретных рынках. «Вести бизнес без соответствующего промоушена (продвижения товаров) — все равно что
моргать в темноте. Вы знаете, что вы делаете, но больше никто об этом не знает»[8].

Имидж — это восприятие компании или ее продукции обществом. Эффективный имидж оказывает огромное влияние на восприятие продукта потребителем. Во-первых, он несет в себе исключительное «послание», которое лежит в основе предложений потребителя о качестве и преимуществах

---

[8] *Тейлор Д.* В тени Wal-Mart: Учебник по конкурентной борьбе независимого розничного предприятия с сетевым гигантом / Д. Тейлор, Д. Смоллинг Арчер. — М.: Изд-во Жигульского, 2002. — С. 37.

продукта. Во-вторых, он передает это послание специфическим образом, так, что на него не влияют аналогичные послания конкурентов. В-третьих, он несет эмоциональную нагрузку и поэтому воздействует не только на разум, но и на сердце потребителя[9].

Разработка имиджа требует творческого подхода и усердной работы. Имидж нельзя ввести в сознание людей только за одну ночь, одним просмотром рекламного ролика. Он должен постоянно распространяться посредством всех доступных каналов связей с потребителями. Компании, которые непоследовательны в поддержании имиджа, оставляют потребителя в замешательстве и тем самым могут направить его внимание на конкурентов. Имидж продукции зависит от имиджа организации, которая ее производит, корпоративный имидж прослеживается в деловой репутации, в названии фирмы, логотипе, символах, униформе сотрудников и многом другом.

В позиционировании организации и продукции, создании их имиджа большое значение придается рекламе, которая нацелена на:

- ♦ информирование потенциальных клиентов о фирме и ее продуктах;
- ♦ убеждение потенциальных клиентов в том, что предлагаемые фирмой продукты представляют наилучшее решение запросов покупателей;
- ♦ напоминание потребителям об имеющихся возможностях удовлетворения их потребностей.

Наиболее ценным качеством современных маркетологов называют умение создавать торговую марку. Ф. Котлер определяет марку следующим образом: название, понятие, знак, символ, дизайн или их комбинация, предназначенные для идентификации предлагаемых продавцом товаров[10]. Торговая марка несет покупателю информацию о товаре, например торговая марка «Мерседес» говорит о таких свойствах товара, как «хорошо сконструированный», «надежный», «престижный», «дорогостоящий». Самые лучшие торговые марки несут в себе гарантию качества. Потребитель воспринимает марку как важную часть товара, так что применение марки может повысить его ценность; например, флакон духов Opiumбольшинство потребителей воспримут как высококачественный дорогой товар, но те же духи во флаконе без названия они сочтут менее качественными, даже если аромат духов будет тот же самый.

Известные торговые марки обладают покупательскими привилегиями. Их могут предпочесть продуктам-заменителям, даже если последние предлагаются по более низким ценам. Важно, что потребитель хранит верность торговой марке, а не производителю. В области электроники можно назвать такие успешные

---

[9] *Котлер Ф.* Маркетинг, менеджмент: Пер. с англ. / Под ред. ОА Третьяк, Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского. — СПб.: Питер, 1999. — С. 366.

[10] *Котлер Ф.* Основы маркетинга: Пер. с англ. — 2-е. изд. — М.—СПб.: Вильяме, 2001. - С. 551.

торговые марки, как «Панасоник», «ДжиВиСи», «Хундаи», «ЭлДжи», «Самсунг».

Компании, которые создают марочную продукцию, надежнее защищены от конкурентов по продвижению ее на рынок. Но даже если у фирмы и продукции прекрасный имидж, рекламная программа, дающая очень большой приток покупателей, важно определиться с факторами товародвижения, создать и реализовать здесь конкурентные преимущества. Речь идет о каналах сбыта, формах и сроках поставок и сервисном обслуживании.

Каждый посредник, приближающий продукт к конечному потребителю, представляет один из уровней *канала сбыта продукции.* Различают канал нулевого уровня, одноуровневый, двухуровневый, трехуровневый каналы распределения.

Канал нулевого уровня состоит из самого производителя, напрямую реализующего свою продукцию конечному потребителю. Примерами могут служить торговля вразнос, посылочная торговля.

Одноуровневый канал включает в себя одного посредника, например розничного торговца. В двухуровневом канале сбыта посредников двое. На рынке продукции широкого потребления в их качестве обычно выступают оптовые и розничные торговцы. Трехуровневый канал включает в себя трех посредников. Например, в мясоперерабатывающей промышленности между оптовыми и розничными торговцами появляется звено мелкооптовюй торговли. Мелкие оптовики покупают продукцию у дистрибьюторов и продают ее небольшими партиями предприятиям розничной торговли. Существуют и более протяженные каналы сбыта продукции[1].

Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент. — С. 603.

Отсутствие у конкурента розничной сети рассматривается как его слабое место. Розничная сеть — это место непосредственного контакта и с потребителями, и с продаваемой продукцией. Организация розничной торговли особенно на начальной стадии связана с большими издержками, но существуют определенные рыночные условия, которые вынуждают открывать розничные магазины (дилерские центры):

- ♦ рынок плохо изучен и у фирмы производителя нет финансовых средств для изучения и работы по сбыту;
- ♦ объем пред- и послепродажного сервиса незначителен;
- ♦ число сегментов рынка невелико;
- ♦ ассортимент продукции широкий;
- ♦ особенности продукции определяют небольшую кратность разовых покупок[1].

При больших масштабах производства и перспективного бизнеса целесообразно наличие двухуровневых каналов распределения: оптовой и розничной торговли.

Серьезным критерием конкурентоспособности является *скорость выполнения заказов,* возможность срочной доставки продукции **и** *эффективность службы сервиса.* Выгодные **предложения** по поставкам продукции повышают ее конкурентоспособность. Западные маркетологи считают, что самая главная причина ухода покупателя — неудовлетворительный сервис и то, что большинство людей готовы платить больше (до 10 и более процентов) за хороший сервис. В некоторых случаях хорошее сервисное обслуживание позволяет снизить цену потребления (все расходы, связанные как с приобретением продукции, так и с ее использованием в течение жизненного цикла). Некоторые производители предлагают кредитование покупок под небольшой процент, дают гарантию на больший срок или обеспечивают бесплатное обслуживание и текущий ремонт в процессе эксплуатации. В последнее время такая практика получила широкое распространение в индустрии автомобилестроения, у производителей продукции длительного пользования и малогабаритных электроприборов. На конкуренции в области сервисных и предоставлении дополнительных услуг пытаются обеспечить себе конкурентные преимущества компании, производящие сотовые телефоны.

Выводы

1. Конкурентоспособность продукции — **это** совокупность потребительских и стоимостных характеристик производимой про-

*Аюев Г.Л., **Челенков** Л.П.* Указ. соч. — С. 102.

дукции, позволяющая ей выдержать конкуренцию на конкретном рынке и в определенном промежутке времени.

2. На конкурентоспособность продукции могут повлиять изменения на рынке, не связанные с деятельностью предприятия. Конкурентоспособность продукции в отличие от конкурентных преимуществ испытывает на себе сильное влияние стратегических и тактических изменений на рынке, не связанных с деятельностью предприятия (изменение спроса, демографические сдвиги, природные явления и т.д.). Поэтому конкурентоспособность предполагает умелое маневрирование в рыночном пространстве и во времени и максимальный учет требований и возможностей конкретных групп покупателей.

3. Конкурентоспособность представляет собой результат совокупного воздействия потребительских и стоимостных характеристик продукции, а также организации деятельности предприятия- производителя по сбыту продукции.

4. Важнейшими факторами конкурентоспособности продукции являются качество и цена.

5. К неценовым факторам конкурентоспособности относятся: обеспечение качества продукции, торговая марка (узнаваемость продукции), организация каналов реализации продукции, реклама, бренд, послепродажное обслуживание, новизна продукции. В современной рыночной экономике особое значение в обеспечении конкурентоспособности продукции приобретают параметры, связанные с процессом реализации, логистикой и снижением издержек товародвижения, послепродажным обслуживанием.

Вопросы для самоконтроля

1. Какая взаимосвязь существует между показателями конкурентоспособности продукции и ее конкурентными преимуществами?

2. Как происходит формирование конкурентоспособности продукции на каждой стадии ее движения (проектирования, непосредственного производства, реализации, эксплуатации)?

3. Какие факторы внутренней и внешней среды предприятия влияют на конкурентоспособность продукции?

4. Как выглядит условие предпочтения конкретной продукции предприятия ее аналогам?

5. Какие новые возможности повышения конкурентоспособности продукции появились у предприятий в современных условиях?

Глава 5

Виды и формы предпринимательской деятельности

Все многообразие предпринимательской деятельности может быть **классифицировано** по различным признакам: по виду, или назначению, формам собственности, числу собственников, **организационно-правовым** и организационно-экономическим формам, степени использования наемного труда и др.

По *виду,* или *назначению,* предпринимательская деятельность может быть производственной, коммерческой, финансовой, консультативной и др. Все эти виды могут функционировать раздельно или вместе.

По *формам собственности* **предприятия** могут быть частными, государственными, муниципальными, а также находиться в собственности общественных объединений (организаций). При этом государство не может устанавливать в каком бы то ни было виде ограничения или преимущества в зависимости от формы собственности.

По *числу собственников* предпринимательская деятельность может быть индивидуальной и коллективной. При индивидуальном предпринимательстве собственность принадлежит одному физическому лицу. Коллективному предпринимательству соответствует собственность, принадлежащая одновременно нескольким субъектам с определением долей каждого из них (долевая собственность) или без определения долей (совместная собственность). Владение, пользование и распоряжение имуществом, находящимся в коллективной собственности, осуществляются по соглашению всех собственников.

В числе организационно-правовых форм предпринимательства различают товарищества, общества, кооперативы. К основным организационно-экономическим формам можно отнести концерны, ассоциации, консорциумы, синдикаты, картели, финансово-промышленные группы (ФПГ), холдинги.

5.1 Производственное предпринимательство

Производственное предпринимательство можно назвать ведущим видом предпринимательства. Здесь осуществляется произ

водство продукции, товаров, работ, оказываются услуги, создаются определенные духовные ценности. В условиях перехода к рынку эта сфера деятельности подверглась наибольшему негативному воздействию, в результате которого распались хозяйственные связи, нарушилось материально-техническое обеспечение, упал сбыт продукции, резко ухудшилось финансовое положение предприятий. Вследствие этого развитию производственного предпринимательства в ближайшие годы предстоит уделить наибольшее внимание.

Виды предпринимательства

1 1 4			
Производственное	Коммерческое	Финансовое	Консультативное
1 4 1			
Инновационное	Торговое	Банковское	Общееуправление 1
. .....*А.* 4 4			
Научно- техническое	Торгово-закупочное	Страховое	1 Администрирование
1			
Производство товаров	Торгово-посредническое	Аудиторское	1
V		V	Финансовое управление
V		Лизинговое	

Оказание услуг

Товарные биржи

A

Управление кадрами

~T

Маркетинг

Фондовые биржи

Производственное потребление товаров

Информационное Ж

Информационные технологии

*Рис. **5.1. Виды предпринимательской деятельности***

Как следует из рис. 5.1, к производственному предпринимательству относятся инновационная, научно-техническая деятельность, непосредственно производство товаров и услуг, производственное их потребление, а также информационная деятельность в этих об-

3*

ластях. Любой предприниматель, вознамерившийся заняться производственной деятельностью, прежде всего должен определить, какие конкретно товары он будет производить, какие виды услуг оказывать. Затем предприниматель приступает к маркетинговой деятельности. Для выявления потребности в товаре он вступает в контакты с потенциальными потребителями, покупателями товаров, с оптовыми или оптово-розничными торговыми организациями. Формальным завершением переговоров может служить контракт, заключенный между предпринимателем и будущими покупателями товара. Такой контракт позволяет свести к минимуму предпринимательский риск. В противном случае предприниматель начинает производственную деятельность по выпуску товара, имея лишь устную договоренность.

В условиях сложившихся рыночных отношений на Западе устная договоренность как правило служит надежной гарантией и в последующем при необходимости может быть оформлена в виде контракта, сделки. Значительно сложнее положение в нашей стране. В условиях лишь формирующихся рыночных отношений надежность устной договоренности очень невелика, а риск существенно высок.

Следующий этап производственного предпринимательства — приобретение или аренда (наем) факторов производства.

Факторы производства. К факторам производства относятся производственные фонды, рабочая сила и информация. Производственные фонды в свою очередь подразделяются на основные и оборотные.

К основным производственным фондам (орудиям труда) относятся: здания и сооружения; передаточные устройства; силовые машины и оборудование; рабочие машины и оборудование; измерительные и регулирующие приборы и устройства; лабораторное оборудование; вычислительная техника; транспортные средства; инструмент и приспособления; производственный инвентарь, прочие основные фонды. В составе основных производственных фондов к зданиям относятся здания производственных цехов, заводоуправления, лабораторий и др.

Оборотные производственные фонды (предметы труда) составляют: сырье; основные и вспомогательные материалы; топливные и энергетические ресурсы; тара и тарные материалы; малоценный и быстроизнашивающийся инструмент и производственный инвентарь; запасные части для ремонтов. Сюда же относятся покупные комплектующие изделия и полуфабрикаты, незавершенное производство и полуфабрикаты собственного изготовления, расходы будущих периодов.

Рабочую силу предприниматель нанимает по объявлениям, через биржи труда, агентства по трудоустройству, находит потенциальных работников с помощью друзей и знакомых. При подборе персонала следует учитывать образование кандидата на определенную работу, уровень его профессиональных навыков, опыт предшествующей работы, личные качества.

Далее предприниматель приобретает всю необходимую ему *информацию* о возможности привлечения ресурсов: материальных, финансовых и трудовых, о рынке сбыта намечаемой к изготовлению продукции или услуг и т.д.

Расчет потребности в финансовых средствах. Осуществление предпринимательской сделки связано с денежными затратами. Общую потребность в деньгах ($Д_п$) на ведение производственно- предпринимательской деятельности можно рассчитать по формуле

$$Д = Д_{р} + Д_{м} + Д_{с} + Д_{и} + Д_{у},$$

где Д — денежные средства, необходимые для оплаты труда наемных работников;

Д — денежная оплата стоимости приобретаемых сырья, материалов, полуфабрикатов, комплектующих изделий, топлива, энергии;

$Д_с$ — денежные расходы, связанные с приобретением и использованием средств труда (основных производственных фондов) — зданий, сооружений, передаточных устройств, машин, оборудования, вычислительной техники, инструмента, транспортных средств и др.;

$Д_и$ — денежная оплата приобретаемой предпринимателем информации;

ДУ — оплата услуг сторонних организаций и лиц (строительные работы, транспортные услуги и др.).

Для начала производственной деятельности предпринимателю надо иметь необходимый стартовый капитал. Если такого капитала нет, то он обращается в коммерческий банк или к другому обладателю свободных денежных средств за получением кредита. Можно избрать и другой путь: получить факторы производства (помещения, оборудование, сырье, материалы, информацию **и** др.) в кредит. Однако в любом случае предприниматель должен будет вернуть кредитору денежную сумму, полученную в кредит или равную стоимости взятых в кредит факторов производства плюс проценты за пользование кредитом.

Денежные субсидии, как правило, на льготных условиях могут и должны предоставлять предпринимателю, особенно начинающему, государственные структуры. Однако на практике малому предпринимательству не выделяют даже тех средств, что заложены в бюджете страны на эти цели.

Косвенными участниками производственной предпринимательской деятельности являются федеральные и муниципальные финансовые органы, налоговая инспекция. Они выполняют чисто фискальную функцию, изымая у предпринимателя в федеральный и местный бюджеты налоги, обязательные платежи, отчисления, штрафы, пошлины и т.п.

Результативность производственной деятельности. Результатом производственной деятельности предпринимателя являются реализация продукции (работ, услуг) потребителю и выручка определенной суммы денег. Разность между денежной выручкой и издержками производства составляет *прибыль предприятия.*

Различают валовую (балансовую) и остаточную (чистую) прибыль предпринимателя. *Валовая прибыль* представляет собой денежную сумму, которая остается у предпринимателя после оплаты им всех затрат на производство и реализацию продукции, но до выплаты налогов. *Остаточная (чистая) прибыль* определяется вычитанием из валовой прибыли налогов, отчислений, различных платежей, штрафов, пошлин и т.п. и представляет собой конечный итог деятельности предпринимателя-производственника.

Общую финансовую оценку деятельности такого предпринимателя определяет показатель *«рентабельность»,* рассчитываемый как отношение остаточной прибыли к полным издержкам производства. Так, если общая сумма полных издержек производства составила 4,0 млн, а чистая прибыль — 0,6 млн руб., то рентабельность будет равна 15% (0,6 : 4,0 • 100). Для западных предпринимателей такая рентабельность считалась бы высокой, для отечественных — минимальной. Очевидно, в данном случае имеет значение и масштаб производства.

Наиболее полное представление об эффективности конкретного производственного предпринимательского проекта дает соответствующий раздел бизнес-плана.

5.2 Коммерческое предпринимательство

Полем деятельности коммерческого предпринимательства служат товарные биржи и торговые предприятия. ***Товарная биржа —*** это разновидность оптового товарного рынка без предварительного осмотра покупателем образцов и заранее установленных минимальных партий товаров. На товарной бирже добровольно объединяются коммерческие посредники и их служащие для проведения торговых операций по совместно разработанным и соблюдаемым правилам. Цель такой биржи — создать механизм управления свободной конкуренцией и с ее помощью, с учетом изменения спроса и предложения, выявить реальные рыночные цены.

Товарная биржа — наиболее развитая форма регулярно функционирующего оптового рынка массовых заменителей товаров (зерна, угля, металла, нефти, леса и т.д.), продающихся по стандартам. Подобные биржи много лет действуют во всех экономически развитых странах. Классическими примерами служат такие специализированные товарные биржи, как Лондонская (цветные металлы), Ливерпульская (хлопок), Сингапурская (каучук) и др.

Помимо проведения обычной торговли с фактическими поставщиками товаров на товарных биржах широко распространено заключение соглашений по так называемым *фьючерсным сделкам.* Такие сделки предполагают уплату денежной суммы за товар по цене, установленной в контракте, через определенный срок после заключения сделки.

Товарные биржи выполняют следующие основные функции:

- ♦ оказание посреднических услуг по заключению торговых сделок;
- ♦ упорядочение товарной торговли, регулирование торговых операций и разрешение торговых споров;
- ♦ сбор и публикацию сведений о ценах, состоянии производства и других факторах, оказывающих влияние на цены.

Большую часть оборота товарных бирж составляют сделки не с наличным товаром (так называемые кассовые сделки), а с будущим товаром или по договорам поставки (срочные сделки). Товарные биржи могут быть закрытыми или открытыми. В торгах на закрытых биржах могут принимать участие только брокеры — биржевые посредники между покупателем и продавцом, а в торгах на открытых биржах участвуют также посетители. По характеру биржевых операций товарные биржи подразделяются на биржи реального товара и фьючерсные, на которых осуществляются лишь фьючерсные сделки.

В настоящее время в России функционируют около 150 товарных бирж. Помимо Москвы и Петербурга такие биржи действуют во многих крупных городах страны.

Операции по купле-продаже товаров и услуг. Основное содержание коммерческого предпринимательства составляют операции и сделки по купле-продаже, другими словами, по перепродаже товаров и услуг. Общая схема коммерческого предпринимательства в определенной мере аналогична схеме производственно- предпринимательской деятельности. Однако в отличие от нее здесь вместо материальных ресурсов приобретается готовый товар, который затем реализуется потребителю.

Прежде чем приступить к коммерческой сделке, необходимо выполнить маркетинговый анализ рынка. В общем виде *маркетинг* представляет собой систему организации и управления всеми сторонами хозяйственной деятельности коммерческого предприятия, фирмы. Маркетинг рассчитан на комплексный подход в управлении деятельностью торгового предприятия. Посредством маркетинга осуществляются все виды жизненного цикла торгового предприятия: исследование рынка; продвижение товаров по каналам обращения до конечного потребителя; финансовое обеспечение **и** получение прибыли. При этом к торговому предприятию предъявляются два взаимосвязанных требования: максимально возможная адаптация к изменяющемуся поведению потребителей и выживаемость в условиях конкуренции.

Важнейшим условием осуществления маркетинга в торговой деятельности является его планирование. *План маркетинга* служит основанием для установления задания по объему продаж в натуральном и стоимостном выражении. Товары различаются по характеристике спроса: первая группа — товары, еще не завоевавшие рынок, а потому требующие повышенного внимания; вторая группа — товары традиционные, пользующиеся устойчивым спросом.

Наряду с оперативно-управленческой работой структура маркетинга включает и такие функции, как исследование рынка, оценка ситуации, научное предвидение, планирование (о котором говорилось выше), практическая реализация намеченного и контроль за ходом выполнения каждой из перечисленных функций.

Модель-программа маркетинговой работы в торговой фирме представлена на рис. 5.2.

Если предварительный анализ рынка и прогноз свидетельствуют в пользу осуществления коммерческой сделки, то предпринимателю необходимо проработать бизнес-план, в котором должны найти отражение программа действий по осуществлению сделки и расчет требуемых затрат и ожидаемых результатов.



Рис.5.2.Модель-программамаркетинговойработы вторговой фирме

В общем виде программа любой коммерческой сделки включает: ♦ наем работников для выполнения торгово-посреднических услуг закупки товаров, его транспортировки, продажи, проведения рекламной работы, оформления необходимых документов;

- приобретение или наем помещений, складов, баз, торговых точек, необходимых для хранения и реализации товара;
- закупку товара для последующей его продажи;
- привлечение денежных средств в кредит для финансирования сделки и последующий возврат кредита и процентов за пользование им;
- получение и оплату услуг сторонних организаций и лиц, выполняющих посреднические функции;
- получение или приобретение необходимой информации, требуемой для планирования, оформления и регулирования сделки;
- реализацию товаров покупателю и получение выручки;
- регистрацию сделки, выплату налогов и платежей федеральным и муниципальным финансовым органам.

Все важнейшие мероприятия коммерческой сделки увязываются между собой по срокам, и, где это возможно, предусматривается параллельно-последовательная методика проведения операций. В заключение разрабатывается бизнес-план и укрупненный координационный план действий. При крупных и продолжительных сделках рекомендуется разработать план-график выполнения работ с указанием сроков и исполнителей.

5.3 Финансовое предпринимательство

Мы уже говорили, что основным полем деятельности финансового предпринимательства являются коммерческие банки и фондовые биржи. Что же представляют собой эти институты рынка? *Коммерческий банк* — это *финансово-кредитное учреждение акционерного типа, кредитующее на платной основе преимущественно коммерческие организации, осуществляющее прием денежныхвкладов(де- позитов) и другиерасчетныеоперации по поручению клиентов.*

Источником доходов коммерческого банка служит разница между процентными ставками депозитных (привлеченных) и ссудных средств.

Операции коммерческих банков делятся на три группы: пассивные (привлечение средств); активные (размещение средств) и комиссионно-посреднические (выполнение различных операций по поручению клиентов с уплатой комиссии).

Особенность деятельности коммерческих банков в России состоит в том, что они привлекают средства предприятий на значительные сроки, а дают взаймы на относительно короткие сроки.

Эти банки подвержены риску коммерческого характера, так как обязаны выплатить своим кредиторам деньги в заранее определенный срок с установленными процентами. Учитывая, что предоставленные коммерческим

банком кредиты по тем или иным причинам могут быть не возвращены вовремя, банк должен располагать определенными резервами.

Другая особенность коммерческих банков в современной России заключается в том, что большинство из них не обладают возможностями предоставлять долгосрочные кредиты в значительных размерах, поскольку чаще всего не имеют необходимых средств. Не случайно доля долгосрочных кредитов, выданных коммерческими банками, составляет лишь 3% всех активов. Между тем главным источником доходов коммерческих банков экономически развитых стран служат долгосрочные кредиты. Отсюда и неустойчивость доходов коммерческих банков России, и нередкое их банкротство. Под ***фондовой биржей*** понимается *организационно оформленный, регулярно функционирующий рынок ценных бумаг, способствующий повышению мобильности капитала и выявлению реальной стоимости активов.*

Принцип функционирования фондовой биржи базируется на оперативном регулировании спроса и предложения. Здесь проводятся так называемые *котировки ценных бумаг.* Они состоят в регулярной оценке специалистами котировочного отдела биржи курсов покупателей и курсов продавцов по всем ценным бумагам, которые проходят через биржу. При этом текущие курсы постоянно демонстрируются на световом табло биржи и регулярно публикуются в специальных бюллетенях. Текущие курсы показывают, по какой цене в данный момент на данной бирже можно купить или продать определенные акции. Эти цены, пересчитанные по специальным формулам, служат основой для получения индексов биржевой активности — своеобразных барометров экономической конъюнктуры.

За рубежом сами фирмы и предприятия в деятельности биржи прямо не участвуют. Их интересы, как правило, представляет либо банк, либо холдинговая или брокерская компания биржи. Число таких членов регулируется, а репутация их должна быть безупречной. Кроме того, такое членство требует денег. Например, на Нью- Йоркской фондовой бирже цена места колеблется от 450 до 6000 тыс. долл., а число членов практически неизменно — 1469.

Вместе с тем в условиях государственно-монополистического капитализма роль биржи в торговле ценными бумагами несколько уменьшилась. Главная причина этого — образование мощных кре- дитно-финансовых институтов, которые сконцентрировали у себя большую часть торговли ценными бумагами без посредничества биржи. На снижение роли биржи в торговле ценными бумагами повлияло также увеличение объема государственных облигаций в общей массе ценных бумаг.

5.4 Консультативное предпринимательство

Консультант — это специалист в определенной области, дающий советы по вопросам своей специальности. В зарубежной практике коммерческая,

платная консультация по вопросам управления получила название ***консалтинг.*** **По** определению Европейской федерации ассоциаций консультантов по экономике и управлению ***менеджмент-консалтинг*** заключается в *предоставлении независимых советов и помощи по вопросам управления, включая определение* ***и*** *оценку проблем и (или) возможностей, рекомендацию соответствующих мер и помощь в их реализации.*

Первые консультационные компании по управлению появились более 100 лет тому назад.

Консультантов по управлению привлекают для того, чтобы снять неопределенность, возникающую на разных стадиях процесса подготовки, принятия и реализации ответственных управленческих решений. Именно ростом неопределенности и сложности среды бизнеса обусловлен громадный рост спроса на консалтинговые услуги в мире за последние 10 лет. Все эти годы среднегодовые темпы роста объема продаж в этой отрасли более чем в два раза превышали средние темпы роста бизнеса в целом. Только за 1993—1995 гг. объем услуг, проданных в отрасли управленческого консалтинга в мире, без учета России и США, возрос с 25 млрд до 40 млрд долл. В этой отрасли в мире занято примерно от 140 тыс. до 200 тыс. профессионалов.

В России в 1995 г. было зарегистрировано 175 фирм, осуществляющих управленческий консалтинг, с общей численностью персонала около 2500, включая примерно 400 специалистов, чего, по нашему мнению, совершенно недостаточно.

Однако начиная со второй половины 1998 г. рынок аудиторско-консалтинговых услуг в России стал стремительно развиваться. Так, уже в первом полугодии 2000 г. объем совокупной выручки этих услуг лишь на рынке крупнейших аудиторско-консалтинговых групп (АКТ) составил 1169 млн руб., в первом полугодии 2001 г. — 1926, а в первом полугодии 2002 г. достиг 2800 млн руб. За этот период несколько возрос удельный вес консалтинговых услуг (с 45 до 53%) и снизилась доля аудита (с 55 до 47%)'.

В целом за 2002 г. прирост рынка консалтинговых услуг составил 70%, а в 2003 — уже 125%. По итогам 2003 г. объем рынка этих услуг составил в России 21 млрд руб.[11]

Структура рынка аудиторских и консалтинговых услуг 100 крупнейших АКТ России в первом полугодии 2002 г. составила, %:

- ♦ общий аудит — 41,7;
- ♦ налоговый и юридический консалтинг — 18;
- ♦ оценочная деятельность — 10,6;
- ♦ услуги в области финансового управления — 9,3;
- ♦ информационные технологии — 7,2;

---

[11] *Эксперт.* - 2004. - № 7. - С. 90.

- ♦ услуги в области стратегического планирования и организационного развития — 4,5;
- ♦ банковский аудит — 3,1;
- ♦ прочее — 5,6[12].

Интересно проследить, как менялся спрос на управленческий консалтинг в России за последние годы. В начале 1990-х годов наиболее востребованными были консалтинговые услуги в области приватизации, корпоративных финансов и оптимизации налогообложения. После августовского (1998 г.) кризиса предприятиям больше всего понадобился консалтинг в области маркетинга. В то же время вопросы стратегии развития предприятий, оптимизации их организационной управленческой структуры, консультирование по которым следует лишь за полным приведением в порядок финансового управления, возникают лишь у крупных предприятий и холдингов. Мелкие и средние предприятия, в силу своих ограниченных возможностей, обращаются за услугами консультантов гораздо реже. Главным образом они обращаются за консультациями аудиторов и по поводу тривиальной налоговой экономии. Вместе с тем на рынке консультационных услуг недостаточно востребовано предложение в самой привлекательной для консультантов области стратегического управленческого планирования и развития.

В промышленно развитых странах вложения средств в интеллектуальный капитал в форме консультационных услуг считаются не менее эффективными, чем вложения в новое оборудование или в передовую технологию. В России в современных условиях подобного отношения к консультанту не наблюдается. Более того, имеющийся интеллектуальный потенциал в области экономики и управления используется далеко не полностью. Наблюдается парадоксальная ситуация: большинство предприятий находится в тяжелом экономическом положении по причинам нередко организационно-управленческого характера, неприспособленности к рыночным условиям и не использует при этом имеющийся интеллектуальный потенциал.

Те руководители, которые своевременно прибегли к помощи консультантов, уже ощутили пользу и экономический эффект финансово-хозяйственного анализа, разработки программ оздоровления, активного маркетинга, разработки инвестиционной и финансовой политики.

Консалтинговые услуги могут осуществляться и в форме устных разовых советов. Однако чаще всего они предоставляются в виде консалтинговых проектов, включающих следующие основные этапы:

- ♦ выявление проблем (диагностика);
- ♦ разработку решений, проекта;
- ♦ осуществление решений, проекта.

---

[12] *Эксперт.* - 2002. - № 31. - С. 67.

Заключительный этап в зависимости от объема проекта может занимать от нескольких дней до нескольких месяцев. Иногда контакты с клиентами могут быть и многолетними.

Методы консультирования могут быть различными. Наиболее известными и применяемыми являются три вида консультирования: экспертное, процессное и обучающее.

Экспертное консультирование — наиболее пассивная форма консалтинга. Здесь консультант самостоятельно осуществляет диагностику, разрабатывает решения и рекомендации по их внедрению. Клиент при этом лишь обеспечивает консультанта необходимой информацией.

Осуществляя *процессное консультирование,* специалисты консалтинговой фирмы на всех этапах разработки проекта активно взаимодействуют с клиентом, побуждая его высказывать свои идеи, предложения. Консультанты вместе с клиентом анализируют проблемы и разрабатывают предложения.

Главная задача специалистов *обучающего консультирования* — подготовить почву для возникновения идей и выработки решений. С этой целью они проводят у клиента лекции, семинары, разрабатывают для него учебные пособия, предоставляя всю необходимую теоретическую и практическую информацию.

На практике в чистом виде ни один из перечисленных методов консультирования не применяется; как правило, используются комбинации всех трех методов.

В развитых странах консультационные услуги много лет являются важнейшим элементом инфраструктуры рыночной экономики. Консалтинг выделен статистикой в отдельную отрасль. В США в этой отрасли занято около 700 тыс. человек, а годовой объем услуг составляет порядка 50 млрд долл. Ни одно серьезное экономическое и управленческое решение не только в экономически развитых, но и в развивающихся странах не принимается без консультантов.

В России в настоящее время насчитывается несколько сотен частных консалтинговых фирм (для сравнения: в небольшой Голландии их более двух тысяч).

Помимо частных фирм консультационные услуги на коммерческих началах оказывают государственные, учебные, информационные и исследовательские организации. В России действуют и зарубежные консультационные фирмы. Если российские консультанты хорошо разбираются в современной экономической ситуации России, обладают высоким интеллектуальным и образовательным потенциалом, широко мыслят и знакомы с механизмом рыночной экономики западного типа, то достоинством зарубежных консалтинговых фирм являются хорошее владение методами консультирования и детальное знание рыночной экономики западного типа. Стоимость услуг российских консалтинговых фирм примерно в 4—5 раз ниже, чем зарубежных, и составляет в среднем 300 долл. за человекодень.

Консалтинговые услуги могут быть самыми разнообразными. Европейский справочник-указатель консультантов по менеджменту в настоящее время выделяет 84 вида консалтинговых услуг, объединяемых в восемь групп: общее управление; администрирование; финансовое управление; управление кадрами; маркетинг; производство; информационные технологии; специализированные услуги.

Кризис 1998 г. оказал негативное влияние на состояние рынка аудиторско-консалтинговых услуг в России. Однако в настоящее время этот рынок полностью восстановился, а в первом полугодии 2002 г. оказался одним из самых стабильных.

Рассматривая виды деятельности аудиторско-консалтинговых фирм, следует отметить, что почти половина выручки приходится на собственно аудит. При этом доминирует общий аудит, выручка от которого составляет 46% общего объема выручки в данной среде. Доля банковского аудита составляет лишь 3,1%, а других видов аудита — менее 2%.

В собственно консалтинге ситуация не столь четко структурирована. На первом месте здесь выручка от юридических услуг (около 18%), выручка от управленческого финансового консультирования составляет 9,3%. На оценочную деятельность приходится 10,6% общей выручки, а на деятельность в области информационных техно - логий — лишь 7,2%. В данном сегменте рынка абсолютное большинство услуг предоставляется специализированными фирмами.

В настоящее время в России сложились три четко выраженные группы консультантов[13]. Первая группа — особо доверенные, как правило, дочерние консультационные компании, ассимилированные в структуру финансово-промышленной группы (ФПГ). Они оказывают услуги широкого профиля, но для ограниченного числа компаний — членов данной ФПГ. Эта группа консультантов имеет достаточно стабильное положение, по крайней мере до тех пор, пока устойчива сама ФПГ. Такие доверенные консультанты существуют почти при всех крупных банках, занимающихся созданием ФПГ.

Для обслуживания крупных промышленных предприятий, не входящих в состав ФПГ, отбор консультантов осуществляется строго по рекомендации партнеров по бизнесу, близких друзей и т.п.. реже — на тендерной основе. При этом предпочтение отдается консультантам, которые не были замечены в контактах с конкурентами. Это связано с необходимостью обеспечить как можно большую конфиденциальность. Если выявляется связь консультанта с конкурентом, от его услуг немедленно отказываются. В качестве примера можно привести отказ Российского фонда федерального имущества (РФФИ) от услуг банка CreditSuisseFirstBoston (CSFB), который выступал финансовым консультантом правительства в сделке по приватизации компании «ЛУКойл».

---

[13] *Сысоев В.* Услуга, родившаяся раньше спроса // **Коммерсант-консалтинг.** 2000. - С. 17-18.

Того, что банк одновременно работал на двух клиентов по аналогичной сделке, оказалось достаточно, чтобы прекратить сотрудничество с CSFB.

Вторая группа российских консультантов — крупные консультационные или аудиторско-консультационные компании, не входящие в состав холдингов. Данная группа консультантов оказывает клиентам довольно широкий спектр услуг. Наиболее характерными из них являются услуги, связанные с оптимизацией финансовых потоков и налоговых схем, модернизацией бухгалтерского или управленческого учета. Особенно это актуально сегодня, когда вводится новый план счетов в бухгалтерском учете, освоить который многим предприятиям в одиночку очень трудно. Надо отметить, что реальное число консультантов — специалистов высокого класса невелико, поэтому при осуществлении комплексных работ по реструктуризации предприятий, для широкомасштабных маркетинговых исследований, кадровой диагностики и др. привлекаются субподрядные организации.

Наконец, третья группа российских консультантов — небольшие компании с ограниченным спектром услуг и немногочисленным штатом. Как правило, они оказывают одну-две отработанные услуги (например, маркетинг, помощь в составлении бизнес-планов или только оптимизация финансовых потоков).

Помимо перечисленных трех групп российских консультантов есть еще небольшие консультационные компании, работающие на региональном уровне. Для них характерна привязка вознаграждения консультанта к конечным результатам работы — например к приросту прибыли. Представляется, что на ближайшие несколько лет основной интерес для консультантов будет представлять именно региональный рынок.

Выводы

1. Под предпринимательством понимается деятельность, осуществляемая частными лицами, предприятиями или организациями по производству, оказанию услуг, приобретению и продаже товаров в обмен на другие товары или деньги к взаимной выгоде заинтересованных лиц, предприятий, организаций.

2. Субъектом предпринимательства могут быть как отдельные частные лица, так и объединения партнеров. Для формирования предпринимательства необходимо создать определенные экономические, социальные и правовые условия.

3. По виду (или назначению) предпринимательская деятельность подразделяется на производственную, финансовую, торговую, посредническую, консультационную. Все они могут функционировать раздельно или вместе (например, торгово-посредническая деятельность, производственно-торговая и т.п.).

4. Важнейшим видом предпринимательской деятельности является производственная, где осуществляется основная фаза воспроизводственного

цикла — производство продукции и услуг. К этому виду предпринимательства относятся инновационная, научно-техническая деятельность, непосредственно производство продукции.

5. Основное содержание коммерческого предпринимательства составляют операции и сделки по купле-продаже, другими ело- вами, — перепродажа товаров и услуг. Полем деятельности коммерческого предпринимательства служат товарные и торговые организации.

6. Сферой деятельности финансового (финансово-кредитного) предпринимательства являются обращение, обмен стоимостей. Особенность финансовой деятельности состоит в том, что она проникает и в производственную, и в коммерческую деятельность, хотя может быть и самостоятельной. Основное поле деятельности финансового предпринимательства — коммерческие банки и финансовые биржи.

7. Важнейшим видом предпринимательства является консалтинг. Он включает непосредственно управленческие и другие формы консультирования, а также аудит. Ныне вложения средств в интеллектуальный капитал в форме консультационных услуг **считаются** не менее эффективными, нежели вложения в новое оборудование или передовую технологию.

Вопросы для самоконтроля

1. В чем состоит предпринимательская деятелы >сть предприятия'.'
2. Какие виды предпринима ельства вы знаете? В чем сущность производственного предпринимательства и почему его относят к ведущему виду предпринимательства?
3. Каково основное содержание коммерческого предпринимательства и что служит полем его деятельности?
4. Что является сферой деятельности финансового предпринимательства, в чем его особенность и каково поле деятельности?
5. В чем сущность консультативного предпринимательства? Каковы его значение и перспективы дальнейшего развития?

46 ■ Глава

Малые предприятия и их развитие

6.1 Малое предпринимательство и значение его развития

В экономике развитых стран одновременно функционируют крупные, средние и мелкие предприятия, а также осуществляется деятельность, базирующаяся на личном и семейном труде.

Размеры предприятий зависят от специфики отраслей, их технологических особенностей, от действия эффекта масштабности. Есть отрасли, связанные с высокой капиталоемкостью и значительными объемами производства, и отрасли, для которых не требуются предприятия больших масштабов; напротив, именно малые оказываются для них более предпочтительными.

Для современной экономики характерна сложная комбинация различных по масштабам производств — крупных, средних и малых.

С одной стороны, устойчивой тенденцией научно-технического прогресса является концентрация производства. Именно крупные фирмы располагают большими материальными, трудовыми и финансовыми ресурсами, наиболее квалифицированными кадрами. Они способны вести крупномасштабные научно-технические разработки, которые и определяют важнейшие технологические сдвиги.

С другой стороны, в последнее время выявился небывалый рост малого и среднего предпринимательства, особенно в тех сферах, где не требуется значительных капиталов, больших объемов оборудования и кооперации множества работников. Малых и средних предприятий особенно много в наукоемких видах производства, а также в отраслях, связанных с производством потребительских товаров и оказанием услуг.

Эффективное функционирование малых предприятий определяется радом их преимуществ по сравнению с крупным производством: близость к местным рынкам и приспособление к запросам потребителей; производство продукции малыми партиями, что невыгодно крупным фирмам; исключение лишних звеньев управления и др. Развитие мелкого и среднего предпринимательства создает благоприятные условия для оздоровления экономики, поскольку развивается конкурентная среда, создаются дополнительные рабочие места, расширяется потребительский сектор. Кроме того, развитие малого бизнеса ведет к насыщению рынка товарами и

услугами, к повышению экспортного потенциала, лучшему использованию местных сырьевых ресурсов.

Малый бизнес играет важную роль в развитии экономики многих стран. В странах Европейского сообщества (ЕС), в Соединенных Штатах Америки, в Японии на малые и средние предприятия приходится около 50% в общей численности занятых. Их доля в **ВВП** превышает 50% (табл. 6.1).

Таблица 6.1. ***Масштабыразвитиямалого предпринимательства в России и в зарубежных странах***

Страны	*Числе малых Исредних фирм*		*Численность занятых. млн*	*Доля малых и средних фирм, %*	
	тыс. ед.	*в расчете на 1 тыс. жителей*		*в общей численности занятых*	***в ВВП***
Великобритания	*2* 930	46	13,6	49	50-53
Германия	2 290	37	18,5	46	**50-54**
Италия	3 920	68	16,8	73	57-60
Франция	1 980	35	15,2	57	55—62
Страны ЕС	15 777	45	68,0	72	63-67
США	19 300	74,2	70,2	54	50-52
Япония	64 50	49,6	39,3	78	52-55
Россия	836,6	5,65	8,1	9,6	10-11

Источник: Блинов Л. Условия регулирования малого бизнеса // Экономист. — 1999. - № 2. - С. 75.

Как видно из табл. 6.1, малое предпринимательство в России существенно отстает в сравнении с развитыми странами. В составе важнейшего итогового экономического показателя — валового внутреннего продукта (ВВП) доля малых и средних предприятий в России составляет лишь 10— 11%, в то время как в развитых странах эта величина равна 50—60%.

На малых предприятиях России в 2002 г. в среднем было занято 7220,3 тыс. человек[1], или около 10% активного населения страны. По численности работников промышленность и строительство занимают соответственно 20,0 и 18,6% (1445,7 и 1342,4 тыс. человек), что также, на наш взгляд, недостаточно. Наибольший удельный вес по численности занимают торговля и общественное питание (2812,8 тыс. человек, или 39,6%). В 2002 г. малыми предприятиями было произведено продукции и выполнено услуг всего на 1159,9 млрд руб., что составило 10,7% ВВП[2].

' *Россия* в цифрах. 2003: Крат. стат. сб. — М: Госкомстат России, 2003. — С. 160. [2] Там же. — С. 161.

К сожалению, надо отметить, что количество работающих на малых предприятиях в России, так же как и объем производства, за последние 10 лет практически не меняется. Приведенные данные позволяют сделать

вывод о том, что в нашей стране велики резервы роста малого предпринимательства. От темпов роста этой сферы хозяйственной деятельности в ближайшие годы в России в значительной степени будет зависеть развитие всей экономики.

6.2 Выбор организационно-правовой формы малого предпринимательства

Современные формы предпринимательской деятельности в России. В соответствии с Гражданским кодексом РФ в стране создаются следующие организационно-правовые формы предпринимательской (коммерческой) деятельности: хозяйственные товарищества и общества, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия.

Хозяйственные товарищества могут создаваться в форме полного товарищества и товарищества на вере (коммандитного). *Полным* является товарищество, участники которого (полные товарищи) заключили между собой договор о создании предприятия для совместного ведения хозяйственной деятельности. Источником формирования имущества полного товарищества служат вклады его участников.

Полному товариществу не требуется устав, оно создается и действует на основе учредительного договора, который подписывается всеми его участниками. В учредительном договоре указываются наименование товарищества, его местонахождение, порядок управления деятельностью, размер и состав складочного капитала товарищества, порядок изменения доли каждого участника, сведения об ответственности участников полного товарищества за нарушение обязанностей по внесению вкладов и др.

Прибыль и убытки полного товарищества распределяются между его участниками пропорционально их долям в складочном капитале. Для определения размера налогов каждый участник прибавляет свою долю прибыли к имеющемуся у него доходу и с этой суммы платит налоги. Участники полного товарищества солидарно несут ответственность своим имуществом по обязательствам товарищества.

Несколько иное положение *в смешанном (коммандитном) товариществе* (или товариществе на вере). Наряду с участниками, осуществляющими от имени товарищества предпринимательскую деятельность и отвечающими по обязательствам товарищества своим имуществом (полными товарищами), имеются один или несколько участников-вкладчиков (коммандитистов), которые несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими

вкладов. Коммандитисты не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности.

Товарищество на вере, как и полное товарищество, не имеет устава, оно создается и действует на основе учредительного договора, который подписывается всеми полными товарищами.

Следующая группа предпринимательских (коммерческих) предприятий — *хозяйственные общества:* общество с ограниченной ответственностью, общество с дополнительной ответственностью, акционерное общество, дочерние и зависимые общества.

На начальном этапе перехода экономики России к рыночным отношениям широкое распространение получили *товарищества с ограниченной ответственностью* (ТОО). Гражданским кодексом сохранены основные принципы ТОО в форме общества с ограниченной ответственностью (ООО). Такое общество учреждается одним или несколькими лицами. Уставный капитал его разделен на доли, определенные учредительными документами. Участники ООО не отвечают по обязательствам общества и несут риск убытков, связанных с его деятельностью, в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

Участники *общества с дополнительной ответственностью* солидарно отвечают по его обязательствам своим имуществом в одинаковом для всех кратном размере к стоимости их вкладов, определяемых учредительными документами общества. При банкротстве одного из участников его ответственность по обязательствам общества распределяется между остальными участниками пропорционально их вкладам.

Широко распространенной формой предпринимательства в современных условиях являются *акционерные общества* (АО). Большинство из них создано путем приватизации государственных и муниципальных предприятий. Уставный капитал АО разделен на определенное число акций. Его участники (акционеры) не отвечают по обязательствам общества и несут риск убытков, связанных с его деятельностью, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Акционерные общества могут быть открытыми и закрытыми. Участники *открытого акционерного общества* могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров. Такое АО может проводить открытую подписку на выпускаемые им акции и их свободную продажу. При этом оно обязано ежегодно публиковать для всеобщего сведения годовой отчет, бухгалтерский баланс, счет прибылей и убытков.

В *закрытом акционерном обществе* (ЗАО) акции распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц. Такое общество не вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции. Акционеры ЗАО имеют преимущественное право приобретения акций, продаваемых другими его акционерами.

Учредительным документом как открытого, так и закрытого акционерных обществ служит устав, утвержденный учредителями. В нем помимо общих сведений должны содержаться условия о категориях выпускаемых обществом акций, об их номинальной стоимости и количестве; о размере уставного капитала

общества; о правах акционеров, составе и компетенции органов управления обществом и порядке принятия ими решений и др.

Гражданским кодексом впервые определены дочерние и зависимые общества.

Дочерним признается хозяйственное общество, если другое (основное) хозяйственное общество или товарищество в силу преобладающего участия в его уставном капитале либо иным образом имеет возможность определять решения, принимаемые таким обществом. Дочернее общество не отвечает по долгам основного общества (товарищества). В то же время основное общество (товарищество) отвечает солидарно с дочерним обществом по сделкам, заключенным последним во исполнение его указаний.

Несколько иной экономический статус имеет *зависимое хозяйственное общество.* Зависимым признается хозяйственное общество в случае, если другое, преобладающее или участвующее, общество имеет более 20% голосующих акций АО, или 20% уставного капитала ООО.

Несколько своеобразной организационно-правовой формой предпринимательских предприятий являются *производственные кооперативы.* Производственным кооперативом, или артелью, признается добровольное объединение граждан для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, основанной на их личном трудовом или ином участии.

В производственном кооперативе объединяются имущественные паевые взносы его членов. Сферой деятельности такого кооператива помимо производства могут быть переработка, сбыт промышленной, сельскохозяйственной и иной продукции, выполнение работ, торговля, бытовое обслуживание, оказание других услуг.

Учредительным документом производственного кооператива является устав, утверждаемый общим собранием его членов. Важная особенность производственного кооператива состоит в том, что он не вправе выпускать акции, а также в том, что каждый его член имеет один голос при принятии решений общим собранием.

В особом ряду среди организационно-правовых форм предпринимательских (коммерческих) предприятий стоят государственные и муниципальные унитарные предприятия.

Под *унитарным предприятием* понимается коммерческая организация, не наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ней собственником. Имущество унитарного предприятия неделимо и не может быть распределено по долям между работниками предприятия или другими лицами.

В форме унитарных могут быть созданы только государственные и муниципальные предприятия. Имущество таких предприятий находится соответственно в государственной или муниципальной собственности и принадлежит им на праве хозяйственного ведения или оперативного управления. Унитарное предприятие, основанное на праве оперативного управления, называется *федеральным казенным предприятием.*

Соотношение предприятий с различными организационно- правовыми формами в российской экономике на 1 января 1996 г. представлено в табл. 6.2.

Таблица 6.2. ***Распределениепредприятий России*** *по* ***организационно-правовым формам***

Форма предприятий	*Число предприятий, тыс.*	*% к итогу*
Индивидуальные частные предприятия с привлечением наемного труда	2611	22,2
Производственные кооперативы	431	3,6
Акционерные общества и товарищества	8944	74,2
Из них:		
Акционерные общества открытого типа	512	4,4
Акционерные общества закрытого типа и ТОО	6633	57,0
Смешанные товарищества	104	0,9
Полные товарищества	29	0,3
ВСЕГО	12 056	100,0

Источник: Народное хозяйство России. — 1997. — С. 687.

Как видно из таблицы, из 12 056,0 тыс. предприятий наибольший удельный вес занимают акционерные общества и товарищества — 74,2%. Доля индивидуальных частных предприятий составляет 22,2%, а производственных кооперативов — лишь 3,6%. Такое соотношение существенно контрастирует с западными предприятиями, где преобладающее большинство занимают индивидуальные предприятия.

Особенности организации предпринимательской деятельности в США. Среди организационно-правовых форм бизнеса в США большое распространение получили единоличные предприятия (soleproprietorship). Такую форму избирают в основном мелкие предприятия. Здесь ответственность предпринимателя является неограниченной. Судебный иск может быть обращен на все его имущество. Единоличные предприятия действуют главным образом в области розничной и мелкооптовой торговли, в сфере услуг.

Процедура регистрации таких предприятий исключительно проста. По существу исполнения каких-либо формальностей по регистрации единоличного предприятия не требуется. Единственный официальный документ — налоговая декларация. Финансовые записи необязательны, ведение их необходимо прежде всего в налоговых целях. Но для занятия некоторыми видами деятельности требуются лицензии административных органов соответствующего штата.

Достаточно широко распространена в США такая организационная форма бизнеса, как партнерство — аналог российского товарищества.

Общее партнерство(generalpartnership), или просто партнерство, функционирует на основе Закона о партнерствах (UniformPartnershipAct), принятого еще в 1914 г. и действующего в 44 штатах (из 50), и договора между

партнерами. Партнеры имеют равные права на управление и имущество партнерства, если иное не определено в соглашении между ними. Как и в единоличных предприятиях, предприниматели партнерств несут неограниченную ответственность по обязательствам партнерства. Ответственность носит солидарный характер.

Партнерство в США не платит налогов, так как налоги уплачиваются с доходов предпринимателей, входящих в состав партнерства. Партнеры, однако, оформляют налоговые декларации. Затем каждому партнеру направляется специальная форма К1, устанавливающая его долю в прибылях и убытках партнерства. Она подается в налоговые органы вместе с декларацией об индивидуальных доходах.

Другой организационно-правовой формой партнерства является *партнерство с ограниченной ответственностью*(limitedpartnership). Здесь имеются две категории участников-партнеров: с полной и с ограниченной ответственностью. Партнеры с ограниченной ответственностью отвечают по обязательствам партнерства только в пределах своего вклада. В таких партнерствах объединяются высококвалифицированные специалисты для занятия профессиональной деятельностью в сфере юридических и финансовых услуг, медицины и др.; обычно это мелкие и средние предприятия.

Деятельность партнерства регулируется Законом об ограниченных партнерствах (UniformLimitedPartnershipAct), принятым в 1916 г. и действующим в 47 штатах, а также исправленным Законом от 1978 г. (RevisedUniformLimitedPartnershipAct).

Для создания партнерства нужен как минимум один полный и один ограниченный партнер. Создание партнерств требует выполнения некоторых официальных формальностей: партнеры должны передать в секретариат штата подписанный ими сертификат, содержащий сведения о роде деятельности партнерства, его членах, структуре капитала и др. С налоговой точки зрения положение ограниченных партнерств аналогично общим партнерствам.

Наиболее широко распространенной и универсальной формой бизнеса в США является *корпорация*(corporation). Американская корпорация строит свою деятельность в соответствии с уставом (т.е. статьями об ассоциации — articlesofassociation) и внутренним регламентом (by-laws). Наличие этих документов отличает американскую корпорацию от российских акционерных обществ, где достаточно одного устава. Регламент — это внутренний документ корпорации, его не надо нигде утверждать. Статьи об ассоциации содержат положения, присущие уставам корпораций в большинстве стран мира. Регламент дополняет и детализирует статьи об ассоциации, которые обычно сформулированы в сжатой форме.

Федеральная налоговая система предусматривает налоговые льготы для малых корпораций (smallcorporation), освобождающие их от налога на прибыль.

По данным Администрации малого бизнеса (SmallBusinessAdministration, SBA) США в стране в 1994 г. насчитывалось 22,1 млн предприятий, так

называемых «деловых единиц», включающих корпорации партнерства и единоличные (индивидуальные) компании. Основной стартовой площадкой последующего развития фирмы служит единоличная компания, частнопредпринимательская фирма — классическая форма предпринимательства. Такая компания находится в личной собственности одного юридического лица. В 1994 г. единоличных предприятий в США было 16,0 млн, или 72,4% всех деловых структур. В том же году корпораций насчитывалось 4,5 млн, или 20,4%, а партнерских фирм и того меньше —1,6 млн, или 7,1%.

В заключение следует сказать о том, что в последние годы в США все большую популярность приобретает такая организационно- правовая форма бизнеса, как компания с ограниченной ответственностью (limitedliabilitycompany, LLC). Это гибридная, или комбинированная, правовая структура, сочетающая в себе черты и корпорации (ограниченная имущественная ответственность участников), и партнерства (доходы LLCоблагаются налогом так же, как доходы партнерства, т.е. только как доходы ее участников). В этом заключается их основное преимущество перед корпорациями, которые, как известно, платят и налог на прибыль. Таким образом, LLCвполне приемлема для налогового планирования, а для бизнеса, где важную роль играет имидж, лучше подходит корпорация.

Особенности организации предпринимательской деятельности в Японии. В Японии мелкие и средние предприятия в 1996 г. составляли

99,3% всех частных фирм обрабатывающих отраслей промышленности. Независимые предприниматели, члены их семей — владельцы предприятий составляли 22,7% всех трудящихся. Здесь широко применяется подрядная система оплаты труда. Финансируют малые и средние предприятия, главным образом социальные кредитные кооперативы. Японская система управления производством высокоэффективна и рациональна. Она сочетает в себе развитие предпринимательства и нововведений, высокую прибыльность с заботой о работниках.

По всем важнейшим показателям в Японии доминирует групповой предприниматель в лице всего коллектива. У японских управляющих и других работников очень высока степень идентификации со своей фирмой. Представляясь незнакомцу, японец прежде всего называет компанию, где он служит, а потом уж свое имя. Исторически сложившиеся в японском обществе культ труда и неформальный, слабо регламентированный характер отношений между начальником и подчиненным способствовали высокой степени развития в японских корпорациях предпринимательства в групповой форме. Как правило, важные предпринимательские решения (например, о производстве нового продукта) всегда принимаются высшими управляющими, но при обязательном реальном участии в подготовке этих решений нижестоящих групп работников.

6.3 Развитие малого предпринимательства в России

Предпринимательство в России зародилось еще во времена Киевской Руси — в торговой форме и в виде промыслов. Первыми предпринимателями можно считать мелких торговцев и купцов. Наибольшее развитие предпринимательства пришлось на годы правления Петра I (1689—1725), когда по всей России создавались мануфактуры и бурное развитие получили такие отрасли промышленности, как горная, оружейная, суконная, полотняная. Известнейшими представителями династии предпринимателей промышленности в ту пору, да и позже, были Демидовы.

Дальнейшее развитие предпринимательства сдерживалось существованием крепостного права. Новые возможности для предпринимателей открылись после реформы 1861 г. Началось строительство железных дорог, была реорганизована тяжелая промышленность, оживилась акционерная деятельность. Развитию и переустройству промышленности в то время способствовал иностранный капитал. В 1890-е годы в России окончательно сложилась индустриальная база предпринимательства. В начале XX в. предпринимательство в России стало массовым.

В тот период формировался рынок рабочей силы, развивалась акционерно-паевая форма предпринимательства, открывались частные акционерные банки: Коммерческий, Земельный и др. К началу XX в. в российской экономике 2/3 всей промышленной продукции производилось в акционерных, паевых и других коллективных формах предпринимательской деятельности. Особо доходными были вложения средств в хлопчатобумажное производство, в торговлю и кредит. Начался процесс монополизации фирм. Среди крупных фирм известны «Продамет», «Продвагон», «Продуголь» и др.

К сожалению, в России после окончания Первой мировой войны и завершения двух революций — Февральской и Октябрьской — обозначился курс на ликвидацию рыночных экономических связей. Были национализированы все крупные предприятия, экспроприированы средства производства и имущество всех частных предпринимателей.

Некоторое оживление в предпринимательскую деятельность внесла новая экономическая политика — нэп (1921 1926 гг.). Однако с конца 1920-х годов предпринимательство вновь было свернуто, и лишь в 1990- е годы началось его возрождение в России. В октябре 1990 г. был принят Закон «О собственности в РСФСР», в декабре 1990 г. — Закон «О предприятиях и предпринимательской деятельности». С того момента, когда частная собственность и предпринимательская деятельность были восстановлены в своих правах, началось развитие акционерных обществ, товариществ и других форм деятельности предприятий.

Этапы становления малого предпринимательства. Субъектом малого предпринимательства (МП) является малое предприятие. Рассматривая законодательные документы, регламентирующие деятельность малых предприятий в стране в хронологической последовательности, можно выделить следующие основные этапы развития м&гого предпринимательства (табл. 6.3).

Таблица 6.3. ***Этапыразвитиямалого предпринимательства в современной России***

Нормативный акт	*Цата принятия*	*Основное содержание*	*Последствия применения в экономике*
Закон СССР «О кооперации в СССР»	26 августа 1988 г."	Созданы 1**фивилегирован-**ные условия для одной формы собственности **(от-сутствие** для кооперативов **платежей** в бюджет, возможность устанавливать неофаниченные **надбавки** к заработной плате работников кооперативов)	Отток квалифициро-ванной рабочей силы с государственных предприятий в кооперативы

Продолжение табл. 6.3

Нормативный акт	*Дата принятия*	*Основное содержание*	*Последствия применения в экономике*
Положение об организации деятельности малых предприятий (Протокол № 6 заседания Комиссии по совершенствованию хозяйственного механизма при Совете Министров СССР)	6 июня 1988 г.	Введен упрощенный порядок создания и регистрации малых предприятий. Они получили статус юридического лица, большую самостоятельность в осуществлении хозяйственной деятельности и распределении хозрасчетного дохода	Началось создание малых предприятий в различных отраслях промышленности и регионах страны
Закон СССР «О предприятии в СССР»	4 июня 1990 г.	Объявлено о равенстве организационно-правовых форм собственности, освобождении предприятий, основанных на любой форме собственности от налогообложению, амортизации и др.	Рост предприятий разных личных форм собст- форм венности ванных
Постановление Совета Министров СССР «О мерах по созданию и развитию малых предприятий»	8 июля 1990 г.	Определены направления государственной поддержки малого бизнеса в России	
Постановление Совета Министров РСФСР «О мерах по поддержанию и развитию малых предприятий»	18 июня 1991 г.	Определены дополнительные льготы для малых предприятий	Усилена государственная поддержка малого бизнеса
Закон РСФСР «О налоге на прибыль предприятий и организаций»	27 декабря 1991 г.		Развитие малого предпринимательства, основанного на различных формах собственности, их сочетании
		Определены основные документы для государственной регистрации малых предприятий, утвержден двухнедельный срок госрегистрации, определены льготы малому бизнесу по	Развитие малого бизнеса в стране

Окончание табл. 6.3

Нормативный акт	*Дата принятия*	*Основное содержание*	*Последствия применения в экономике*
Постановление Совета Министров — Правительства РФ «О первоочередных мерах по развитию малого предпринимательства в Российской Федерации»	11 мая 1993 г.	Указано, что государственная поддержка малого предпринимательства — одно из важнейших направлений экономической реформы. Определены приоритеты развития малого предпринимательства	Эффективность работы малых предприятий
Федеральный закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации»	12 мая 1995 г.	Определены признаки субъекта малого предпринимательства, инфраструктура поддержки и развития МП	Развитие и повышение эффективности деятельности МП
Федеральный закон «Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства»	8 декабря 1995 г.	Предусмотрена замена совокупности установленных законодательством РФ федеральных, региональных и местных налогов и сборов единым наю- гом, исчисляемым по результатам хозяйственной деятельности предприятий и организаций	Дальнейшее развитие малого бизнеса в стране

Законодательство о малом предпринимательстве должно регулировать общие вопросы деятельности МП независимо от их организационно-правовой формы. Сюда входят критерии определения малых и средних предприятий, вопросы государственной поддержки малого бизнеса, налогообложения и др.

В соответствии с Федеральным законом «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» к *субъектам малого предпринимательства* отнесены коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, общественных и религиозных организаций, благотворительных и иных фондов не превышает 25%, доля,

принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, не превышает 25% и в которых средняя численность работников за отчетный период не превышает следующих предельных уровней: в промышленности, строительстве и на транспорте — 100 человек, в сельском хозяйстве, научно-технической сфере— 60, в оптовой торговле — 50, в розничной торговле и бытовом обслуживании населения — 30; в остальных отраслях и при осуществлении других видов деятельности — 50 человек. Под субъектами малого предпринимательства понимаются также физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица.

Содержание учредительных документов малых предприятий выявило ряд их особенностей. В 80—90 случаях из 100 создается малое предприятие, основанное на частной или смешанной (частной и государственной) форме собственности.

В начале 1990 г. малые предприятия образовывались чаще всего путем отделения от государственных предприятий-учредителей. В 1991 г. малые предприятия создавались, как правило, в форме товариществ с ограниченной ответственностью. В первой половине 1991 г. многие коллективы реорганизовывались в малые предприятия, основанные на частной долевой собственности. Реже встречаются малые предприятия семейного типа. Во многом это можно объяснить сложностью и дороговизной аренды нежилых помещений.

Нередко местные власти выступают учредителями малых предприятий (иногда совместно с другими предприятиями). Их вклад как учредителей состоит, как правило, в предоставлении нежилых помещений на условиях аренды.

В настоящее время вопрос развития сети малых предприятий включен как один из важнейших в программу демонополизации национального хозяйства страны. Здесь предусмотрено как принудительное, так и инициативное разукрупнение монопольных производств:

- ♦ выделение самостоятельных производственно-хозяйственных блоков;
- ♦ выделение малых и средних коллективов из состава крупных предприятий;
- ♦ создание небольших дочерних предприятий по инициативе крупных предприятий.

Таким образом, малые предприятия можно образовывать, во- первых, выделением структурных единиц из состава объединений и предприятии, цехов, производств, других подразделений, во-вторых, на акционерных началах. Второй способ в современных условиях перехода к рынку и создания рыночной инфраструктуры оптимален.

Малые предприятия могут учреждаться совместно с государственными, общественными, кооперативными предприятиями, частными лицами, а также организациями других форм собственности.

Развитие любой формы предпринимательства зависит от двух условий: внутренней экономической обстановки в стране в целом и ее регионах и способности конкретного предпринимателя использовать данные ему права для реализации своих хозяйственных целей. В большей степени эти факторы воздействуют на развитие малой экономики, которая наиболее чувствительна к конкретным условиям хозяйственной конъюнктуры и для которой личные черты конкретного руководителя предприятия во многом предопределяют конечный результат экономических решений.

По состоянию на начало 2003 г. в России насчитывалось 882,3 тыс. малых предприятий (1996 г. — 841,1; 1997 — 861,7; 1998 — 868,0; 1999 - 890,6; 2000 г. - 879,3 тыс.; 2001 - 843,0). Малыми предприятиями в 2002 г. было произведено продукции (работ, услуг) на сумму 1159,9 млрд руб. На них было занято 7220,3 тыс. человек. В табл. 6.4 приведена динамика изменения числа малых предприятий за 1996—2002 гг. по отраслям экономики.

Таблица 6.4. Число малых предприятий по отраслям экономики (на конец года; тыс.)

Отрасль	*1996*	*1998*	*2000*	*2002*	
				тыс.	*% к итогу*
Всего	841,7	868,0	879,3	882,3	100
Промышленность	131,9	136,1	134,2	121,0	13,7
Сельское хозяйство	10,9	13,8	14,4	15,6	1,8
Строительство	138,0	137,5	126,8	113,0	12,8
Транспорт	17,5	18,6	19,5	20,2	2,3
Связь	2,9	3.2	3,7	3,9	0,4
Торговля и общественное питание	359,3	386,1	407.5	422,4	47,9
Оптовая торговля продукцией производственно-технического назначения	14,6	13,2	13,9	27,9	3,2
И нформационно-вычислительное обслуживание	6, 1	5,2	5,6	6,5	0,7

Окончание табл. 6.4

Отрасль	*1996*	*1998*	*2000*	*2002*	
				тыс.	*% к итогу*
Операции с недвижимым имуществом	3,9	5,9	11.1	20,3	2,3
Общая коммерческая деятельность по обеспечению функционирования рынка	35,9	35,2	35,7	38,8	4,4
Жилищно-коммунальное хозяйство	2,8	5,1	5,1	3,1	0,3
Непроизводственные виды бытового обслуживания населения	10,2	9,2	9,6	9,8	1,1
Здравоохранение, физическая культура и социальное обеспечение	11,0	17,2	18,5	19,0	2,2
Образование	6,6	6,7	5,5	3,4	0,4
Культура и искусство	6,5	8,1	8,4	8,1	0,9
Наука и научное обслуживание	46,7	38,8	30,9	22,7	2,6
Финансы, кредит, страхование, пенсионное обеспечение	10,8	7,5	5,9	5,0	0,6
Другие отрасли	26,1	20,6	23,0	21,6	2,4

Источник: Россия в цифрах. 2003: Крат. стат. сб. — М.: Госкомстат России, 2003. - С. 159-160.

В ближайшее время в России нужно обновить 40 млн рабочих мест, поскольку предприятия, создающие эти рабочие места, работают неэффективно, а оборудование устарело. На создание одного рабочего места в крупной корпорации требуется 100—150 долл. За счет малого бизнеса это можно сделать дешевле и быстрее[1].

Как видно из табл. 6.4, за последние годы число малых предприятий растет весьма медленно. Абсолютное и относительное увеличение их наблюдается главным образом в торговле и общественном питании (рост за 1996—2002 гг. с 359,3 тыс. до 422,4 тыс.), в здравоохранении, физической культуре и социальном обеспечении (с 11,0 тыс. до 19,0 тыс.), в операциях с недвижимым имуществом (с 3,9 тыс. до

Ясин Е. Малый бизнес просит не мешать работать // Российская газета. 2000. 8 апр.

20,3 тыс.), в сельском хозяйстве (с 10,9 тыс. ло 15,6 тыс.), в отрасли связи (с 2,9 тыс. до 3,9 тыс.), в культуре и искусстве (с 6,5 тыс. до 8,1 тыс.), на транспорте (с 17,5 тыс. до 20,2 тыс.) и некоторых других отраслях экономики. Вместе с тем в **промышленности** число малых предприятий снизилось со 131,9 тыс. до 121,0 тыс., в строительстве — со 138,0 тыс. до 113,0 тыс. Существенным недостатком следует считать уменьшение числа малых предприятий в науке **и** научном обслуживании (с 46,7 тыс. до 22,7 тыс., т.е. наполовину), а также в финансовой **и** кредитной сферах, в страховании и пенсионном обеспечении (с 10,8 тыс. до 5,0 тыс., т.е. также наполовину).

Опыт функционирования малых предприятий в разных странах. Малые предприятия во всем мире играют важную роль. В последние несколько лет в Западной Европе, США и Японии большое значение приобрел малый бизнес, где он представлен совокупностью многочисленных малых и средних предприятий. Основная масса их — мельчайшие предприятия, в которых работают не более 20 человек. Малые предприятия обеспечивают 2/3 прироста новых рабочих мест, что позволило значительно сократить безработицу в этих странах.

Малые предприятия эффективны не только в потребительской сфере, но и как производители отдельных узлов и малых механизмов, полуфабрикатов и других элементов, необходимых для производства конечной продукции, выпуск которых невыгоден крупным предприятиям. Все это обосновывает необходимость комплексного подхода к определению места и роли малых предприятий в экономике общества. В малом предпринимательстве кроются большие резервы, которые можно поставить и на службу России.

Малые и средние фирмы США производят 40% ВНП и половину валового продукта частного сектора, в том числе: в обрабатывающей промышленности — 21%, в строительстве — 80%, в оптовой торговле — 86%, сфере обслуживания — 81%. На этих предприятиях сосредоточена половина всех занятых в частном секторе работников. Они обеспечивают создание и освоение около половины всех нововведений в экономике США, относящихся к сфере научно-технического прогресса. При этом **в** среднем на один доллар затрат они внедряют нововведений в 17 раз больше, чем крупные фирмы.

В последние годы ускорились концентрация и централизация капитала в странах Европы, например в стальной промышленности Бельгии, нефтяных концернах Испании, в АПК Дании и Нидерландов, а также в концернах стали, фармацевтики, деревообработки Швеции, в часовой промышленности Швейцарии и в автомобильной промышленности Германии. Важнейшая черта концентрации и централизации **капитала** состоит **в** том, что разорение многих мелких и средних фирм не привело к исчезновению малого бизнеса. Он проявил живучесть, способность к воспроизводству и одновременно вызвал интерес к себе со стороны крупных концернов. Мелкие и средние фирмы отыскивают специализированные ниши, где выступают субподрядчиками концернов в крупносерийном производстве.

В Западной Европе примерно половина продукции обрабатывающей промышленности изготавливается на мелких и средних предприятиях. Не являясь монопольными, они все свои усилия направляют на приспособление к внутренним условиям производства и сбыта. Транснациональные корпорации предоставляют им возможность первыми апробировать новую продукцию, чтобы самим перейти к массовому производству. Место разоряющихся мелких фирм занимают новые, так что происходит их воспроизводство. Примечательно, что в кризисные годы занятость в мелком бизнесе не сокращалась.

Малые предприятия пользуются поддержкой государства во всех развитых странах. Это подтверждает, что малое предпринимательство как новая форма организации общественно необходимого труда отвечает социально-экономическим интересам России. Такая деятельность в равной степени полезна как для экономики страны в целом, так и для каждого гражданина в отдельности, а потому заслуженно получила государственное признание и поддержку. Малые предприятия включают в процесс общественного производства дополнительный труд, который создает новые ценности, приумножает национальный доход и национальное богатство. Малое предпринимательство является таким источником развития, от которого Россия не может отказаться ни сейчас, ни в будущем.

6.4 Франчайзинг как форма взаимоотношений крупного и мелкого предпринимательства

Франчайзинг — это *система взаимовыгодных партнерских отношений крупного и мелкого предпринимательства, объединяющая элементы аренды, купли-продажи, подряда, представительства. Это самостоятельная форма договорных отношений хозяйствующих субъектов, имеющихстатус юридическоголица.*

Взаимодействие крупного (корпорации, фирмы **и** т.п.) и мелкого предприятий осуществляется на основе *договора франчайзинга,* заключаемого между крупным предприятием — *франчайзером* и мелким — *франчайзи* (оператором). При этом франчайзер (обычно крупная родительская компания) обязуется снабжать мелкую фирму или бизнесмена, действующих в рамках оговоренной территории, своими товарами, рекламными услугами, отработанными технологиями бизнеса. За это фирма — франчайзи обязуется предоставить компании — франчайзеру услуги в области менеджмента и маркетинга с учетом местных условий, а также инвестировать в эту компанию какую-то часть своего капитала. Франчайзи обязуется иметь деловые контакты исключительно с

компанией-франчайзером, а также вести бизнес в соответствии с ее предписаниями.

Почти всегда франчайзи выплачивает единовременный взнос за право пользования на рынке именем и торговой маркой франчайзера. Кроме этого взноса франчайзи и капиталовложений в основные фонды, сделанные им, франчайзер может назначить регулярную плату за рекламу торговой марки, используемую оператором. Плата, как правило, устанавливается в пределах 1—5% выручки. Франчайзер устанавливает также размер отчислений от объема текущих продаж франчайзи, составляющий в среднем 2—3%, но бывает и значительно выше. Например, франчайзи компании «Макдоналдс» вносят 12% выручки. Существуют и другие нормы отчислений. Так, в США владелец химчистки, выплачивающий головной компании всего 100 долл. в месяц, может иметь неограниченное число пунктов приема.

В экономической литературе различают два типа договорных отношений. Первый получил наибольшее применение в сфере торговли. Суть его состоит в том, что фирма-франчайзи узко специализирована на реализации одного вида товаров и услуг и получении фиксированной доли от общего объема продаж. По такой форме договора работает большинство фирм-франчайзи, занимающихся торговлей автомобилями, автосервисом, а также владельцев бензоколонок.

Другой тип договорных отношений значительно сложнее. Мелкая фирма-франчайзи работает не просто под торговой маркой франчайзера, а включается в полный цикл крупной корпорации, выполняя равные с ней требования технологического процесса, качества, обучения персонала, выполнения плана продаж, оперативной отчетности. Все это приводит к особой ответственности мелкой фирмы.

Большинство экономистов сходятся на том, что система франчайзинга возникла в XVIII в. в британской системе так называемых «связанных домов» и в американской системе — в знаменитой фирме «Зингер». Суть британской системы «связанных домов» заключалась в том, что с введением в стране ограничений на продажу пива лицензии на нее выдавались лишь тем лицам, которые торговали пивом только на постоялых дворах. Владельцы последних, получив лицензию на продажу пива, должны были содержать свои постоялые дворы в соответствии с требованиями властей. Такая первоначальная форма франчайзинга получила в то время в Англии довольно широкое распространение, ибо вполне устраивала обе стороны. Как пишут Дж. Стэн- ворт и Б. Смит, система «связанных домов» появилась как защитный механизм, позволяющий пивоварам поддерживать нужный объем продаж. В обмен на предоставленный заем или аренду имущества пивовар получал постоялый двор как рынок сбыта своего пива и спиртных напитков. Система «связанных домов», доказав, что является эффектив-

ным коммерческим механизмом, существует до сих пор [1].

Примерно в тот же период в несколько иной форме франчайзинг начал использоваться в США компанией по производству швейных машин

предпринимателя и изобретателя Зингера (SingerSewingMachineCompany). Фабрика Зингера в г. Элизабет, США, первой в мире внедрила методы массового производства задолго до того, как их стали применять в новой мощной индустрии XX в. — в автомобилестроении. К началу XX в. швейных машин марки «Зингер» было произведено около 21 млн. Здание компании в Нью- Йорке имело 48 этажей и было самым высоким в городе.

При таком огромном производстве, естественно, встали проблемы реализации продукции, обслуживания швейных машин и замены неисправных деталей. Организовать это централизованно было бы весьма невыгодно, поскольку швейные машины расходились по всему миру. В таких условиях была задумана и создана франчай- зинговая система, которая предоставляла финансово независимым фирмам в США и в других странах исключительные права продавать швейные машины и обслуживать их в пределах определенной территории. Это были по сути первые дистрибьюторские соглашения с дополнительными обязательствами франчайзи (дилера) обслуживать машины по первому требованию покупателя.

Именно франчайзинговая система фирмы «Зингер» послужила образцом и толчком для дальнейшего развития этой системы в ряде других отраслей. Так, в 1898 г. фирма «Дженерал Моторс» использовала независимые мелкие фирмы, чтобы увеличить дистрибьюторскую сеть способом, не требующим инвестиций. При этом дилер не имел права продавать машины других производителей. От него требовалось также вложить свой собственный капитал в дело, чтобы обеспечить высокий уровень обслуживания и поддерживать имидж фирмы — продавца франшиз. Следует отметить, что система продажи автомашин с помощью франшиз ведется и в наше время в ряде стран мира.

Франчайзинг получил широкое распространение в индустрии безалкогольных напитков, продаваемых в бутылках («Кока-Кола», «Пепси» и др.). В 1930-х годах франчайзинговая система распространилась на нефтеперерабатывающие компании и бензозаправочные станции США и стала стремительно развиваться во всем мире. При этом франчайзер получал выгоду от быстрого роста при ограниченном риске, а франчайзи — от того, что включался в проверенную, хорошо зарекомендовавшую себя коммерческую систему. В 1977 г. была создана Британская франчайзинговая ассоциация (БФА), а вслед за ней — Международная ассоциация франчайзинга МАФ (InternationalFranshisingAssociation).

Как считает В.А. Рубе, первопроходцем на франчайзинговом рынке в России явилась фирма «Кодак», которая открыла здесь в 1988 г. первую экспресс-лабораторию[14]. В настоящее время их насчитывается более 500. Другая наиболее распространенная и успешно действующая франчайзинговая система в России — фирма «1С» (разработка и обслуживание бухгалтерских программ).

---

[14] *Стэнворт Дж., Смит Б.* Франчайзинг в малом бизнесе: Пер. с англ. / Под ред. Л.Н. Павловой. - М.: Аудит; ЮНИТИ, 1996. - С. 12.

Непосредственно сама фирма продает лишь 5% своего продукта, остальную его часть она распространяет через 800 фирм-операторов по всей России. За 1997 г. объем продаж этих фирм превысил 12 млн долл.

И все же наиболее широкое распространение в России фран- чайзинговая система получила в отрасли быстрого питания. Московский рынок быстрого питания почти на 1/3 заполнен иностранными франчайзинговыми фирмами. Большое развитие этот рынок получает и на периферии. Речь идет о франчайзинговой сети кафе- мороженых «Баскин-Робинс» и российско-канадском предприятии «Москва-Макдоналдс». По данным самой фирмы, ею инвестировано в «Маккомплекс» 45 млн долл. США. Система «Маккомплекс» — это современный пищеперерабатывающий и распределительный центр, в котором работают мясная и молочная линии, пекарня, отдел контроля качества. Свыше 75% необходимого сырья и продукции закупается более чем у 100 российских поставщиков.

Предприятие-франчайзи функционирует как частица единой системы, организованной франчайзером. В США в настоящее время свыше полумиллиона предприятий действуют в рамках льготного предпринимательства, и их доля по сравнению с самостоятельными предприятиями неуклонно растет.

В целях распространения франчайзинга владельцы крупных фирм периодически проводят выставки, чтобы привлечь потенциальных покупателей права на льготное предпринимательство. В настоящее время наиболее широко эта форма предпринимательства развита в таких областях бизнеса, как бензозаправочные станции (32%), торговля легковыми и грузовыми автомобилями (6%), рестораны и закусочные быстрого обслуживания (7%).

Рубе В.Л. Малый бизнес: история, теория, практика. — М: ТЕИС, 2000. — С. 141.

Дж. Стэнворт и Б. Смит приводят виды малого бизнеса в Англии, где широко используется франчайзинг':

- ♦ автомобильная продукция и услуги — продажа автомобилей, запасных частей, балансировка колес, мойка машин, наладка двигателей и др.;
- ♦ помощь в организации и ведении бизнеса и другие услуги — бухгалтерия, делопроизводство, рекламные и брокерские услуги, деловые консультации, обработка информации, консультации по финансовым вопросам, консультации по нало-
- . гам, набор персонала и пр.
- ♦ строительство, услуги, связанные с ремонтом домов: услуги по установке кондиционеров, облицовке каминов, ремонту ванных комнат, остеклению лоджий, обустройству кухонь, покрытию полов и др.;
- ♦ услуги, связанные с образованием — репетиторство, курсы секретарей, курсы для управленческого персонала и т.п.;
- ♦ отдых и развлечения — отели, подвижные игры дома и вне дома;
- ♦ рестораны быстрого обслуживания, закусочные (кофе, пицца, хрустящий картофель и т.п.);

- ♦ продуктовые палатки (хлебобулочные изделия, кондитерские, магазины здоровой пищи и др.);
- ♦ здоровье, медицинские и косметические услуги — центры красоты, клубы здоровья, оптика;
- ♦ услуги в сфере домашнего хозяйства (чистка ковров, реставрация мебели и обивки, услуги по дизайну);
- ♦ розничная торговля (товары и услуги, не отнесенные ни к одной из перечисленных групп) — водные центры, камеры хранения, одежда на продажу и напрокат, химическая чистка, моментальная печать, копировальные услуги и т.д.;
- ♦ разное — школы вождения автомобиля, агентства по продаже недвижимости, издательства, туристические агентства, лизинг и краткосрочная аренда оборудования и др.

Франчайзинг имеет свои преимущества и недостатки. К *преимуществам* относится то, что фирма-франчайзи приобретает некоторую гарантию своего существования, экономит средства на маркетинговых исследованиях, консультациях и других услугах профессионалов; имеет гарантию поставок сырья, материалов, полуфабрикатов; открывает свое дело с меньшим риском; получает советы и поддержку от своего партнера — крупной фирмы.

Стэнворт Дж., Смит Б. Указ. соч. — С. 38—41.

Весьма очевидна заинтересованность крупных фирм в развитии франчайзинга. Они расширяют сферу сбыта своей продукции, проникая на небольшие рынки, и, следовательно, имеют информацию для быстрого реагирования на изменение спроса, привлекают дополнительный капитал, устанавливают строгий оперативный контроль за качеством продукции и услуг, производимых и реализуемых оператором.

Недостатки франчайзинга: необходимость учета интересов партнера — крупной компании и других держателей акций; необходимость регулярных отчислений не от прибыли, а от объема продаж, что может поставить держателя лицензии в трудные финансовые условия; наличие права у продавца лицензии проверять финансовую документацию, обязательность придерживаться методов ведения бизнеса, изложенных в инструкции партнерской компании, что может ограничивать возможности маневра; выкуп (по требованию компании партнера) всего необходимого оборудования и материалов может ограничить в действиях держателя лицензии.

Медленное становление рыночной экономики, тяжелый **налоговый** пресс, недостаточно развитая правовая база, неплатежи за продукцию и услуги, слабая государственная поддержка предпринимательства сдерживают развитие бизнеса в России. Несмотря на это, западные франчайзеры начинают проявлять инициативу в заключении контрактов с франчайзи России (например, известные компании «Макдоналдс», «Пицца-Хат», «Рэнк-Ксерокс», «Нефто Аджип» и др.). По существу франчайзинг у нас представлен пока еще **в** одной форме: зарубежный франчайзер — российский франчайзи (оператор).

Становление и развитие франчайзинга наряду с арендой и лизингом позволят быстрее решать проблему занятости населения, преодоления монополизма производства, развития конкуренции — движущей силы рыночной экономики.

Каковы же перспективы развития франчайзинга?

Международная ассоциация франчайзинга (МАФ) выделяет следующие факторы, которые, по мнению экспертов этой влиятельной организации, создают предпосылки для стремительного роста франшизных систем в начале нового столетия[15].

1. *Выравнивание темпов роста объемов продаж[1] во франшизных сетях традиционных направлений,* таких, как быстрое питание, ми-нимаркеты. отели, мотели, аренда автомобилей. В каждой из этих областей в глобальном масштабе будет доминировать относительно небольшое количество компаний, владеющих известными торговыми марками.

2. *Продолжение быстрого роста и агрессивной экспансии сектора услуг в национальных экономиках и мировой экономике в целом.* Согласно специальному исследованию МАФ в сфере услуг будут продолжаться специализация и выделение новых рыночных ниш. Такие услуги, как ремонт жилищ, дизайн интерьеров и реализация дизайнерских проектов, уход за газонами, услуги в области жилья, уход за детьми, услуги в области воспитания и образования, наряду с некоторыми видами бизнес-услуг станут первоочередными областями применения франчайзинга.

3. *Активные процессы слияний и поглощений,* при которых небольшие сети объединяются друг с другом, но в конечном счете поглощаются гигантами бизнеса. Корпоративная Америка проявляет повышенный интерес к франшизным сетям как к объекту инвестирования.

4. *Усиление тенденции присоединения независимыхмалых предпринимателей к франшизным сетям.* Этот процесс идет в двух направлениях. С одной стороны, франшизные сети проявляют повышенную агрессивность, стремясь расширить зону влияния за счет обращения в свою систему независимых операторов, с другой стороны, последние все в большей мере начинают искать пути повышения своей конкурентоспособности, присоединяясь к известным сетям с раскрученной торговой маркой. Эта система наиболее распространена и имеет наибольшие перспективы в России.

5. *Глобализация.* Франшизные компании, преимущественно американские, в конце XXв. начали активно выходить на мировые рынки. Достаточно указать, что за последнее десятилетие «Макдоналдс» удвоил число своих операторов только за счет международной экспансии, тогда как американский рынок достиг своего насыщения на уровне 12—13 тыс. предприятий. По этому показателю на рынке США и Канады фирму догнал ее постоянный конкурент «Сабвэй», который также начал испытывать давление насыщения рынка и предпринял меры к выходу на мировые рынки. Одновременно, однако в значительно меньших масштабах, в

---

[15] *Кочеткова Г.Б.* Франчайзинг: организация **малого** бизнеса ,// США — Канала: Экономика, политика, культура. — 2000. — № 4. — С. 102—117.

США стали появляться франшизные сети, основанные на иностранных торговых марках, например система быстрого питания на основе блюд китайской кухни или славянских пирожков (последняя организована выходцами из Польши).

6. *Формирование зрелых концепций и систем управления.* Большинство лидеров современного франчайзинга сформировалось в период после 1975 г. По мере роста этих компаний и достижения ими зрелости устанавливаются формы и методы управления, формируется корпоративная культура, отличающаяся от других систем. Одновременно сеть приобретает черты крупных фирм с характерной для них бюрократизацией, предпринимательский стиль управления меняется на корпоративный, в котором тон задают менеджеры-профессионалы.

На этом фоне франчайзинг как система организации и развития малого бизнеса в России представлена весьма слабо несмотря на то,

что **в** последние годы появилось достаточно много статей, описывающих попытки российских фирм использовать франчайзинг. Существо данного метода, его преимущества и ограничения еще плохо понимаются и плохо используются отечественными бизнесменами.

6.5 Государственная поддержка и проблемы малого предпринимательства

Формы хозяйственной поддержки малых предприятий. Вклад малых предприятий в оздоровление экономики сегодня явно недостаточен. Это объясняется как общим спадом производства и разрывом хозяйственных связей, так и тем, что не получила развития государственная поддержка малого предпринимательства. Между тем малые предприятия как неустойчивая предпринимательская структура, наиболее зависимая от колебаний рынка, нуждаются в разносторонней государственной поддержке.

Во многих зарубежных странах малому бизнесу оказывается серьезная финансово-кредитная поддержка со стороны государства через специальные структуры и фонды, например через Администрацию по делам малого бизнеса (США), Корпорацию страхового кредитования малого бизнеса (Япония), «Кредит для средних **и** мелких фирм» (Франция). В Японии, например, на эти цели в расходной части бюджета выделяется 2—3 млрд долл.

В России также существуют различные организационные фонды поддержки и защиты интересов малых предприятий. С этой целью созданы ассоциации малых предприятий, Федерация развития и поддержки малого предпринимательства, действует Всемирная ассамблея мелких и средних предприятий, различные фонды развития и поддержки малого бизнеса. Однако, как правило, многочисленные фонды поддержки малого предпринимательства озабочены собственными проблемами и реальной помощи малым предприятиям не оказывают. У нас государственная поддержка малых форм производства с первых шагов малого бизнеса сводилась в основном к системе налоговых льгот на прибыль.

Одной из важнейших проблем малого бизнеса в России является *кредитование.* Кредиты выдаются только под залог или поручительство, которые не всегда могут предоставить малые предприятия. Союзы малых предприятий, как и специальные фонды, в настоящее время не выступают поручителями по таким кредитам. Отсутствуют специальные банки для обслуживания малого бизнеса. В особо трудном положении оказываются частные малые предприятия. Невозможность получения кредита исключает возможность конкуренции с иными предприятиями.

Малые предприятия нуждаются также в информационном обслуживании, подготовке кадров, в льготном банковском кредите и в другой помощи.

Заслуживает внимания опыт финансово-кредитной поддержки малого бизнеса со стороны государства через прямые и гарантированные займы. *Прямые займы* выдаются небольшим фирмам на определенный срок под более низкие проценты, чем те, что действуют на частном рынке ссудного капитала. *Гарантированные займы* дают кредиторам государственные гарантии, составляющие до 90% заемного капитала. Таким образом, государство старается заинтересовать частные банки, торговые и промышленные корпорации, страховые компании, пенсионные фонды в предоставлении капитала мелким фирмам.

Имеются и другие формы государственной поддержки: обеспечение малых предприятий госзаказом (если возникает такая необходимость), предоставление особых льгот предприятиям, создаваемым в отсталых областях со слабо развитой промышленностью, и др.

Развитие малых предпринимательских форм происходит сейчас в основном в посреднической сфере и в отраслях, не требующих значительных капитальных вложений, — в торговле, общественном питании, в строительстве гражданских объектов, мелком ремонте техники и машин, в сельском хозяйстве. Между тем такой мощный рынок, как сфера научно-технических новшеств и информации, не осваивается. С одной стороны, это обусловлено недостаточным вниманием к данным проблемам государственных структур управления, отсутствием правовых актов, обеспечивающих развитие малого научно-технического бизнеса, а с другой — монополией государственных научно-исследовательских институтов, сосредоточивших у себя весь объем финансирования научной сферы. В результате это привело к монополизму государственного сектора в науке и отсутствию внедренческих структур в материальной сфере.

Правовая поддержка малого предпринимательства. В целях развития малого бизнеса и обеспечения государственной поддержки малого предпринимательства Правительством РФ принят ряд специальных постановлений. В Постановлении «О первоочередных мерах по развитию малого предпринимательства в Российской Федерации» № 446 от 11 мая 1993 г. отмечается, что государственная поддержка малого предпринимательства является одним из важнейших направлений экономической реформы. Этим постановлением также определены приоритеты развития малого предпринимательства. К ним отнесены производство и переработка сельскохозяйственной продукции, производство

промышленных товаров и товаров широкого потребления, включая товары, имеющие экспортный потенциал, оказание производственных, коммунальных и бытовых услуг, строительство объектов жилищного и производственного назначения. Такие приоритеты остаются в силе и на сегодняшний день.

12 мая 1995 г. был принят Федеральный закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации»[1]. Законом определены формы и методы государственного регулирования и стимулирования субъектов малого предпринимательства, разграничены полномочия между Российской Федерацией и ее субъектами. В Законе названы *важнейшие направления государственной поддержки* малого предпринимательства:

- ♦ формирование инфраструктуры поддержки и развития малого предпринимательства;
- ♦ создание льготных условий использования субъектами малого предпринимательства государственных финансовых, материально-технических и информационных ресурсов, а также научно-технических разработок и технологий;
- ♦ установление упрощенного порядка регистрации субъектов малого предпринимательства, лицензирования их деятельности, сертификации продукции, предоставления государственной статистической и бухгалтерской отчетности;
- ♦ поддержка внешнеэкономической деятельности субъектов малого предпринимательства, включая содействие их торговым, научно-техническим, информационным и производственным связям с зарубежными государствами;
- ♦ организация подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для малых предприятий.

В декабре 1995 г. был принят Федеральный закон «Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства», имеющий важное значение для поддержки малого предпринимательства в нашей стране. В результате к настоящему времени в России сложились и функционируют три системы налогообложения малых предприятий.

1. Общеустановленная система, при которой малые предприятия и индивидуальные предприниматели платят те же налоги, что и другие налогоплательщики; налог на добавленную стоимость (НДС), акцизы, налог на прибыль и др. При этом малые предприятия получают помимо общих специальные льготы. Так, по налогу на прибыль при определенных условиях они пользуются «налоговыми каникулами», а по НДС с 1 января 2001 г. — необлагаемым минимумом.

2. Упрощенная система налогообложения в форме единого налога на доход или выручку малых предприятий (Закон 1995 г.).

3. Единый налог на вмененный доход для определенных видов деятельности (Закон 1998 г.). Объектом налога здесь выступает потенциально возможный доход (вмененный доход), исчисленный на единицу физического

показателя, который корректируется повышающими (понижающими) коэффициентами.

Малые предприятия. — М.: Ось-89, 1996. — С. 4—17.

БЫЛИ также приняты две федеральные программы поддержки малого предпринимательства: «Федеральная программа поддержки малого предпринимательства на 1994—1995 годы» и «Федеральная программа государственной поддержки малого предпринимательства на 1996—1997 годы». В соответствии с этой программой Федеральному фонду поддержки малого предпринимательства были выделены ассигнования из федерального бюджета на финансирование приоритетных мероприятий данной программы в сумме 386,6 млн руб. Однако из-за отсутствия должного финансирования, а также несогласованности действий исполнителей намеченного мероприятия эта программа не была выполнена. Из 81 намеченного мероприятия полностью выполнено лишь чуть больше половины (53%), частично — одна четверть (25%) и не выполнено 22% намеченных мероприятий. Еще хуже обстояло дело с третьей программой. Она не была своевременно принята Государственной Думой ввиду отсутствия средств у федерального центра (а ведь эти затраты могли многократно окупиться).

В феврале 2001 г. Правительство РФ рассмотрело итоги реализации Федеральной программы государственной поддержки малого предпринимательства за 2000 г. Был сделан вывод, что государство так и не создало необходимых условий для развития малого бизнеса. За последние семь лет число малых предприятий практически не изменилось. В секторе малого бизнеса в России занято чуть более 7 млн человек; они производят менее 5% объема всей промышленной продукции и около 15% услуг (для страны с рыночной экономикой, на статус которой претендует Россия, — ничтожно мало). Признавая это, правительство наметило ряд мер по дальнейшему развитию малого предпринимательства в России.

Определенное внимание уделяется развитию малого предпринимательства в регионах России. Почти во всех регионах разработаны собственные программы развития малого бизнеса, более чем в половине из них созданы специальные органы и фонды поддержки малого предпринимательства. Наиболее крупный регион России, где сосредоточена четверть всех малых предприятий, — Москва. По данным журнала «Эксперт» на начало 2000 г. Москва занимала первое место в числе регионов по развитию малого бизнеса — 176,1 тыс. предприятий[1]. Далее следуют: Санкт-Петербург — 108,7, Московская область — 44,1, Свердловская область — 31,9, Самарская область — 26,9, Ростовская область — 25,5 тыс.

Правительство Москвы уделяет определенное внимание развитию малых предприятий. Для этого в составе Правительства Москвы был создан Департамент развития и поддержки малого пред-

Эксперт. — 2000. — № 41. — С.

принимательства, функционирует Московский фонд поддержки малого предпринимательства. Содействуют развитию малого бизнеса в Москве Московская торгово-промышленная палата, Московская лизинговая компания,

Московское агентство развития предпринимательства и др. При мэре Москвы существует общественно-экспертный совет по малому предпринимательству.

Москва пытается создать свои, специфические, условия для развития малого предпринимательства. Принят и действует Закон г. Москвы «Об основах малого предпринимательства в г. Москве». В соответствии с этим законом в столице действуют свои правила создания, регистрации, лицензирования и налогообложения субъектов малого предпринимательства, что способствует развитию малых предприятий. Приняты три комплексные программы развития и поддержки малого предпринимательства в Москве.

Несмотря на такое большое внимание к вопросам развития малого предпринимательства, малые предприятия в столице сталкиваются с теми же проблемами, что существуют в стране в целом.

В их числе:

- несовершенная система налогообложения;
- отсутствие надежных правовых гарантий, явная противоречивость отдельных нормативно-правовых актов;
- финансовые трудности в получении банковского кредита для открытия предприятий и их функционирования;
- неравноправность в доступе к различным материальным ресурсам, их дороговизна;
- сложности с арендой и приобретением помещений, их высокая, нередко недоступная цена;
- низкая культура взаимодействия государственных служб в работе с предпринимателями;
- продолжающиеся криминальные угрозы.

Помимо федеральных и региональных программ поддержки малого предпринимательства существует большое число негосударственных организаций, ведущих работу в этом направлении. В их числе различные фонды и агентства, банки, кредитные и страховые компании, общественные организации, образовательные структуры и др. Однако существенную помощь от них малые предприятия не получают или получают весьма незначительную.

Кроме того, в целях создания режима максимального благоприятствования развитию предпринимательства предполагается ограничить полномочия и функции контролирующих органов и, в первую очередь для субъектов малого бизнеса, упорядочить и упростить порядок лицензирования видов деятельности. Необходимо упростить процедуры согласования и получения разрешительной документации на реализацию инвестиционных проектов с введением «правила одного окна», ограничения сроков проведения экспертизы, сокращения перечня необходимых документов.

При Правительстве РФ создан Совет по предпринимательству. Он призван обеспечить взаимодействие исполнительной власти с малым, средним и крупным бизнесом. А проблем у малого бизнеса в нашей стране немало. Число малых предприятий за последние годы по существу не растет. Если в странах Евросоюза и Японии число малых предприятий на 1000 жителей достигает 45—50, то в

России на 1000 жителей приходится лишь шесть предприятий. Для того чтобы приблизиться к стандартам Евросоюза, малых предприятий в нашей стране должно быть не менее 5 млн. В европейских странах на малых предприятиях занято около 70% общего числа работающих, а доля малого бизнеса в ВВП составляет более 50%. В России каждый из этих показателей не превышает 10%.

Причины подобного положения в упомянутом докладе названы. Это сложность получения банковского кредита и его высокая учетная ставка, неподъемная арендная плата, сложная и долгая процедура регистрации малых предприятий, трудности в получении юридического адреса, неразвитость структуры сбыта и непосильное налоговое бремя. Преодоление названных проблем раскроет возможности дальнейшего развития малого предпринимательства в России.

Развитие малого бизнеса в США. Малый бизнес успешно функционирует во многих промышленно развитых странах прежде всего благодаря его государственной поддержке. В США ведущим органом государственной поддержки малого бизнеса является Администрация малого бизнеса (АМБ), ее региональные и местные отделения. Кроме того, в этом участвуют комитеты конгресса по делам малого бизнеса и многочисленные специальные органы в министерствах, ведомствах и в местных органах власти.

АМБ решает три важнейшие задачи: обеспечение финансовой поддержки малых и средних предприятий; содействие в получении государственных заказов; предоставление технических и консультационных услуг по вопросам управления.

Федеральный аппарат АМБ насчитывает 1100 человек. Помимо этого в каждом из 50 штатов функционируют региональные отделения численностью по 30—40 человек в каждом. Следует отметить, что чиновники АМБ в центре и на местах не руководят предприятиями малого бизнеса. В их задачу входят предоставление информации о состоянии рынка, выполнение экспертных заключений для тех, кто только собирается начать собственное дело. Одна из главных задач АМБ заключается в обеспечении финансовой поддержки мелким и средним предпринимателям.

По данным Администрации малого бизнеса США[16], в 1998 г. в стране было вновь создано 898 тыс. новых фирм, что на 1,5% больше, чем в рекордном 1997 г. (885 тыс.). Из числа этих фирм 60% начали свою работу на дому при поддержке Министерства труда США. Около 21 млн американцев (17% всех занятых) работают благодаря малому бизнесу при неполном рабочем дне.

В 1998 г. по сравнению с 1997 доходы (прибыль) малого бизнеса выросли на 6,3% и составили 548,5 млрд долл. Более чем у половины работников, занятых в малом бизнесе, заработная плата выросла на 7,2%. С 1994 по 1998 г. в малом бизнесе было создано 11,1 млн новых рабочих мест, что способствовало росту уровня занятости и снижению безработицы. Малым бизнесом в 1998 г. было

[16]The Facts about Small Business 1999. — US Small Business Administration, Office of Advocacy.

заключено 168 тыс. договоров на строительные работы. Только два самых крупных договора позволили создать около 50 тыс. рабочих мест.

В руководстве предприятиями малого бизнеса участвует все больше женщин. Только за один год (1997—1998) число фирм, руководимых женщинами, возросло на 29%; 1,4 млн предприятий малого бизнеса, владельцами которых являются женщины, получили в 1997 г. 2,8 млрд долл. прибыли. Определенное развитие в малом бизнесе получила франчайзинговая форма. Среди женщин — собственников фирм — 16,0% использовали эту форму; 60% женского бизнеса было сосредоточено на дому.

Особо следует сказать об инвестициях в малый бизнес. В малом бизнесе США 55% инноваций поддерживается спонсорами ассоциации АМБ. В то же время на крупные предприятия падает 26% средств, направляемых из федерального бюджета на научные исследования и развитие, в то время как на малые предприятия приходится лишь 11% этих средств. Конгресс США в 1992 г. разработал программу развития инноваций для малых предприятий вплоть до 2000 г. В 1983 г. отчисления на эти программы составляли 6,5 млрд долл. и с того времени ежегодно увеличиваются на 1 млрд долл.

Из 4,5 млн работников — ученых, инженеров, аналитиков и программистов в 1996 г. было занято в малом бизнесе 37,9% по сравнению с 32,3% в 1991 г.

Надо сказать, что 1980-е годы были отмечены в США резким ростом индивидуального и группового инновационного бизнеса. Мелкое инновационное производство организовано на основе собственного труда ученых, инженеров, изобретателей. Это небольшие инновационные предприятия, базирующиеся на производстве, освоении, коммерциализации новых научно-технических идей. По различным оценкам, в конце 1980-х — начале 1990-х годов в наукоемком секторе промышленности США насчитывалось от 30 до 40 тыс. компаний с численностью занятых менее 100 человек. Сегодня из 600—700 тыс. ежегодно создаваемых в США новых фирм примерно восьмая часть специализируется на производстве научно-технических нововведений[17].

Многочисленные мелкие инновационные предприятия стали в США своеобразным дополнением к традиционным научно-исследовательским и конструкторским комплексам промышленных корпораций, университетов, бесприбыльным исследовательским организациям, государственным лабораториям, различным целевым структурам. Существенно проигрывая подобным организациям по ресурсному обеспечению, мелкие фирмы в сфере научно-технического прогресса выигрывают в возможности максимального раскрепощения творческого потенциала и инициативы научно-технических работников.

Опыт США показывает, что в условиях ресурсной необеспеченности малого инновационного бизнеса важнейшим фактором его существования становится организация своеобразной сети поддержки, включающей:

- ♦ финансовую поддержку (наличие многочисленных доступных источников рискового капитала);
- ♦ материально-техническую (сдача в аренду и возможность покупки, в том числе на льготных условиях, средств производства — зданий и сооружений, техники, научного оборудования, транспортных средств, копировальной техники и т.д.);
- ♦ информационную (обеспечение возможностей пользования информационными сетями и техническими библиотеками, доступа к базам данных и т.д.);
- ♦ консультативную (развитие специализированных услуг консультирования, ориентированных на организаторов мелких инновационных предприятий, по вопросам налогообложения, страхования, планирования, маркетинга, ведения отчетности, оформления патентов).

На создание данной сети направлены сегодня усилия федерального правительства, штатов, местных органов власти, общественности, университетов, частного бизнеса.

---

[17] *Американская* экономика: человек, технический прогресс, предпринимательство. - М.: Наука, 1993. - С. 41.

Политика стимулирования инновационной активности малого бизнеса проводится на всех уровнях государственного управ**ления** — от федерального правительства до муниципалитетов. Главным в государственной политике в этой области является создание своего рода инновационного климата, т.е. обеспечение благоприятных экономических, правовых, организационных, психологических и других условий для возникновения и развития новых фирм, в первую очередь занятых генерированием, освоением **и** коммерциализацией научно-технических нововведений. Государство, в отличие от регулирования деятельности экономически и организационно сложившегося крупного бизнеса, основные усилия направляет на начальные и даже предначаль- ные периоды становления мелких инновационных предприятий.

Главным содержанием государственной инновационной политики в отношении малого бизнеса является регулирование финансовых потоков, направленное на облегчение доступа мелких фирм к источникам финансовых средств. Здесь выделяются два направления: целенаправленное субсидирование из бюджета (через федеральные агентства и ведомства) и привлечение частного капитала к финансированию инновационной деятельности мелких фирм.

Целенаправленное бюджетное финансирование осуществляется в форме безвозвратного субсидирования через предосташ.'ние льготных займов и заключение контрактов на разработку новой продукции и технологии. В целом малый бизнес США получает 3,5—4% общих федеральных затрат на **НИОКР.** До трети расходов мелких фирм на исследования и разработки в той или иной форме финансируется государством.

Программы безвозвратного субсидирования осуществляют в основном два федеральных ведомства — Администрация малого бизнеса (SmallBusinessAdministration, SBA) и Национальный научный фонд (NationalScienceFoundation, NSF).

Программы предоставления льготных займов осуществляются SBAв виде прямых займов, долевого участия в займах коммерческих банков и гарантирования займов коммерческих банков. Прямые займы производятся SBAиз собственных кредитных источников. Размер займа не превышает 150 тыс. долл., максимальная ставка — 7%. Займы предоставляются на сроки: до шести лет — на текущие нужды; до 20 лет — на приобретение оборудования, земельной собственности и строительство; до 30 лет — на восстановление предприятий, пострадавших от стихийных бедствий.

Однако, как показывает американская практика, формы прямого субсидирования через государственные ведомства не обладают достаточной гибкостью и оперативностью.

Вторым важнейшим направлением государственной инновационной политики в отношении малого инновационного бизнеса, осуществляемой на уровне федерального правительства, является *привлечение частного капитан! для финансирования.* Оно реализуется преимущественно через компании венчурного капитала. Венчурное финансирование стало более или менее заметным в США в послевоенный период и широко распространилось в конце 1970-х годов. Сегодня в США действуют компании венчурного финансирования трех типов: корпоративные (дочерние компании крупных корпораций), независимые и частные инновационные компании малого бизнеса (ИК.МБ), действующие под эгидой АМБ. Венчурный капитал размещается в форме акционерного капитала. Это значит, что инвесторы становятся акционерами мелких инновационных фирм и в зависимости от доли

своего участия имеют право на получение прибылей. Доля участия отдельных компаний венчурного капитала в мелких фирмах редко превышает 50%.

Что касается налоговых и амортизационных льгот, предоставляемых малому инновационному бизнесу, то они применяются менее широко, поскольку для мелких фирм намного важнее первоначальная и предначальная поддержка. Поэтому налоговыми льготами традиционно больше пользовался более крупный бизнес. Однако с начала 1980-х годов начали разрабатываться более льготные условия налогообложения и для малого бизнеса, прежде всего инновационного, с учетом его специфических потребностей.

Если говорить об амортизационных льготах, то в отношении малого бизнеса действует только одна значительная мера: мелким фирмам разрешено списывать стоимость основного капитала неравными частями или единовременно в течение амортизационного периода.

Представляет также интерес финансирование малого бизнеса в США. Оно осуществляется в основном из двух источников: по линии Администрации малого бизнеса (SBA) и по линии коммерческих банков. Наибольшая доля кредитов выдается Администрацией малого бизнеса.

По данным SBA[18], в июне 1998 г. коммерческие банки предоставили 371 млрд долл. займов малому бизнесу (МБ), из них коммерческие и промышленные займы по ипотеке составляли свыше 1 млрд долл. Общие займы по предприятиям приблизились к 1 трлн долл. На займы до 250 тыс. долл. приходилось 188 млрд долл., а на займы до 100 тыс. долл. — 112 млрд долл.

Число займов МБ значительно выросло — от 7,9 млн в 1997 г. до 9,2 млн в 1998 г. Однако почти все повышение (19,3%) относится к категории наименьшего займа — до 100 тыс. долл. Менее половины малых фирм прибегают к займу в течение одного года.

Развитие малого бизнеса в Японии. В Японии развитие малого бизнеса имеет свою специфику. Здесь малые и средние фирмы являются важным элементом экономики наряду с крупными могущественными корпорациями. Функционируют около 7 млн малых и средних предприятий, на которых занято свыше 40 млн человек (примерно 80% общего числа занятых). На малые и средние предприятия приходится около 60% объема производства промышленной продукции. Эти предприятия занимают господствующее положение в таких отраслях, как швейная, обувная, галантерейная промышленность, производство комплектующих изделий и конструкций, строительство, сфера услуг (включая обслуживание техники) и др. Для малого бизнеса Японии характерна широко развитая субподрядная система, где малые и мельчайшие предприятия получают и выполняют заказы от крупных фирм — машиностроительных, авиастроительных, автомобилестроительных и т.п.

---

[18] *US* Small Business Administration. Office of AdVocacy. The Facts about Small Business 1999. — Washington: D.C., 20416. — P. 8—9.

Существуют четыре центра регулирования **и** стимулирования малых и средних предприятий:

- ♦ центральное правительство;
- ♦ **местные** органы власти;
- ♦ крупный бизнес;
- ♦ самостоятельные объединения малого бизнеса.

По линии центрального правительства делами малого бизнеса занимается Управление малых предприятий в составе Министерства внешней торговли и промышленности. Как центральные, так и местные органы власти стимулируют становление и развитие малого бизнеса при помощи займов, кредитных гарантий, налоговых льгот, обучения кадров и облегчения доступа к информации. Кроме того, предприятиям малого бизнеса предоставляется безвозвратная финансовая помощь только на осуществление научно-технических программ, таких, как:

- ♦ повышение технического уровня производства;
- ♦ совершенствование технологии производства в пищевой промышленности;
- ♦ разработка совместно с университетами и государственными научно-исследовательскими институтами новой наукоемкой техники **и** технологии.

Последняя программа финансируется местными органами власти, предыдущая — центральным правительством, а первая — и теми **и** другими.

Значительно шире, под льготный процент, предоставляются займы на осуществление следующих **проектов:**

- ♦ разработку новых видов продукции и новой технологии (финансирование по линии местных органов власти);
- ♦ разработку новых видов производства и техники (по линии центрального правительства);
- ♦ возрождение мелких предприятий для развития экономики отдельных регионов (по линии центрального правительства);
- ♦ содействие производственной и технической кооперации между предприятиями малого бизнеса (также по линии центрального правительства).

Большую роль в оказании финансовой помощи малым и средним предприятиям играет Финансовая корпорация малого бизнеса Японии. Она предоставляет на льготных условиях таким предприятиям долгосрочные займы (срок более года) на увеличение основного и оборотного капиталов.

На кредитовании мелких и мельчайших компаний специализируется Национальная финансовая корпорация Японии. Обладая огромной сетью торгово-промышленных палат (свыше 500 по стране), она ежегодно выдает займы на сумму почти 500 млрд иен.

В Японии есть еще одно специализированное учреждение — Банк Соко-Чукин, финансирующий деятельность кооперативов, малых и средних предприятий, а также отдельных их чипов.

Наконец, для финансирования специальных приоритетных программ в области структурной перестройки малых и средних предприятий, охраны окружающей среды, развития энергосберегающих производств упомянутые выше Финансовая корпорация малого бизнеса и Национальная финансовая корпорация выдают кредиты на еще более льготных условиях.

Государство обеспечивает гарантирование и страхование кредитов, предоставляемых малым и средним предприятиям, через так называемую Систему дополнительного общественного кредитования. С помощью этой Системы обеспечивается перелив капитала от коммерческих финансовых институтов к компаниям малого и среднего бизнеса.

Важным звеном финансовой поддержки малых **и** средних предприятий служат займы и кредиты, предоставляемые для конкретной помощи предприятиям, попавшим в затруднительное финансовое положение вследствие объективных факторов.

Таким образом, в Японии создана и функционирует всесторонняя государственная поддержка малого предпринимательства на разных уровнях.

Малый бизнес в Европе. В европейских странах интересы малого бизнеса представляют, как правило, специальные отделы или департаменты в рамках Министерства экономики или Министерства торговли и промышленности. Так, **в** Великобритании при Министерстве торговли и промышленности **создана** «Служба мелких фирм». Она оказывает помощь мелким предпринимателям **в** организации собственного дела, получении кредитов, заключении договоров и контрактов, обучении кадров и консультировании малых предприятий. Эта Служба имеет местные отделения по всей стране. По данным Г. Данишевской[19], только в 1988—1989 гг. ею было оказано около 30 тыс. консультаций. За этот же период Служба поддерживала контакты с 266 тыс. мелких английских фирм.

Большое внимание в Великобритании уделяется подготовке кадров малого и среднего бизнеса. Наиболее престижными в данной области считаются следующие университетские школы бизнеса: в Лондоне, в Манчестере, Глазго, Дюраме и Ворвике. В них в течение 16 недель слушатели изучают обшие проблемы экономики и основы создания собственного дела. Ежегодно эти школы оканчивают свыше 200 человек[20].

Правительство **ФРГ** стало оказывать широкую поддержку **малым** и средним предприятиям сразу после окончания Второй мировой войны. Уже в 1948 г. в Германии был создан Банк кредитных гарантий для управления денежными средствами, поступающими на восстановление Европы по так называемому

---

[19] *Данишевская Г.* Мелкий бизнес в Великобритании // **МЭиМО.** — 1992. — № 3. — С. 123.

[20] *Сорокина В.* Малый бизнес **по-британски // МЭиМО.** — 1996. — № 9. — С. 106. [1] *Авилова А.* Кредитные гарантии **для малого** бизнеса // МЭиМО. — 1997. — № 3.

Плану Маршалла. Одновременно были созданы и региональные кредитные корпорации. За период своего существования эта система предоставила мелким и средним предпринимателям более 100 тыс. гарантий на общую сумму около 10 млрд марок. Благодаря таким мощным гарантиям было реализовано коммерческих кредитов, лизинговых контрактов и венчурного финансирования на общую сумму 14 млрд марок[21].

После объединения восточных и западных земель Германии для возрождения малого бизнеса на территории бывшей ГДР правительство **ФРГ** наметило и осуществляет **Федеральную** программу субсидирования мелких и средних фирм **с** целью повышения iзних доли собственных средств.

Интересно отметить, что в ФРГ с 1976 **г. существует** особое положение, регулирующее участие мелких и средних фирм в выполнении государственных заказов. Если мелкие фирмы считают себя обойденными в дележе ТРЧИХ заказов, то они мот" обратиться с жалобой в соответствующие инстанции на федеральном и местном уровнях.

Важная часть программы содействия мелким и средним предпринимателям — обучение кадров, которое осуществляется через систему торгово-промышленных палат, регулярно устраивающих семинары для начинающих предпринимателей.

Развитие малого предпринимательства в России. Проблемы дальнейшего развития малого предпринимательства в России остаются в основном теми же, что были отмечены еще в материалах первого Всероссийского съезда представителей малых предприятий. Важнейшие из них:

- ♦ недостаточность начального капитала и собственных оборотных средств;
- ♦ трудности с получением банковских кредитов;
- ♦ усиление давления криминальных структур;
- ♦ нехватка квалифицированных кадров бухгалтеров, менеджеров, консультантов;
- ♦ сложности с получением помещений и крайне высокая арендная плата;
- ♦ ограниченные возможности получения лизинговых услуг;
- ♦ отсутствие должной социальной защищенности и личной безопасности владельцев и работников малых предприятий и др.[22]

Мальте предприятия в России в своей деятельности сталкиваются с большими трудностями. Основная проблема— *недостаточная ресурсная база* — как материально-техническая, так и финансовая. Практически речь идет о создании широкого нового сектора национального хозяйства почти на пустом месте. В течение десятилетий такой сектор у нас в сколь-нибудь существенной степени отсутствовал. Это, в частности, означало и отсутствие подготовленных предпринимателей. У основной массы населения, живущей «от получки до получки», не могло образоваться резерва средств, достаточного для начала

С. 154.

[22] *Малый* бизнес России — состояние, проблемы и перспективы: Аналитический обзор. -- М., 1996. - С. 14.

собственного дела. Эти средства надлежит сейчас отыскать. Ясно, что предельно напряженный государственный бюджет их источником стать не может. Остается надеяться на кредитные ресурсы. Но и они незначительны, к тому же крайне трудно реализуемы при постоянной инфляции.

Положение едва ли может серьезно измениться в позитивную сторону, если не перейти, наконец, от слов к делу в общественной поддержке конструктивного малого бизнеса. На существенный рост имеющихся для этого материально-технических и финансовых ресурсов, по крайней мере в ближайшее время, нет оснований рассчитывать.

Кризис в экономике, последовавший после 17 августа 1998 г., привел к тому, что в первом полугодии 1999 г. инвестиции в основной капитал на малых предприятиях по сравнению с 1998 г. (в сопоставимых ценах) упали на 32,5%, составив лишь 7,2 млрд руб.

Инвестиции в основной капитал малых предприятий составляют ничтожно низкий удельный вес в составе общих инвестиций в основной капитал (табл. 6.5).

Таблица 6.5. Инвестиции в основной капитал малых предприятий (в фактически действовавших ценах, млрд руб.; до 1998 г. — трлн руб.)

Инвестиции	*1996*	*1997*	*1998*	*1999*	*2000*
Общие инвестиции в основной капитал	376,0	408,8	407.1	670,4	1165.2
в том числе в основной капитал малых предприятий	25,7	22,1	19,3	17,9	29,8
% к общим инвестициям	6,8	5,4	4,7	2,6	2.6

Источники: Россия в цифрах, 2(102: Крат. **стат.** сб. — М.: Госкомстат России, 2002. — С. 321; *Малое* предпринимательство в России: Статистический сборник. — М.: Госкомстат России, 2002. — С. 55.

Как видно из табл. 6.5, удельный вес инвестиций в основной капитал малых предприятий в общем объеме инвестиций из года в год уменьшается (в 1996 г. он составлял 6,8%, в 2000 г. снизился до 2,6%). Если учесть, что доля малых предприятий в общем выпуске продукции составляла в эти годы 10—12%, то ясно, что при соответствующем увеличении инвестиций в основной капитал малых предприятий последние могли бы существенно увеличить свои объемы производства продукции. Эти данные свидетельствуют также о том, что при относительно низких инвестициях малые предприятия приносят большую отдачу, нежели крупные.

Применить эти ресурсы гораздо лучше наверняка можно. Для этого требуется тщательно выверенный, последовательно реализуемый отбор, позволяющий предоставлять ощутимые приоритеты тем, кто полезнее обществу. В целом на сегодня это означает предпочтение сферы производства сфере обращения при детальной дифференциации самого производства, на основе грамотного изучения общественного спроса, происходящих в нем подвижек и намечающихся тенденций.

В соответствии с такой исходной установкой должны конструироваться механизмы льготного кредитования, налогообложения, различного рода преференций, включая и те, что связаны с внешнеэкономической деятельностью. Смысл в том, чтобы обеспечить лучшее удовлетворение потребностей людей при создании условий для последовательного развертывания предпринимательства.

Следующая проблема — *законодательная база,* на которую сейчас может опираться малое предпринимательство. Пока она, мягко говоря, несовершенна, а во многих очень существенных положениях вообще отсутствует. Можно назвать немало правовых документов, так или иначе регулирующих малое предпринимательство (Гражданский кодекс РФ, законы «О собственности в РСФСР», «О приватизации государственных и муниципальных предприятий в РСФСР», «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», ряд указов Президента РФ), однако трудность заключается в том, что, во- первых, нет сводной единой законодательной основы сегодняшней деятельности российских малых предприятий; во-вторых, имеющиеся разрозненные установления претворяются в жизнь далеко не полностью. Проблема правовой основы малого предпринимательства в конечном счете будет убедительно решена тогда, когда удастся избавиться от правового нигилизма. Это, конечно, никак не исключает необходимости специальных законодательных мер регулирования малого бизнеса.

В настоящее время малое предпринимательство находится в условиях, которые весьма отдалены от тех, что должны быть присущи рыночным отношениям.

Отсутствует *система проведения глубокого анализа* деятельности малых предприятий. Нет надлежащего учета результатов их работы, практически отсутствует отчетность по тем показателям, которые дают право малым предприятиям воспользоваться льготами по налогообложению.

Материально-техническое обеспечение малых предприятий осуществляется в недостаточном объеме и несвоевременно. Машины, оборудование, приборы, предназначенные для малых предприятий и учитывающие их специфику, отсутствуют. Ограничен доступ малых предприятий к высоким технологиям, так как их покупка требует значительных одноразовых финансовых затрат.

Еще одна важная проблема — *кадры.* Часто говорят, что предпринимателем надо родиться. Против этого трудно возразить, но нельзя не считаться, во-первых, с тем, что прирожденных предпринимателей все же меньше, чем реально нужно обществу, во-вторых, что и им требуется приобрести определенный объем знаний.

Непростая проблема связана и с *социальной защитой* предпринимательской деятельности. Известно, что ранее существовавшая на основе распределения общественных фондов система социальных гарантий и социального обеспечения в условиях нынешнего переходного периода оказалась практически подорванной. Требуется, по сути, строить эту систему заново по отношению ко всему обществу, а по отношению к предпринимателям — новому социальному слою — тем более.

Наглядное представление **о** факторах, **ограничивающих рост** производства на малых предприятиях промышленности, дает **рис. 6.1.**

Рис. 6.1. Факторы, ограничивающиеростпроизводства намалыхпредприятияхпромышленности[Л], % числа опрошенных:

1 — **недостаточный** спрос на внешнем рынке:
2 — высокая конкуренция на рынке со стороны зарубежных предприятий;
3 — высокий процент коммерческого кредита;
4— отсутствие или несовершенство необходимой нормативно-правовой базы;
5 - высокая конкуренция на рынке со стороны отечественных предприятий;
6 - недостаточный спрос **на** внутреннем рынке;
7— **изношенность** оборудования;
8- неплатежеспособность 'заказчиков;
9- высокий уровень налогообложения

[1] Малое предпринимательство в России: **Стат. сб.** М.: Госкомстат России, 200!. - **С.** 84.

Общеизвестно, что снижение доходов населения привело к значительному ухудшению структуры потребления. Доходы направляются в

основном на приобретение товаров первой необходимости, прежде всего продуктов питания и оплату коммунальных услуг. То же касается и малого предпринимательства. Если раньше оно предполагало определенное накопление, то после первого этапа реформ было вынуждено работать в подавляющей мере на потребление. Производить продукцию с длительным производственным циклом, разумеется, и наукоемкую стало даже не то что неэффективно, а просто разорительно. Начались серьезные негативные структурные изменения в малом бизнесе. Если ныне идущие процессы будут продолжаться и не встретят противодействия в виде социальных гарантий малому предпринимательству, то само его существование окажется под вопросом.

Выводы

1. Для современной экономики характерна сложная комбинация различных по масштабам производств — крупных, средних и малых. Преимущества малых предприятий по сравнению с крупными: близость к местным рынкам, приспособление к запросам потребителей, производство продукции малыми партиями, исключение лишних звеньев управления и др.
2. В соответствии с Гражданским кодексом РФ в стране могут создаваться следующие организационно-правовые формы предпринимательской деятельности: хозяйственные товарищества и общества, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия.
3. Развитие малого предпринимательства в России в настоящее время отстает от ряда развитых стран. Это свидетельствует о том, что в стране велики резервы роста малого предпринимательства.
4. Самостоятельной формой договорных отношений хозяйствующих субъектов, объединяющей элементы аренды, купли-продажи, подряда и представительства, служит франчайзинг.
5. Осуществляемая в России система государственной поддержки малого предпринимательства недостаточно эффективна. Ее необходимо развивать и совершенствовать.

Вопросы для самоконтроля

1. Сочетание каких размеров предприятий характерно для современной экономики?
2. В чем состоят преимущества малых предприятий по сравнению с крупными?
3. Какие организационно-правовые формы предпринимательской деятельности могут создаваться в стране? В чем их особенности?
4. Чем объясняется слабое развитие малого предпринимательства в России? Каковы резервы его роста?
5. Раскройте сущность франчайзинга. Каковы его **преимущества** и недостатки?

6. По каким направлениям осуществляется система государственной поддержки малого предпринимательства в России?
7. Назовите основные проблемы дальнейшего развития малого предпринимательства в России и определите пути их решения.

Термины и понятия к разделу I

Акционерное общество — компания, которая является юридическим лицом и капитал которой состоит из взносов пайщиков- акционеров и учредителей. Форма организации производства — на основе привлечения денежных средств путем продажи акций. Существуют закрытые и открытые акционерные общества.

Акционерное общество закрытого типа — акционерное общество, акции которого реализуются только его работникам и не могут быть проданы посторонним лицам без согласия других акционеров.

Акционерное общество открытого типа — акционерное общество, капитал которого формируется за счет открытой продажи акций.

Акция — ценная бумага, выпускаемая акционерным обществом и дающая право ее владельцу — члену акционерного общества — участвовать в его управлении и получать дивиденды от прибыли. Денежная сумма, обозначенная на акции, — номинальная стоимость акции; цена, по которой акция продается, — курс акций. Различают акции: обыкновенные, привилегированные, именные, на предъявителя, трудового коллектива и др.

Акция именная — акция с указанием имени ее владельца. Распространяется в порядке открытой подписки. Может быть простой и привилегированной.

Акция на предъявителя — акция, не содержащая имени ее владельца. Может быть простой и привилегированной.

Акция обыкновенная — акция с нефиксированным дивидендом, размер которого определяется собранием акционеров после уплаты фиксированного процента держателям привилегированных акций.

Акции предприятия — акции, распространяемые среди других предприятий и организаций, кооперативов, банков, добровольных обществ.

Акция привилетрованная — акция, дивиденд которой фиксируется в виде твердого процента, выплачиваемого в первоочередном порядке независимо от размера прибыли компании. Эта акция не дает права голоса, ее владелец не участвует в управлении компанией.

Акция трудового коллектива — акция, держателями которой могут быть только работники данного коллектива.

Компания — образуемое на базе паевого капитала объединение предпринимателей, являющееся юридическим лицом. Разновидности: акционерное общество, компания с ограниченной ответственностью и др.

Конкурентоспособность — способность предприятия осуществлять свою деятельность **в** условиях рыночных отношений и получать при этом прибыль, достаточную для научно-технического совершенствования **производства,** стимулирования работников и поддержания продукции **на** высоком качественном уровне.

Концерн — объединение самостоятельных предприятий различных отраслей, связанных совместными разработками, формально сохраняющих самостоятельность, но фактически подчиненных финансовому контролю и руководству какой-либо одной, господствующей в **объединении** группы.

Лицензия — специальное разрешение юридическому лицу уполномоченных на то государственных органов осуществлять конкретные, оговоренные законом хозяйственные операции, включая внешнеторговые (экспортные и импортные).

Макроэкономика — наука, исследующая регулирование экономических процессов со стороны государства, в частности: формирование совокупного **спроса** и предложения, национального дохода и валового национального продукта; анализирует влияние бюджетной **политики** правительства и денежной политики центрального банка на экономический рост, инфляцию **и** уровень безработицы.

Микроэкономика — наука, исследующая поведение отдельных элементов **и** структур, таких, как отрасли производства и услуг, предприятия и фирмы, товарные **и** финансовые рынки, банки и др.; изучает, как формируются объемы производства и услуг, цены на них, как влияют налоги на сбережения населения и т.п.

Монополист — единственный производитель конкретного товара. Как правило, назначает за этот товар монопольно высокую цену, в результате чего потребители и общество несут повышенные издержки.

Национальная экономика — единый комплекс взаимосвязанных отраслей и видов экономической деятельности, сформированных в результате общественного разделения труда, научно-технического развития, **международного** сотрудничества, специфичных в пределах той или иной страны.

Неценовая конкуренция — вид конкурентной борьбы посредством использования маркетинговых мероприятий в области рекламы, товарной марки, торгового знака, ноу-хау и т.п., направленных на подчеркивание уникальности товара.

Общество с дополнительной ответственностью — учреждается одним или несколькими лицами; участники общества солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом в

одинаковом для всех кратном размере к стоимости их вкладов, определяемом учредительными документами.

Общество с ограниченной ответственностью — учреждается одним или несколькими лицами; уставный капитал разделен на доли определенных учредительными документами размеров, Участники не отвечают по обязательствам общества и несут риск: убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

Организация — система, состоящая из подсистем или частей. В хозяйственной организации выделяются две части: управляемая и управляющая или соответственно объект и субъект управления. Организация как субъект может представлять собой аппарат управления предприятия либо объединения предприятий. Организация как объект выступает таковой в единстве всех структурных единиц производства и хозяйства или иных видов деятельности. В соответствии с Гражданским кодексом РФ (ст. 48) организация — это юридическое лицо, которое имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом. При этом юридическими лицами могут быть организации, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности (коммерческие организации), либо не имеющие извлечение прибыли в качестве такой цели и не распределяющие полученную прибыль между участниками (некоммерческие организации) (ст. 50).

Полное товарищество — объединение двух или более лиц для осуществления предпринимательской деятельности в целях извлечения прибыли, члены которого участвуют в делах товарищества лично и несут полную материальную ответственность не только вложенным капиталом, но и всем своим имуществом.

Предприятие — являющийся юридическим лицом самостоятельный хозяйственный субъект, созданный для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Рынок чистой монополии — рынок единственного производите - ля-продавца, устанавливающего цену в целях получения сверхприбыли за счет извлечения максимально возможного потребительского излишка.

Совместное предпринимательство — форма производственной деятельности предприятий двух или нескольких стран, ориентированной на кооперацию в сфере производства и обращения.

Товарищество на вере (коммацлитное) — объединение двух или нескольких лиц для осуществления предпринимательской деятельности, **в** котором одни участники (полные товарищи) несут ответственность по делам товарищества как своим вкладом, так и всем своим имуществом, а другие (коммандитисты) — отвечают только своим вкладом.

Товарищество с ограниченной ответственностью — объединение граждан и (или) юридических лиц для совместной хозяйственной деятельности, уставный фонд которого образуется за счет вкладов учредителей, несущих ответственность по обязательствам только своим вкладом.

Устав — официальный документ, подтверждающий законность создания компании, содержащий характер и правила ее деятельности, основы взаимоотношений между членами и т.п.

Учредительные документы — документы, служащие основанием для учреждения вновь создаваемого предприятия, компании, акционерного общества и их регистрации в установленном порядке.

Фактор — причина, движущая сила какого-либо процесса или явления, определяющая его характер или одну из основных черт.

Франчайзи (оператор) — мелкое предприятие, заключающее сделки с крупным предприятием-франчайзером.

Франчайзинг — смешанная форма крупного и малого предпринимательства; система взаимовыгодных партнерских отношений.

Франчайзер — крупное предприятие (корпорация, фирма и т.п.), заключающее договор франчайзинга с франчайзи.

Фирма — предприятие или совокупность специализированных организаций любой формы собственности, являющихся юридическими лицами и объединяющих под одним управлением (и общим фирменным наименованием) производство и сбыт товаров.

Хозяйственные товарищества и общества — коммерческие организации с разделенным на доли учредителей уставным капиталом. Хозяйственные товарищества могут быть как полными, так и коммандитными, а общества — с ограниченной ответственностью, с дополнительной ответственностью, акционерные.

Юридическое лицо — организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Раздел

Производственные ресурсы предприятия

Глава 7. Основные фонды предприятия
Глава 8. Оборотные фонды (материальные ресурсы) предприятия
Глава 9. Трудовые ресурсы предприятия
Глава 10. Организация, нормирование и оплата труда

Глава

Основные фонды предприятия

7.1 Экономическая сущность и значение основных производственных фондов

Ведущий вид предпринимательства — производственный: производство продукции, товаров, работ, оказание различных услуг, создание определенных духовных ценностей.

Успешное функционирование производственного предпринимательства во многом определяется эффективностью использования всех факторов производства и в первую очередь основных фондов. ***Основные фонды*** **(в** стоимостной оценке основные средства, основной капитал) — это *материально-вещественные ценности, используемые в качестве средств труда, которые действуют в неизменной на - туральной форме в течение длительного периода времени иутрачива- ют свою стоимость по частям.*

В практике учета и статистике к основным фондам относятся средства труда со сроком службы не менее одного года.

В зависимости от характера участия основных фондов в процессе расширенного воспроизводства они подразделяются на производственные и непроизводственные основные фонды.

Основные производственные фонды функционируют в сфере материального производства, неоднократно участвуют в производственном процессе, изнашиваются постепенно, а их стоимость переносится на изготовляемый продукт по частям по мере использования. Пополняются они за счет капитальных вложений.

Непроизводственные основные фонды — жилые дома, детские и спортивные учреждения, другие объекты культурно-бытового назначения, которые находятся на балансе предприятия. В отличие от производственных основных фондов они не участвуют в процессе производства, их стоимость исчезает в потреблении. Воспроизводятся они за счет национального дохода.

Непроизводственные основные фонды не оказывают непосредственного влияния на объем производства и производительность труда, но их функционирование связано с улучшением благосостояния работников предприятия, повышением материального и культурного уровня их жизни, что в конечном счете влияет на результаты деятельности предприятия.

РОЛЬ ОСНОВНЫХ фондов в процессе труда определяется тем, что в своей совокупности они образуют производственно-техническую базу и

определяют возможности предприятия по выпуску продукции, уровень технической вооруженности труда. Накопление основных фондов и повышение технической вооруженности труда обогащают процесс труда, придают труду творческий характер, повышают культурно-технический уровень общества.

В основных фондах воплощена подавляющая и наиболее важная часть материальных ресурсов общества. Они составляют главную часть национального богатства страны. Стоимость всех основных фондов на начало 2003 г. — 26 374,5 млрд, в том числе основные фонды промышленности — 7221,7 млрд руб.

Основные производственные фонды должны систематически обновляться. Рост основных фондов, особенно орудий труда, и улучшение их качества на основе новейших технических и научных достижений повышают техническую вооруженность труда, являются важнейшим условием выпуска высококачественной продукции с меньшими затратами труда, роста производительности труда и снижения себестоимости продукции.

7.2 Состав, структура и оценка фондов

В соответствии с назначением в производственном процессе и правилами учета отдельные элементы основных фондов классифицируются в относительно однородные группы при помощи натуральных показателей.

По действующей классификации основные производственные фонды состоят из следующих групп:

1) земельные участки и объекты природопользования, принадлежащие предприятию на правах собственности;
2) здания;
3) сооружения;
4) передаточные устройства;
5) машины и оборудование;
6) измерительные и регулирующие приборы, устройства и лабораторное оборудование;
7) вычислительная техника;
8) транспортные средства;
9) инструменты и приспособления со сроком службы более 12 месяцев;
10) производственный и хозяйственный инвентарь;
11) внутрихозяйственные дороги;
12) капитальные вложения на улучшение земель и в арендованные здания, помещения, оборудование и другие объекты, относящиеся к основным фондам.

Соотношение отдельных групп основных фондов в их общей стоимости представляет видовую (производственную) структуру основных фондов.

Собственнику не безразлично, в какую группу основных фондов вкладывать средства. Он заинтересован в оптимальном повышении удельного веса машин и оборудования, которые считаются активно действующей частью основных фондов. К активной части можно отнести также транспортные средства, вычислительную технику, инструменты. Эти элементы основных фондов принимают непосредственное участие в технологических процессах, оказывают прямое воздействие на производственную мощность и производительность труда. Другие группы основных фондов способствуют выполнению производственных функций и относятся к пассивной части. Это здания, сооружения, передаточные устройства, инвентарь.

Чем выше доля активной части основных производственных фондов, тем при прочих равных условиях больше выпуск продукции, выше показатель фондоотдачи. Поэтому улучшение структуры основных фондов рассматривается как условие роста производства, снижения себестоимости продукции, увеличения денежных накоплений фирмы.

К сожалению, в 1990-е годы наблюдалась негативная тенденция снижения в составе основных производственных фондов доли наиболее активной ее части — машин и оборудования. Так, в электроэнергетике она сократилась с 37,4 до 33,3%, в черной металлургии — с 43,1 до 36,6%, в машиностроении — с 52,1 до 44,6%, в легкой промышленности — с 52,3 до 35,9% и в пищевой — с 49,4 до 44,9%'.

Улучшить структуру основных производственных фондов позволяют:

- ♦ обновление и модернизация оборудования;
- ♦ совершенствование структуры оборудования за счет увеличения доли прогрессивных видов станков и машин, особенно станков для выполнения финишных операций, автоматических и полуавтоматических станков, универсальных агрегат-

Логинов В. Обновление основного **капитала** // Экономист. — 2002. — № 3.

ных станков, автоматических линий, станков с числовым программным управлением;

- ♦ лучшее использование зданий и сооружений, установка дополнительного оборудования на свободных площадях;
- ♦ правильная разработка проектов строительства и высококачественное выполнение планов строительства предприятий;
- ♦ ликвидация лишнего и малоиспользуемого оборудования и установка оборудования, обеспечивающего более правильные пропорции между его отдельными группами.

Для эффективного управления основными фондами большое значение имеет их обоснованная оценка. В практике учета и анализа основных фондов используют натуральную и денежную формы. При оценке основных фондов в натуральной форме устанавливаются число машин, их производительность, мощность, размер производственных площадей и другие количественные величины. Эти данные используют для расчета производственной мощности

предприятия и отраслей, планирования производственной программы, резервов повышения выработки на оборудовании, составления баланса оборудования. С этой целью ведутся инвентаризация и паспортизация оборудования, учет его выбытия и прибытия.

Денежная, или стоимостная, оценка основных фондов необходима для планирования расширенного воспроизводства основных фондов, определения степени износа и размера амортизационных отчислений.

Существует несколько видов оценок основных фондов, связанных с длительным участием их и постепенным изнашиванием в процессе производства и изменением за этот период условий воспроизводства, — по *первоначальной, восстановительной* и *остаточной стоимости.*

Первоначальная стоимость основных производственных фондов — это сумма затрат на изготовление или приобретение фондов, их доставку и монтаж. Она применяется для определения нормы амортизации и размеров амортизационных отчислений, прибыли и рентабельности активов предприятия, показателей их использования.

Научно-технический прогресс обусловливает изменение условий и факторов производства основных фондов, а следовательно, изменение издержек их производства и текущих рыночных цен и тарифов. В настоящее время первостепенное влияние на текущие цены и тарифы, по которым приобретаются основные фонды, оказывает инфляция.

С течением времени на балансе предприятия основные фонды отражаются по смешанной оценке, т.е. по текущим рыночным ценам их создания или приобретения. Получается, что оценка основных фондов по первоначальной стоимости в современных условиях хозяйствования не отражает действительной стоимости, и поэтому возникает необходимость переоценки основных фондов и приведения их к единым стоимостным измерителям.

Для этой цели используется оценка основных фондов по восстановительной стоимости.

Восстановительная стоимость — это затраты на воспроизводство основных фондов в современных условиях; как правило, она устанавливается во время переоценки фондов.

Фирмы, предприятия имеют право не чаще одного раза в год (на начало отчетного года) переоценивать объекты основных фондов по восстановительной стоимости путем индексации или прямого пересчета по документально подтвержденным рыночным ценам с отнесением возникающих разниц на добавочный капитал фирмы, если иное не установлено законодательством Российской Федерации.

В процессе эксплуатации основные фонды изнашиваются и постепенно теряют свою первоначальную (восстановительную) стоимость. Для оценки их реальной стоимости необходимо исключить из них стоимость изношенной части фондов. Это и будет *остаточная* стоимость основных фондов, представляющая собой разность между первоначальной или восстановительной стоимостью основных фондов и суммой их износа.

Ликвидационная стоимость основных фондов — это стоимость реализации изношенных и снятых с производства основных фондов (часто это цена лома).

Для расчета экономических показателей определяется *среднегодовая стоимость* основных фондов. Расчет ведется на основе первоначальной стоимости с учетом их ввода и ликвидации по следующей формуле:

$$ОФ_{ср.год} = ОФ_{н} + \frac{ОФ_{вв} \cdot n_1}{12} - \frac{ОФ_{лик} \cdot n_2}{12},$$

среднегодовая стоимость основных фондов;

г*ОФщщ* — стоимость основных фондов на начало года (балансовая);

$ОФ_{н}$ — стоимость введенных основных фондов;

$0Ф_{1(й}$ — ликвидационная стоимость фондов;

$0Ф_{ят}$ — количество месяцев с момента ввода основных фондов;

»1″2 — количество месяцев с момента выбытия основных фондов.

7.3 Износ и амортизация основных фондов

Особенностью основных фондов является их многократное использование в процессе производства. Но время их функционирования все же имеет определенные границы, обусловленные их износом.

Различают два вида износа — физический и моральный.

Под *физическим износом* понимают постепенную утрату основными фондами своей первоначальной потребительной стоимости, происходящую не только в процессе их функционирования, но и при их бездействии (разрушение от внешних воздействий, атмосферного влияния, коррозии). Физический износ основных фондов зависит от качества основных фондов, их технического совершенствования (конструкции, вида и качества материалов, качества постройки зданий и монтажа станков), особенностей технологического процесса (скорости и силы резания, подачи и т.п.), времени их действия (числа рабочих дней в году, смен в сутки, часов работы в смену), степени зашиты основных фондов от внешних условий, качества ухода за основными фондами и их обслуживания, от квалификации рабочих и их отношения к основным фондам.

Физический износ происходит неравномерно даже по одинаковым элементам основных фондов. Различают *полный* и *частичный* износ основных фондов. При полном износе действующие фонды ликвидируются и заменяются новыми (капитальное строительство или текущая замена изношенных основных фондов). Частичный износ возмещается путем *ремонта.*

Физический износ основных фондов может быть исчислен отношением фактического срока службы к нормативному, умноженному на 100. Наиболее правильный метод — это обследование состояния объекта в натуре.

Моральный износ — это уменьшение стоимости машин и оборудования под влиянием сокращения общественно необходимых затрат на их воспроизводство (моральный износ первой формы) или уменьшение их стоимости в результате внедрения новых, более прогрессивных и экономически эффективных машин и оборудования (моральный износ второй формы). Под влиянием этих форм морального износа основные фонды становятся отсталыми по своим техническим характеристикам и экономической эффективности.

Моральный износ второй формы можно рассматривать как частичный и полный износ, а также как его скрытую форму.

При частичном моральном износе происходит частичная потеря потребительной стоимости и стоимости машины. Постепенно увеличивающиеся его размеры на отдельных операциях в конце концов достигают таких значений,

когда целесообразным становится использовать ее на других операциях, в иных условиях производства, где она будет еще достаточно эффективной.

Полный моральный износ означает полное обесценение машины, когда ее дальнейшая эксплуатация становится убыточной. Устаревшую машину либо разбирают на запасные части, либо списывают в металлолом.

Скрытая форма морального износа подразумевает угрозу обесценения машины вследствие того, что имеется задание на разработку новой, более производительной и экономичной техники.

В современных условиях все большее значение приобретает учет морального износа. Появление новых, более совершенных видов оборудования с повышенной производительностью, лучшими условиями обслуживания и эксплуатации часто делает экономически целесообразным замену старых основных фондов еще до их физического износа. Несвоевременная замена морально устаревшей техники приводит к тому, что на ней производится более дорогая и худшего качества продукция по сравнению с изготовляемой на более совершенных машинах и оборудовании. А это совершенно недопустимо в условиях рыночной конкуренции.

Основным источником покрытия затрат, связанных с обновлением фондов являются собственные средства предприятий. Они накапливаются в течение всего срока службы основных фондов в виде амортизационных отчислений.

Амортизация — это денежное возмещение износа основных фондов путем включения части их стоимости в затраты на выпуск продукции. Следовательно, амортизация есть денежное выражение физического и морального износа основных фондов.

Процесс амортизации означает перенесение по частям стоимости основных фондов в течение срока службы на производимую продукцию и последующее использование этой стоимости для возмещения потребленных основных фондов. Перенесенная стоимость основных фондов в составе продукции покидает сферу производства и поступает в сферу обращения. После реализации продукции часть денежной суммы, соответствующая перенесенной стоимости основных фондов, поступает в *амортизационный фонд,* в котором накапливается до величины, соответствующей первоначальной стоимости (за вычетом изношенных основных фондов). Амортизационный фонд используется для приобретения новых основных фондов взамен изношенных.

В хозяйственной практике для учета амортизации используются амортизационные отчисления и нормы амортизации. *Амортизационные отчисления* представляют собой денежное выражение перенесенной стоимости и включаются в себестоимость продукции по установленным нормам амортизации.

Норма амортизации — это установленный в процентах балансовой стоимости размер амортизации за определенный период времени по конкретному виду основных фондов.

Расчет нормы амортизации выполняется по следующей формуле:

где $Н_{ам}$ — годовая норма амортизации на реновацию, %;

$ОФ_{п}$ — первоначальная стоимость основных фондов, руб.;

$ОФ_{л}$ — ликвидационная стоимость основных фондов, руб.;

$Т_{а}$ — нормативный срок службы (амортизационный период) основных фондов, лет.

Уровень норм амортизации определяет объем ресурсов, необходимых для восстановления изношенной части основных фондов. С помощью норм амортизации регулируются скорость оборота основных фондов, интенсифицируется процесс их воспроизводства. Через нормы амортизации и их дифференциацию по группам основных фондов осуществляется техническая и производственная политика на предприятии.

Годовая сумма амортизационных отчислений ($А_{а}$) рассчитывается по формуле

$$Аа = Н_{а}'0Ф_{С}р_{ГОД}, \text{ где } ОФ,_{Р\ Г(,;[} —$$

среднегодовая стоимость основных фондов, руб.

Сумма амортизационных отчислений определяется тремя методами: равномерной, ускоренной и неравномерной амортизации. Приведем пример расчета амортизационных отчислений равномерным методом.

Вид основных фондов	*Среднебалансовая стоимость, млн руб.*	*Годовая норма амортизационных отчислений, %*	*Годовой размер амортизационных отчислений, млн руб. (гр.2* х *гр.3* х *0,9)*
I	*2*	3	4
Оборудование	50	I2	6
Здание	200	5	10
Транспорт	5	20	1,0
Итого			17,0

Метод равномерной амортизации ориентирован на равномерный физический и моральный износ основных фондов. Такое допущение вполне правомерно по отношению к физическому износу. Однако не так обстоит дело с моральным износом. Наука, техника, технология производства развиваются неравномерно. Моральный износ основных фондов в большинстве случаев происходит ускоренными, а не равномерными темпами, как это предусмотрено в нормах амортизации. Поэтому предприниматель должен иметь амортизационные отчисления, обеспечивающие ему возможность замены имеющихся основных фондов при возникновении ускоренного их морального износа. Решить эту проблему можно, используя *метод ускоренной амортизации* основных фондов, когда в первые три года применяются повышенные нормы, позволяющие перенести на себестоимость продукции порядка 2/3 их первоначальной стоимости. Оставшаяся после этого стоимость переносится по одинаковым (стабильным) нормам амортизации по каждому из оставшихся лет службы в пределах принятого амортизационного периода.

Ускоренная амортизация основных фондов представляет собой целевой метод более быстрого, сравнительно с нормативным сроком службы основных фондов, полного перенесения их балансовой стоимости на издержки производства. Применяется он к активной части основных производственных фондов в целях создания финансовых условий для ускорения внедрения в производство научно- технических достижений и повышения заинтересованности предприятий в более быстром обновлении и техническом развитии производства. Метод ускоренной амортизации не распространяется на машины, оборудование и транспортные средства с нормативным сроком службы до 3 лет.

Ускоренную амортизацию активной части основных фондов могут производить и малые предприятия. Кроме того, они могут в первый год эксплуатации списывать дополнительно как амортизационные отчисления до 50% первоначальной (балансовой) стоимости основных фондов со сроком службы свыше трех лет. Однако при пре

кращении деятельности малого предприятия до истечения одного года сумма дополнительно начисленной амортизации подлежит восстановлению за счет увеличения балансовой стоимости предприятия.

Получает распространение метод *неравномерной амортизации,* при котором большая часть стоимости оборудования включается в издержки производства в первые годы эксплуатации. Например, в первый год — 50, во второй — 30, в третий — 20%. Это позволяет предприятию в условиях инфляции быстрее окупить сделанные затраты и направить их на дальнейшее обновление парка оборудования.

7.4 Показатели использования основных производственных фондов

При данных техническом уровне и структуре основных производственных фондов увеличение выпуска продукции, снижение себестоимости и рост накоплений предприятий зависит от степени их использования.

Все показатели использования основных фондов могут быть объединены в три группы:

- показатели *экстенсивного* использования основных фондов, отражающие уровень использования их по времени;
- *интенсивного* использования основных фондов, отражающие уровень их использования по мощности (производительности);
- *интегрального* использования основных фондов, учитывающие совокупное влияние всех факторов — как экстенсивных, так и интенсивных.

Показатели экстенсивного использования. К ним относятся: коэффициент экстенсивного использования оборудования, коэффициент сменности работы оборудования, коэффициент загрузки оборудования, коэффициент сменного режима времени работы оборудования.

Коэффициент экстенсивного использования оборудования (К ,, ,) определяется отношением фактического количества часов работы оборудования к количеству часов его работы по плану

где 'обор,ф — фактическое время работы оборудования, ч; время работы
'обор, — оборудования по норме (устанавливается в соответствии с режимом
пл — работы предприятия и с учетом минимально необходимого времени для проведения планово-предупредительного ремонта), ч.

Пример. ЕСЛИ за смену, продолжительность которой 8 ч при планируемых затратах на проведение ремонтных работ 1 ч, фактическое время работы станка составило 5 ч, то коэффициент его экстенсивного использования будет равен 0,71, т.е. **[5/(8—1)].** Это означает, что плановый фонд времени работы станка использован лишь на 71%.

Экстенсивное использование оборудования характеризуется также *коэффициентом сменности* его работы, который определяется как отношение общего количества отработанных оборудованием данного вида в течение дня станкосмен к числу станков, работавших в наибольшую смену. Исчисленный таким образом коэффициент сменно - сти показывает, во скольких сменах в среднем ежегодно работает каждая единица оборудования. Упрощенный способ расчета коэффициента сменности таков: в цехе установлено 270 единиц оборудования, из которых в первую смену работало 200 станков, во вторую — 190. Коэффициент сменности составит 1,44, т.е. [(200+190)/270].

Предприятия должны стремиться к увеличению коэффициента сменности работы оборудования, что ведет к увеличению выпуска продукции при тех же наличных фондах.

Основные направления повышения сменности работы оборудования:

- повышение уровня специализации рабочих мест, что обеспечивает рост серийности производства и загрузку оборудования;
- повышение ритмичности работы;
- снижение простоев, связанных с недостатками в организации обслуживания рабочих мест, обеспечении станочников заготовками, инструментами;
- лучшая организация ремонтного дела, применение передовых методов организации ремонтных работ;
- механизация и автоматизация труда основных и особенно вспомогательных рабочих. Это позволит высвободить рабочую силу и перевести ее с тяжелых вспомогательных работ на основные работы во вторую и третью смены.

Коэффициент загрузки оборудования также характеризует использование оборудования во времени. Он устанавливается для всего парка машин, находящихся в основном производстве, и рассчитывается как отношение трудоемкое™ изготовления всех изделий на данном виде оборудования к фонду времени его работы. Таким образом, коэффициент загрузки оборудования в отличие от коэффициента сменности учитывает данные о трудоемкости изделий. На практике коэффициент загрузки обычно принимают равным величине коэффициента сменности, уменьшенной в 2 раза (при двухсменном режиме работы) или в 3 раза (при трехсменном режиме). В нашем примере

На основе показателя сменности работы оборудования рассчитывается и *коэффициент использования сменногорежима временира - боты оборудования*. Он определяется делением достигнутого в данном периоде коэффициента сменности работы оборудования на установленную на данном предприятии (цехе) продолжительность смены. Если продолжительность смены на предприятии 8 ч, то данный показатель составит 0,18, т.е. (Л^.р = 1,44 : 8 = 0,18).

Однако процесс использования оборудования имеет и другую сторону. Помимо его внутрисменных и целодневных простоев важно знать, насколько эффективно используется оборудование в часы его фактической загрузки. Оборудование может быть загружено полностью, может работать на холостом ходу и в это время вообще не производить продукции, а может, работая, выпускать некачественную продукцию. Во всех этих случаях, рассчитьгеая показатель экстенсивного использования оборудования, формально мы получим высокие результаты. Однако, как видно из приведенных примеров, они еще не позволяют сделать вывод об эффективном использовании основных фондов.

Показатели интенсивного использования. Полученные результаты должны быть дополнены расчетами второй группы показателей — интенсивного использования основных фондов, отражающих уровень их использования по мощности (производительности). Важнейшим из них является коэффициент интенсивного использования оборудования.

Коэффициент интенсивного использования оборудования определяется отношением фактической производительности основного технологического оборудования к его нормативной производительности, т.е. прогрессивной технически обоснованной производительности. Для расчета этого показателя используют формулу

где Щ - фактическая выработка оборудованием продукции в единицу времени;

В» - технически обоснованная выработка оборудованием продукции в единицу времени (определяется на основе паспортных данных оборудования).

Пример. В течение смены станок фактически проработал 5 ч. Вычисляя теперь коэффициент интенсивного использования оборудования, мы абстрагируемся от 3 ч простоев станка и анализируем эф- фективность'его эксплуатации в течение 5 ч работы. Предположим, что по паспортным данным выработка станка составляет 100 единиц продукции в час, фактически же за 5 ч работы она составила 80 еда-

ниц продукции в час. Тогда $А_{Mi}$= 80/100 = 0,8. Это означает, что по мощности оборудование использовалось лишь на 80%.

Показатели интегрального использования. К ним относятся коэффициент интегрального использования оборудования, коэффициент использования производственной мощности, фондоотдача и фондоемкость продукции.

Коэффициент интегрального использования оборудования определяется как произведение коэффициентов интенсивного и экстенсивного использования оборудования и комплексно характеризует эксплуатацию его по времени и производительности (мощности). В нашем примере $АГ_{ЭКСТ}$ = 0,7, $К_{)НГ}$= 0,8, следовательно, коэффициент интегрального использования оборудования будет равен

Значение этого показателя всегда ниже значений двух предыдущих, так как он учитывает одновременно недостатки и экстенсивного, и интенсивного использования оборудования. С учетом этих двух факторов станок используется лишь на 56%.

Результатом лучшего использования основных фондов является прежде всего увеличение объема производства. Поэтому обобщающий показатель эффективности основных фондов должен строиться на принципе соизмерения произведенной продукции со всей совокупностью примененных при ее производстве основных фондов. Это и будет показатель выпуска продукции, приходящийся на 1 рубль стоимости основных фондов, — *фондоотдача.* Для расчета фондоотдачи используется формула

ЭЛ

$^{r}Ф_{0}$!ш фондоотдача, руб. на руб.;

ВП — годовой объем выпуска товарной (валовой) продукции, руб.;

ОФ^р.юд ~~ среднегодовая стоимость основных фондов, руб.

Фондоотдача — важнейший обобщающий показатель использования фондов. Значение этого показателя свидетельствует о том, насколько эффективно используются производственные здания, сооружения, силовые и рабочие машины и оборудование и т.д., т.е. все без исключения группы основных фондов. Повышение фондоотдачи — важнейшая задача предприятий. В условиях научно-технического прогресса значительное увеличение фондоотдачи осложнено быстрой сменой оборудования, нуждающегося в освоении, а также увеличением капитальных вложений, направляемых на улучшение условий труда, охрану природы и т.п. Факторы, повышающие фондоотдачу, показаны на рис. 7.1.

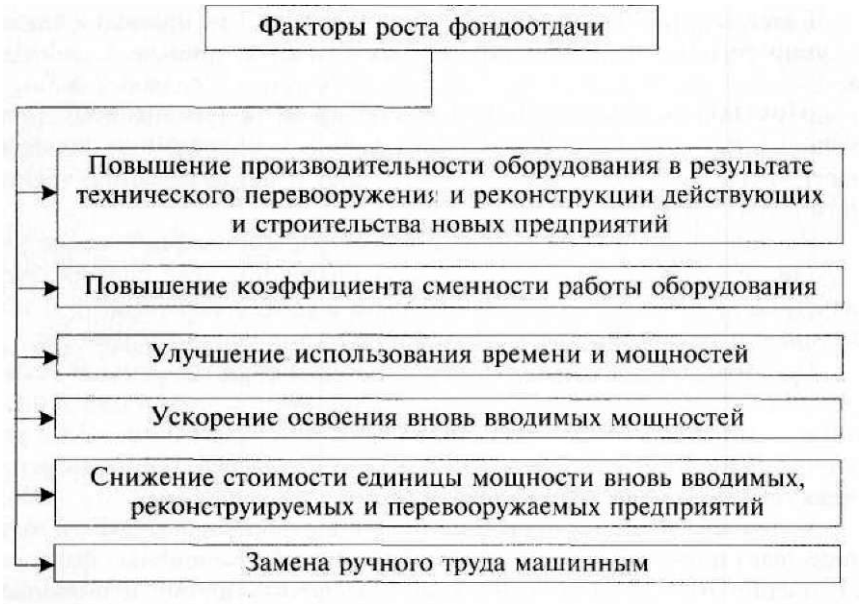


Рис. 7.1. Факторы роста фондоотдачи

Фондоемкость продукции — величина, обратная фондоотдаче. Она показывает долю стоимости основных фондов, приходящуюся на каждый рубль выпускаемой продукции. Если фондоотдача должна иметь тенденцию к увеличению, то фондоемкость — к снижению.

Пример. При объеме товарной продукции в 1236 руб. и среднегодовой стоимости основных фондов в 934 руб. фондоотдача составит 1,32 руб. на руб. (1236 руб. : 934 руб.), а фондоемкость — 0,755 руб. на руб. (934 руб. : 1236 руб.).

7.5 Улучшение использования основных производственных фондов

Трудно переоценить народно-хозяйственное значение эффективного использования основных фондов. Решение этой задачи означает увеличение производства необходимой обществу продукции, повышение отдачи созданного производственного потенциала и более полное удовлетворение потребностей населения, улучшение баланса оборудования в стране,

снижение себестоимости продукции, рост рентабельности производства, накоплений предприятия.

Более полное использование основных фондов приводит также к уменьшению потребностей в вводе новых производственных мощностей при изменении объема производства, а следовательно, к лучшему использованию прибыли предприятия (увеличению доли отчислений от прибыли в фонд потребления, направлению большей части фонда накопления на механизацию и автоматизацию техно - логических процессов и т.п.).

Улучшение использования основных фондов означает также ускорение их оборачиваемости, что в значительной мере способствует решению проблемы сокращения разрыва в сроках физического и морального износа, ускорения темпов обновления основных фондов.

Наконец, эффективное использование основных фондов тесно связано и с другой ключевой задачей современного периода экономики — с повышением качества выпускаемой продукции, ибо в условиях рыночной конкуренции быстрее реализуется и пользуется спросом высококачественная продукция.

Успешное функционирование основных фондов зависит от того, насколько полно реализуются экстенсивные и интенсивные факторы улучшения их использования. *Экстенсивное* улучшение использования фондов предполагает, что, с одной стороны, будет увеличено время работы действующего оборудования в календарный период, а с другой — повышен удельный вес действующего оборудования в составе всего оборудования, имеющегося на предприятии.

К важнейшим направлениям увеличения времени работы оборудования относятся:

- ♦ сокращение и ликвидация внутрисменных простоев оборудования путем повышения качества ремонтного обслуживания оборудования, своевременного обеспечения основного производства рабочей силой, сырьем, топливом, полуфабрикатами;
- ♦ сокращение целодневных простоев оборудования, повышение коэффициента сменности его работы.

Важным путем повышения эффективности использования основных фондов служит уменьшение количества излишнего оборудования и быстрое вовлечение в производство неустановленного оборудования. Омертвление большого количества средств труда снижает возможности прироста производства, ведет к прямым потерям овеществленного труда вследствие их физического износа, ибо после длительного хранения оборудование часто приходит в негодность. Другое же оборудование при хорошем физическом состоянии оказывается морально устаревшим и списывается с физически изношенным.

Хотя экстенсивный путь улучшения использования основных фондов использован пока не полностью, он имеет свой предел. *Интенсивное* улучшение использования основных фондов предполагает повышение степени загрузки оборудования в единицу времени. Повышение интенсивной загрузки оборудования

может быть достигнуто при модернизации действующих машин и механизмов, установлении оптимального режима их работы. Работа при оптимальном режиме технологического процесса обеспечивает увеличение выпуска продукции без изменения состава основных фондов, без роста численности работающих и при снижении расхода материальных ресурсов на единицу продукции.

Интенсивность использования основных фондов повышается также путем технического совершенствования орудий труда и совершенствования технологии производства; ликвидации «узких мест» в производственном процессе; сокращения сроков достижения проектной производительности техники; совершенствования научной организации труда, производства и управления; использования скоростных методов; повышения квалификации и профессионального мастерства рабочих.

Развитие техники и связанная с этим интенсификация процессов не ограничены. Поэтому не ограничены и возможности интенсивного повышения использования основных фондов.

Существенное направление повышения эффективности использования основных фондов — совершенствование их структуры. Поскольку увеличение выпуска продукции достигается только в ведущих цехах, важно повышать их долю в общей стоимости основных фондов. Увеличение основных фондов вспомогательного производства ведет к росту фондоемкости продукции, так как непосредственного увеличения выпуска при этом не происходит. Но без пропорционального развития вспомогательного производства основные цехи не могут функционировать с полной отдачей. Поэтому установление оптимальной производственной структуры основных фондов на предприятии — важнейшее направление улучшения их использования.

В комплексе мер, способствующих улучшению использования основных фондов, существенное значение имеет правильное применение экономических рычагов и стимулов. На это же направлены совершенствование оперативного планирования, автоматизированный учет работы и всесторонний анализ использования средств труда. Повышению фондоотдачи способствует повышение квалификации работников, а также материальное и моральное поощрение работающих за бережное и эффективное использование техники.

Выводы

1. Основные фонды являются материально-технической базой производства. От их объема зависят производственная мощность, уровень технической вооруженности и производительности труда.

2. Основные производственные фонды, состоящие из зданий, сооружений, машин, оборудования и других средств труда, участвуют в процессе производства длительное время, сохраняют при этом свою натуральную форму, а их стоимость переносится на изготовляемый продукт постепенно, по частям.

3. В процессе эксплуатации основные фонды подвергаются физическому и моральному износу, что оборачивается для предприятия значительными потерями.

4. Основным источником воспроизводства основных фондов являются организационные отчисления, которые зависят от стоимости основных фондов, нормативного срока их службы и нормы амортизации.

5. Уровень эффективности использования основных фондов определяется системой экстенсивных и интенсивных показателей. Обобщающими показателями ш ужат фондоотдача и фондоемкость продукции.

6. Улучшить эти показатели можно за счет научно-технического прогресса, совершенствования структуры основных фондов, сокращения возможных простоев оборудования, совершенствования организации производства и труда.

Вопросы для самоконтроля

1. Каково экономическое содержание основных производственных фондов?
2. Назовите виды оценок основных фондов?
3. В чем отличие физического износа фондов от морального?
4. Каковы сущность и назначение амортизации?
5. Какими показателями определяется эффективность использования основных фондов?
6. Как повысить степень использования основных фондов предприятия?

Глава 8 Оборотные фонды (материальные ресурсы) предприятия

8.1 Оборотные фонды и оборотные средства: состав и структура

Имуществом предприятия являются также оборотные средства — активы, которые представляют собой совокупность оборотных фондов и фондов обращения в стоимостной форме. Это денежные средства, необходимые предприятиям для создания производственных запасов на складах и в производстве, для расчетов с поставщиками, бюджетом, для выплаты заработной платы и т.п. На начало 2003 г. материальные оборотные средства составили 2459 млрд руб. (на начало 2002 г. — 2117 млрд руб).

Под *составом оборотных средств* понимают совокупность элементов, образующих оборотные средства. Деление оборотных средств на оборотные производственные фонды и фонды обращения определяется особенностями их использования и распределения в сферах производства продукции и ее реализации.

Для обеспечения бесперебойного процесса производства наряду с основными производственными фондами необходимы предметы труда, материальные ресурсы. Предметы труда вместе со средствами труда участвуют в создании продукта труда, его потребительной стоимости и образовании стоимости. Оборот вещественных элементов оборотных производственных фондов (предметов труда) органически связан с процессом труда и основными производственными фондами.

Понятия «сущность», «назначение» и «состав оборотных фондов и оборотных средств предприятия» не тождественны. Оборотные фонды — обязательный элемент процесса производства, основная часть себестоимости продукции. Чем меньше расход сырья, материалов, топлива и энергии на единицу продукции, тем экономнее расходуется труд, затрачиваемый на их добычу и производство, тем дешевле продукт. Наличие у предприятия достаточных оборотных средств создает необходимую предпосылку для его нормального функционирования в условиях рыночной экономики.

Главное, что необходимо усвоить, — *что* дает предприятию эффективное использование оборотных фондов и оборотных средств и *какие* мероприятия могут способствовать снижению материалоемкости продукции и ускорению оборачиваемости оборотных средств. **К *оборотным производственным фондам*** промышленных предприятий **и** организаций относится *часть средств производства* (производственных фондов), *вещественные элементы которых в процессе труда расходуются в каждом производственном цикле, и их стоимость переносится на продукт труда целиком **и** сразу.*

Вещественные элементы оборотных фондов **в** процессе труда претерпевают изменения своей натуральной формы **и** физико-химических свойств. Они теряют свою потребительную стоимость по мере их производственного потребления. Новая **потребительная** стоимость возникает в виде **выработанной** из них продукции, к ним относятся также те средства труда, срок службы которых **меньше** одного года.

Оборотные производственные фонды предприятий состоят из трех частей:

- производственных запасов;
- незавершенного производства и полуфабрикатов собственного изготовления;
- расходов будущих периодов.

Производственные запасы — это предметы труда, подготовленные для запуска в производственный процесс; состоят они **из** сырья, основных и вспомогательных материалов, топлива, горючего, покупных полуфабрикатов и комплектующих изделий, тары и тарных материалов, запасных частей для ремонта основных фондов.

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 производством в одних цехах предприятия и подлежащие дальнейшей обработке в других цехах того же предприятия.

Расходы будущих периодов — это невещественные элементы оборотных **фондов,** включающие затраты на подготовку и освоение новой продукции, которые производятся в данном периоде **(квартал,** год), но относятся на продукцию будущего периода (например, затраты на конструирование и разработку технологии новых видов изделий, на перестановку оборудования и др.)

Оборотные производственные фонды в своем движении также связаны с *фондами обращения,* обслуживающими сферу обращения. Фонды обращения включают готовую продукцию на складах, товары в пути, денежные средства и средства в расчетах с потребителями продукции, в частности дебиторскую задолженность.

Состав и структура ***оборотных средств*** организации показаны на рис. 8.1.



Рис. ***8.1. Состав и структура оборотньх средств предприятия***

Соотношение между отдельными элементами оборотных средств, выраженное в процентах, называется *структурой оборотных средств.* Различие в структурах оборотных средств предприятий обусловливается многими факторами, в частности особенностями организации производственного процесса, условиями снабжения и сбыта, местонахождением поставщиков и потребителей, экономией материальных ресурсов. Для этого необходимо обеспечить строгое соблюдение правил хранения и перевозки продукции, рационально подготовить топливо, сырье, материалы к дальнейшей переработке в процессе производства, усилить внимание трудовых коллективов к вопросам качества работы и выпускаемых изделий, структурой затрат на производство.

Наибольшую часть оборотных средств промышленных предприятий составляют *товарно-материальные ценности.* Их удельный вес — 75—87%.

Структура оборотных средств в товарно-материальных ценностях по разным предприятиям различна. Наиболее высокий удельный вес производственных запасов — на предприятиях легкой промышленности (преобладают сырье и полуфабрикаты — 70%). Высока доля расходов будущих периодов в химической промышленности — 9%. В машиностроении по сравнению с промышленностью в целом доля производственных запасов ниже, а незавершенного производства и полуфабрикатов собственного изготовления — выше. Это обусловлено тем, что **в** машиностроении производственный цикл более длительный, чем **в** среднем по промышленности. По этой же причине на предприятиях тяжелого, энергетического и транспортного машиностроения доля завершенного производства значительно выше, чем в автомобильной и тракторной промышленности.

Суммы оборотных средств в производственных запасах сырья и материалов на различных предприятиях также различны, что **обусловлено** технико-экономическими особенностями выпускаемой ими продукции.

Общим в структуре оборотных средств различных предприятий и организаций является преобладание средств, размещенных в сфере производства. На их долю приходится более 70% всех оборотных средств. Поэтому рассмотрим структуру оборотных фондов подробнее (рис. 8.2).

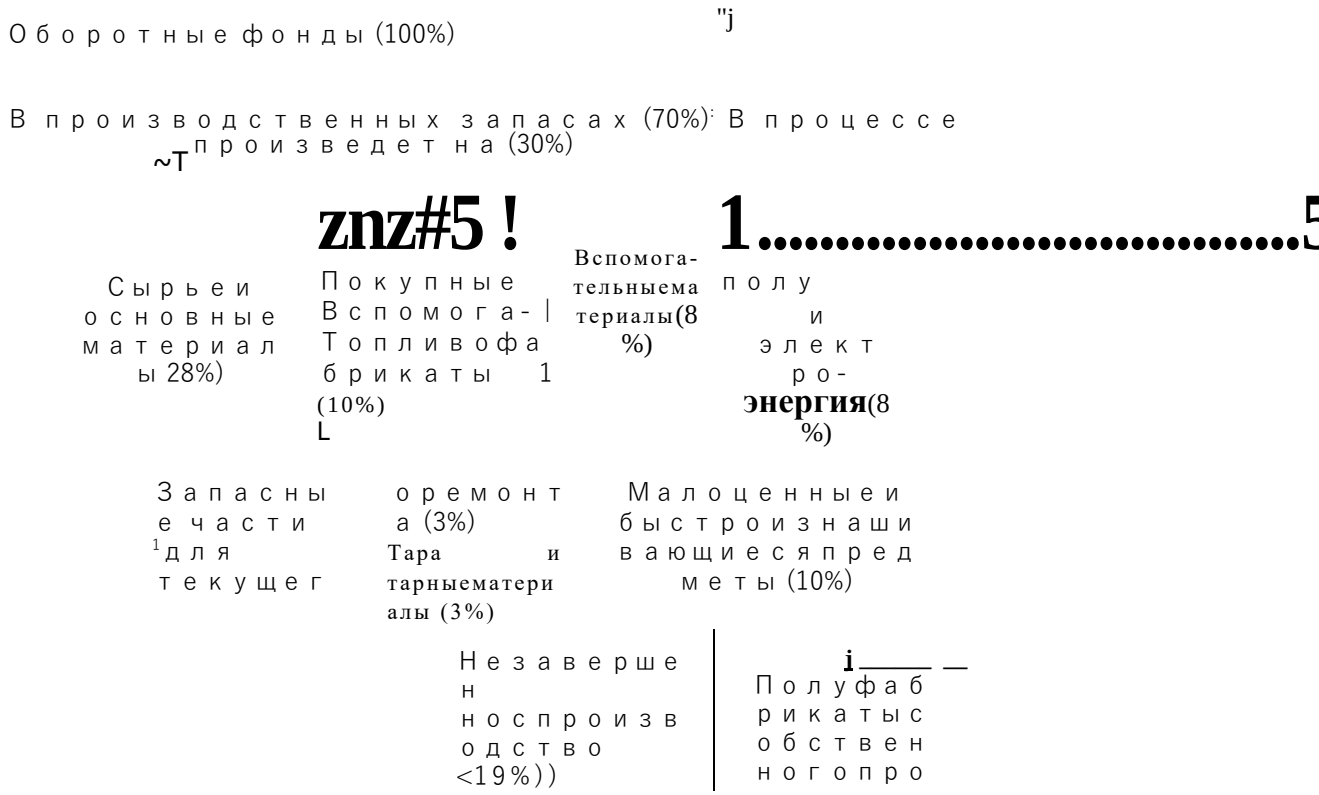




Рис. 8.2. Структура оборотных фондов

По источникам формирования оборотные средства делятся на собственные и заемные.

Собственные оборотные средства — это средства, постоянно находящиеся в распоряжении предприятия и формируемые за счет собственных ресурсов (прибыль и др.). В процессе движения собственные оборотные средства могут замещаться средствами, являющимися по сути частью собственных, например авансированными на оплату труда, но временно свободными (в связи с едино- временностью выплаты по заработной плате) и другими. Эти средства называются приравненными к собственным или устойчивыми пассивами.

Заемные оборотные средства — кредиты банка, кредиторская задолженность (коммерческий кредит) и прочие пассивы.

8.2 Рациональное использование оборотных фондов

Эффективная работа предприятия — это достижение максимальных результатов при минимальных затратах. Минимизация затрат достигается в первую очередь оптимизацией структуры источников формирования оборотных средств, т.е. разумным сочетанием собственных, кредитных и заемных ресурсов.

На структуру оборотных фондов влияет ряд факторов: характер производимой продукции, особенности материально-технического обеспечения, прогрессивность норм расхода, нормативов запасов и незавершенного производства, длительность цикла изготовления продукции и др.

Одна из главных задач предприятия в современных условиях — интенсификация производства при неуклонном соблюдении принципа ресурсосбережения.

В общей системе мероприятий по обеспечению режима экономии основное место занимает *экономия предметов труда,* под которой принято понимать уменьшение затрат сырья, материалов, топлива на единицу продукции, разумеется, без какого бы то ни было ущерба для качества, надежности и долговечности изделия.

Экономическое значение рационального использования оборотных фондов выражается в следующем.

- Снижение удельных расходов сырья, материалов, топлива обеспечивает производству большие экономические выгоды. Оно прежде всего дает возможность из данного количества материальных ресурсов выработать больше готовой продукции и выступает поэтому как одна из серьезных предпосылок увеличения масштабов производства.

- Экономия материальных ресурсов, внедрение в производство новых, более экономичных материалов способствуют установлению в процессе воспроизводства более прогрессивных пропорций между отдельными отраслями, достижению более совершенной отраслевой структуры промышленного производства.
- Стремление к экономии материальных ресурсов побуждает к внедрению новой техники и совершенствованию технологических процессов.
- Экономия в потреблении материальных ресурсов способствует улучшению использования производственных мощностей и повышению общественной производительности труда. Уже само по себе уменьшение удельных затрат прошлого, овеществленного труда означает рост производительности общественного труда. Но дело не только в этом — экономия материальных ресурсов влечет за собой экономию затрат также и живого труда: сокращается относительный расход рабочей силы на транспортировку материалов, их отгрузку и выгрузку, на их хранение.
- Экономия **материальных** ресурсов в огромной мере способствует снижению себестоимости промышленной продукции. Уже в настоящее время на долю материальных затрат приходится 3/4 всех издержек производства. В дальнейшем, с ростом технического уровня производства, доля овеществленного труда в общих **затратах** по производству продукции будет продолжать повышаться, и, следовательно, улучшение использования предметов труда и средств труда будет являться основным направлением экономии общественных издержек производства.
- Существенно влияя на снижение себестоимости продукции, экономия материальных ресурсов оказывает положительное воздействие и на финансовое состояние предприятия.

Таким образом, значение экономической эффективности улучшения использования и экономии оборотных фондов весьма велико, поскольку они оказывают положительное воздействие на все стороны производственной и хозяйственной деятельности предприятия.

Улучшение использования оборотных фондов — одна из важнейших задач предприятия. Чем лучше используется сырье, топливо, основные и вспомогательные материалы, тем меньше их расходуется для выработки определенного количества продукции, тем самым создается возможность увеличить объем производства продукции.

8.3 Показатели использования оборотных фондов

Различают показатели расхода материальных ресурсов и показатели уровня полезного использования материальных ресурсов.

Расход материальных ресурсов представляет собой их производственное потребление. Расход на производство охватывает все количество материальных ресурсов, затраченных непосредственно на выпуск продукции. Материальные ресурсы расходуются также на ремонтные нужды, обслуживание внутризаводского транспорта, обеспечение подсобного хозяйства, культурно-бытовые нужды. Потребление материальных ресурсов характеризуется общим и удельным их расходом.

Общий расход материальныхресурсов — это потребление отдельных видов или вместе взятых материальных ресурсов на выполнение всей производственной программы. Общий расход отдельных видов материальных ресурсов учитывается в натуральном и стоимостном выражении; суммарный расход различных видов материальных ресурсов — в стоимостном выражении.

Материалоемкость (М) оценивает фактический расход материальных ресурсов на единицу продукции (или единицу потребительского свойства) в натуральном или стоимостном ее измерении. Этот показатель непосредственно взаимосвязан с показателями, характеризующими расход отдельных видов материальных ресурсов (металлоемкость, энергоемкость, топливоемкость), измеряемыми в натуральном, натурально-стоимостном и стоимостном выражении.

Материалоемкость продукции может быть измерена различными показателями:

1) удельным расходом материальных ресурсов на физическую единицу произведенной продукции *(удельная материалоемкость).*

Удельным расходом (m) конкретного вида ресурсов называется их средний расход на единицу произведенной годной продукции. Его определяют как отношение всего количества материальных ресурсов в натуральном выражении конкретного вида, израсходованных на производство данной продукции в отчетном периоде (Q), к числу годных

$$m = \frac{Q}{N};$$

2) расходом нескольких видов материальных ресурсов в стоимостном выражении на физическую единицу производимой продукции (руб. на 1 т, на 1 $м^3$, 1 $м^2$ и т.д.):

единиц этой продукции (Л):

где Ц — цена на материальные ресурсы;

n — число видов используемых материалов.

Эти формулы используются для исчисления материалоемкости простых видов продукции.

Для сложных видов продукции (например, продукции машиностроения) чаше используется такой показатель материалоемкости, как расход конкретных материальных ресурсов на единицу основного потребительского свойства — относительная материалоемкость. Так, материалоемкость электромотора исчисляется в затратах материалов на 1 кВт мощности; для трактора характеристикой материалоемкости служит оценка материальных затрат на 1 л.с. мощности трактора.

Для продукции таких предприятий машиностроения, где ни физический объем продукции, ни объем потребительского свойства невозможно выразить в одних единицах измерения (химическое, текстильное машиностроение и др.), а также для продукции машиностроения в целом уровень материалоемкости может быть охарактеризован расходом конкретного вида материальных ресурсов в физических единицах на 1 руб. валовой, реализованной или чистой продукции в сопоставимых ценах.

Для разработки производственной программы и анализа работы предприятий, организаций **в** каждой отрасли промышленности применяются различные показатели **уровня полезного использования материальных ресурсов,** наиболее полно отражающие условия использования в производстве материальных ресурсов и охватывающие все стадии их производственного потребления.

На предприятиях, осуществляющих первичную переработку сырья, применяются такие показатели;

- ♦ содержание полезного вещества **в** исходном сырье (железа в руде, сахара в свекле и т.п.);
- ♦ степень использования полезного вещества, содержащегося в исходном сырье, и процент потерь, возникающих в процессе переработки сырья;
- ♦ конечный выход годной продукции, рассчитываемый делением объема годного продукта **на** объем исходного сырья и исчисляемый в процентах (результат следует умножить на 100).

Показатель «выход годной продукции» служит для оценки его предельного значения. Так, выход меди из руды составил 20%, но это не означает, что плановый выход 100%. Плановым выходом меди могут быть 23%, что будет отражать фактическое содержание меди в руде.

На предприятиях черной металлургии использование железа в доменном и сталеплавильном производстве рассчитывается балансовым методом. В. приходной части баланса железа по доменному производству показываются элементы и расходы сырья (руда различная, лом, стружка). В расходной части баланса определяются виды и размеры полученной продукции, потерь и отходов (чугун различный, шлак, угар и т.п.). Так же рассчитываются балансы железа по сталеплавильному производству и балансы металла по прокатному производству. Эти балансы позволяют определить *расходные коэффициенты,* представляющие собой веса затраченных материалов на 1 т годной продукции.

На машиностроительных предприятиях применяются свои показатели определения уровня использования основного элемента оборотных фондов — металла.

На стадии конструирования машин и механизмов исчисляется показатель *относительная металлоемкость машины* (относительный вес машины) $О_м$:

ГДе — чистый вес, равный суммарному весу металлических деталей и частей машины, т, кг;

$Ч_{ви}$ К,.., — количество единиц основной эксплуатационной характеристики машины (мощность трактора — л.с; грузоподъемность автомобиля — т).

Наиболее широко применяется в машиностроении *коэффициент использования металла:*

$$K_{им} = \frac{\sum_{i=1}^{n} Ч_{вм} V_i}{ВР_м},$$

— чистый вес металла в единице продукции, т, кг;

— объем выпуска продукции по каждому наименованию номенклатуры;

— валовой расход данного вида металла, затраченного на выпуск продукции;

— количество разных видов изделий, составляющих номенклатуру выпуска.

где $Ч_{вм}$

к-

/ = 1, 2, 3, п

Другим показателем полезного использования металлов является *уровень отходов.* Он непосредственно связан **с** коэффициентом полезного использования: чем ниже уровень отходов, тем выше коэффициент полезного использования металла. Поэтому факторы сокращения отходов металла и **повышения коэффициента** его использования **одни** и тс же.

В металлообработке уровень отходов исчисляется как отношение количества отходов, образовавшихся г, процессе холодной обработки металла, к количеству потребляемого металла. Результат показывает, какая доля всего потребляемого металла **пошла** в отходы, %:

где $У_{1т}$ —уровень отходов, %;

(?||Гин **— количество** потребленного **металла,** кг,

<J,... — количество **отходов.**

На предприятиях химической промышленности, а также в производствах, применяющих химические методы обработки материалов, во многих случаях отсутствует понятие чистого веса изделия. Из-за особенности химической технологии часто ни один из исходных видов сырья не входит в **готовый** продую в своем **первоначальном** виде. Поэтому расход **материалов** на химический процесс или на единицу производимой продукции **устанавливается** в соответствии с утвержденной технологией (или рецептурой) и называется *теоретическим.* В теоретический расход материалов не включаются отходы и безвозвратные потери.

Показателем использования материалов на химических предприятиях служит *отношение теоретического расхода материалов к фактическому расходу* ***потребленных*** *материалов (определенного вида)* на выработку единицы конкретной химической продукции или на химический процесс. Фактический расход больше теоретического на количество потерь, **возникающих** в химических процессах. Чем меньше разрыв (в сторону превышения) между фактическим и теоретическим расходом материалов, тем этот показатель прогрессивнее.

8.4 Экономия материальных ресурсов

Различают **источники** и пути экономии материальных ресурсов. *Источники экономии* показывают, за счет чего может быть достигнута экономия, ***пути*** (или *направления) жономии* - каким образом, при помощи каких мероприятий может быть **достигнута** экономия.

На каждом предприятии, в организации *имеются резервы экономии материальных ресурсов.* Под резервами следует понимать возникающие или возникшие, но еще не использованные (полностью или частично) возможности улучшения использования материальных ресурсов.

С точки зрения сферы возникновения и использования резервов экономии материальных ресурсов они могут быть подразделены на три группы:

общеэкономические, межотраслевые и внутрипроизводственные (цеховые, заводские, отраслевые).

К *общеэкономическим* относятся резервы, которые имеют важное значение для экономики в целом и всех ее отраслей, так как обеспечивают установление прогрессивных пропорций в отраслевой структуре промышленности.

Межотраслевые резервы — такие, мобилизация которых зависит от установления рациональных производственно-экономических связей между ведущими отраслями промышленности (черной металлургии, машиностроения, химической промышленности). Эти резервы обусловлены особенностями развития отдельных отраслей промышленности и экономических районов. Важнейшие из них имеют общеэкономическое значение. Вместе с тем масштабы их практической мобилизации более ограничены и распространяются большей частью на взаимосвязанные отрасли промышленности или крупные промышленные комплексы.

К межотраслевым резервам относятся: внедрение новых эффективных способов и систем разработки месторождений полезных ископаемых, прогрессивных технологических процессов их добычи, обогащения и переработки в целях повышения степени извлечения полезных ископаемых из недр, обеспечение более полной и комплексной переработки минерального сырья; развитие специализации, кооперирования и комбинирования в промышленности; создание и развитие предприятий и фирм различных форм собственности; повышение качества исходного сырья и конструкционных материалов в отраслях-производителях в целях выполнения задач по экономии материальных ресурсов в народном хозяйстве и в отраслях-потребителях; ускоренное развитие производства наиболее эффективных видов сырья и материалов.

К *внутрипроизводственным* резервам относятся возможности улучшения использования материальных ресурсов, непосредственно связанные с совершенствованием техники, технологии и организации процессов производства, освоением более совершенных типов и моделей изделий, повышением качества продукции.

Во всех отраслях народного хозяйства движущей силой развития производительных сил общества является ускорение научно- технического прогресса. Все в большей мере происходит интенсивный процесс органического соединения науки с производством, создающего широкие возможности для систематического снижения материалоемкости продукции.

В зависимости от характера мероприятий основные направления реализации резервов экономии ресурсов подразделяются на производственно-технические и организационно-экономические.

К *производственно-техническим* направлениям относятся мероприятия, связанные с качественной подготовкой сырья к его производственному потреблению, совершенствованием конструкции машин, оборудования и изделий, применением более экономичных видов сырья, топлива, внедрением новой техники

и прогрессивной технологии, обеспечивающих максимально возможное уменьшение технологических отходов и потерь материальных ресурсов в процессе производства изделий с максимально возможным использованием вторичных материальных ресурсов.

На предприятиях, осуществляющих первичную обработку сырья, важнейшее мероприятие в борьбе за экономию сырья — качественная его подготовка к обработке. Способы подготовки сырья — обогащение углей для коксования или руды в черной и цветной металлургии, предварительная очистка и стандартизация шерсти и хлопка для текстильных предприятий или шкур для кожевенных, сушка и выдержка древесины для деревообрабатывающих предприятий. Обогащение руд и углей дает крупный экономический эффект, заключающийся в улучшении показателей использования основных агрегатов и экономии материалов. Например, повышение содержания железа в шихте на 1% увеличивает производительность печи на 2% и позволяет сэкономить около 20% кокса.

В снижении материалоемкости производства в основной отрасли народного хозяйства — машиностроении большую роль играет черная металлургия. Поэтому главным направлением дальнейшего развития черной металлургии должны стать коренное улучшение качества и увеличение выпуска эффективных видов металлопродукции.

На машиностроительных предприятиях все производственно- технические направления экономии материальных ресурсов можно подразделить на следующие мероприятия:

1) по ускорению научно-технического прогресса, сопровождаемые снижением относительной металлоемкости машин, механизмов, агрегатов. Известно, что одна из важнейших тенденций научно- технического прогресса в современном машиностроении — повышение мощности и производительности машин и оборудования, что непременно сопровождается сравнительным снижением их чистого и относительного веса, материалоемкости, улучшением отделки и внешнего вида, повышением их качества и снижением удельных эксплуатационных расходов, а главное, ростом производительности труда;

2) направленные на внедрение экономичных видов и профилей проката, использование которых обеспечивает экономию металла в пределах 10—70%. Гнутые профили проката находят эффективное применение на многих предприятиях машиностроения;

3) выражающиеся в замене традиционных конструкционных материалов. В машиностроительном производстве происходит процесс замены черных металлов синтетическими материалами — пластическими массами, синтетическими смолами, цветными, легкими и редкими металлами. Важнейшая целевая задача замены черных металлов — снижение металлоемкости и трудоемкости продукции, повышение качества конечной продукции машиностроения.

Пластические массы находят эффективное применение в автомобилестроении, авиационной промышленности, электро- и радиотехнической промышленности, станкостроении, производстве антифрикционных деталей и др. Применение

пластмасс, имеющих значительно меньший физический удельный вес по сравнению с черными и цветными металлами, позволяет снизить относительный вес машин и оборудования и, следовательно, обеспечивает экономию металла. При изготовлении из пластмасс деталей, узлов и изделий количество технологических операций уменьшается по сравнению с обработкой металлов в 3—8 раз;

4) по дальнейшему повышению технического уровня производства в заготовительной базе машиностроения, внедрению автоматизированных комплексов оборудования, обеспечивающих получение высокоточных заготовок, а также значительное повышение производительности и улучшение условий труда в литейном, кузнечном и сварочном производствах.

На обрабатывающих предприятиях промышленности и производствах, где материал имеет форму листа (швейном, обувном производствах, машиностроении при использовании листового проката), экономия материалов достигается применением рациональных схем раскроя, обеспечивающих наиболее полное использование поверхности листа, ленты или полосы при нарезке требуемых заготовок. При решении этой задачи успешно применяются экономико- математические методы и вычислительная техника, благодаря которым определяются оптимальные схемы раскроя.

Важную роль играют использование местных видов сырья, топлива, вторичных сырьевых, материальных и топливных ресурсов, регенерация (восстановление) бывших в употреблении сырья, основных и вспомогательных материалов (смазочных, обтирочных), инструмента.

В условиях научно-технического прогресса большой экономический эффект дает *максимальное использование местных и вторичных видов сырья и материалов и тотивно-энергетических ресурсов, которые содержат ценное сырье.* Поэтому важное значение имеет строительство металлургических заводов небольшой мощности в местах образования лома черных металлов и потребления металлопродукции, что будет способствовать сокращению транспортных расходов. Это открывает широкие возможности для установления длительных прямых связей между предприятиями — производителями металла и его потребителями в целях поставок металла в оговоренные договорами сроки и соответствующего сортамента проката (в оптимальных партиях, обеспечивающих рациональную загрузку прокатных станов). Важную роль в этом процессе могут играть малые предприятия и организации.

К основным *организационно-экономическим направлениям экономии материальных ресурсов* относятся: комплексы мероприятий, связанных с повышением научного уровня нормирования и планирования материалоемкости продукции, разработкой и внедрением технически обоснованных норм и нормативов расхода материальных ресурсов; комплексы мероприятий, связанных с установлением прогрессивных пропорций, заключающихся в ускоренном развитии производства новых, наиболее эффективных видов сырья и материалов, топливно-энергетических ресурсов, совершенствовании топливного баланса страны.

Главное направление экономии материальных ресурсов на каждом предприятии, в организации — увеличение *выхода конечной продукции из одного и того же количества сырья и материалов на рабочих местах* (в бригадах, участках, цехах). Оно зависит от технического оснащения производства, уровня мастерства работников, умелой организации материально-технического обеспечения, норм расхода и запасов материальных ресурсов, обоснованности их уровня.

8.5 Нормирование оборотных средств. Ускорение оборачиваемости

Оборотные средства предприятия постоянно находятся в движении, совершая кругооборот. Из сферы обращения они переходят в сферу производства, а затем из сферы производства вновь в сферу обращения и т.д. Кругооборот денежных средств начинается с момента оплаты предприятием материальных ресурсов и других элементов, необходимых производству, и заканчивается возвратом этих

затрат в виде выручки от реализации продукции. Затем денежные средства вновь используются предприятием для приобретения материальных ресурсов и запуска их в производство.

Время, в течение которого оборотные средства совершают полный кругооборот, т.е. проходят период производства и период обращения, называется *периодом оборота оборотных средств.* Этот показатель характеризует среднюю скорость движения средств на предприятии. Он не совпадает с фактическим сроком производства и реализации определенных видов продукции.

Управление оборотными средствами состоит в обеспечении непрерывности процесса производства и реализации продукции с наименьшим размером оборотных средств. Это означает, что оборотные средства предприятия должны быть распределены по всем стадиям кругооборота в соответствующей форме и в минимальном, но достаточном объеме. Оборотные средства в каждый момент всегда одновременно находятся на всех трех стадиях кругооборота и выступают в виде денежных средств, материалов, незавершенного производства, готовых изделий.

В современных условиях правильное определение потребности в оборотных средствах имеет особое значение.

Процесс разработки экономически обоснованных размеров оборотных средств, необходимых для организации нормальной работы предприятия, *называетсянормированием оборотныхсредств.*

Запасы товарно-материальных ценностей предприятия рассчитываются в днях запаса в натуральном и денежном выражении.

Норматив оборотныхсредств представляет собой следующую сумму:

где $Н_{пр\ з}$ — норматив производственных запасов;

$Н_{нп}$ — норматив незавершенного производства;

$Н_{гп}$ — норматив запасов готовой продукции;

$Н_{рбп}$ — норматив расходов будущих периодов.

Эффективное использование оборотных средств характеризуют три основных показателя.

Коэффициент оборачиваемости определяется делением объема реализации продукции в оптовых ценах на средний остаток оборотных средств на предприятии:

$$К_0=Р_П/СО,$$

ще А',, — коэффициент оборачиваемости оборотных средств, обороты;

Р,, — объем реализованной продукции, руб.;

СО— средний остаток оборотных средств, руб.

Коэффициент оборачиваемости характеризует число кругооборотов, совершаемых оборотными средствами за определенный период (год,

 квартал). Увеличение числа оборотов ведет либо к росту выпуска продукции на 1 руб. оборотных средств, либо к тому, что на этот же объем продукции требуется затратить меньшую сумму оборотных средств.

Коэффициент загрузки оборотных средств, обратный коэффициенту оборачиваемости, характеризует сумму оборотных средств, затраченных на 1 руб. реализованной продукции:

где — коэффициент загрузки оборотных средств.

Длительность одного оборота в днях находится делением числа дней в периоде на коэффициент оборачиваемости K_o:

где Д — число дней в периоде (360, 90).

Чем меньше продолжительность оборота оборотных средств или больше число совершаемых ими кругооборотов при том же объеме реализованной продукции, тем меньше требуется оборотных средств, и чем быстрее оборотные средства совершают кругооборот, тем эффективнее они используются.

Пример. Объем реализованной продукции на предприятии в 2000 г. составил 600 000 тыс. руб., а в 2001 г. — 612 000 тыс. руб., средние годовые остатки оборотных средств соответственно 120 000 тыс. руб. и 110 500 тыс. руб; коэффициент оборачиваемости оборотных средств составил в 2000 г.: 600 000 / 120 000 = 5,0 и в 2001 г. - 5,54. Продолжительность одного оборота: 360 / 5 = 72 дня и 360 / 5,54 = 65 дней; коэффициент загрузки оборотных средств: 120 000 / 600 000 = 0,2 руб. и ПО 500/612 000 = 0,18 руб.

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. Так, в предыдущем примере абсолютное высвобождение оборотных средств на фирме в 2001 г. по сравнению с 2000 г. составит:

120 000 тыс. руб. - 110 500 тыс. руб. = 9500 тыс. руб.

Относительное высвобождение отражает изменение как оборотных средств, так и объема реализованной продукции. Чтобы его определить, 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.

Пример. Исходя из данных предыдущего примера, рассчитаем относительное высвобождение оборотных средств на предприятии. Средний остаток оборотных средств в 2000 г. составлял 120 000 тыс. руб., а в 2001 г. — 110 500 тыс. руб., продолжительность полного оборота соответственно 72 дня и 65 дней. Потребность в оборотных средствах в 2001 г. при оборачиваемости 2000 г. и объеме реализации 2000 г. будет равна (612 000 • 72) / 360 = 122 400 тыс. руб. Относительное высвобождение оборотных средств составит 11 900 тыс. руб. (122 400 - ПО 500).

Эффективное использование оборотных средств играет большую роль в обеспечении нормальной работы предприятия, в повышении уровня рентабельности производства. К сожалению, собственные финансовые ресурсы, которыми в настоящее время располагают многие предприятия, не могут в полной мере обеспечить процесс не только расширенного, но и простого воспроизводства.

Отсутствие на предприятиях необходимых финансовых ресурсов, низкий уровень платежной дисциплины привели к возникновению взаимных неплатежей.

Значительная часть предприятий не сумела быстро адаптироваться к рыночным отношениям, нерационально использует имеющиеся оборотные средства, не создает финансовые резервы. Немаловажно и то, что в условиях инфляции, нестабильности хозяйственного законодательства неплатежи вошли в сферу коммерческих интересов ряда предприятий, которые умышленно задерживают расчеты с поставщиками и тем самым реально уменьшают свои платежные обязательства из-за снижения покупательной стоимости рубля.

В современных условиях первоочередная задача предприятий *заключается в ускорении оборачиваемости оборотных средств.* Это достигается следующими путями:

- на стадии создания производственных запасов — внедрение экономически обоснованных норм запасов; приближение поставщиков сырья, полуфабрикатов, комплектующих изделий к потребителям; широкое использование прямых длительных связей; расширение складской системы материально-технического обеспечения, а также оптовой торговли материалами и оборудованием; комплексная механизация и автоматизация погрузочно-разгрузочных работ на складах;
- на стадии незавершенного производства — ускорение научно- технического прогресса (внедрение профессивной техники и технологии, особенно безотходной и малоотходной, роботизированных комплексов, роторных линий, химизация производства); развитие стандартизации, унификации, типизации; совершенствование форм организации промышленного производства, применение более дешевых конструкционных материалов; совершенствование системы экономического стимулирования экономного использования сырьевых и топливно-энергетических ресурсов; увеличение удельного веса продукции, пользующейся повышенным спросом;
- на стадии обращения — приближение потребителей продукции к ее изготовителям; совершенствование системы расчетов; увеличение объема реализованной продукции вследствие улучшения маркетинговой работы по прямым связям, досрочного выпуска продукции, изготовления продукции из сэкономленных материалов; тщательная и своевременная подборка отгружаемой продукции по партиям, ассортименту, транзитной норме, отгрузка в строгом соответствии с заключенными договорами.

Оптимальные условия ускоренной оборачиваемости оборотных средств имеют предприятия малого предпринимательства.

Выводы

1. Важной составной частью имущества предприятия являются оборотные средства, представляющие собой оборотные производственные фонды и фонды обращения в стоимостной форме.

2. Оборотные производственные фонды — обязательный элемент процесса производства. К ним относится часть средств производства (в основном предметы труда), вещественные элементы которых расходуются в каждом производственном цикле, а их стоимость переносится на себестоимость продукции целиком в этом цикле.

3. Эффективное использование оборотных фондов и фондов обращения способствует снижению материалоемкости продукции, ее себестоимости, ускорению оборачиваемости оборотных средств.

4. К оборотным производственным фондам относятся: производственные запасы, незавершенное производство и полуфабрикаты собственного изготовления, расходы будущих периодов.

5. Потребление материальных ресурсов характеризуется их общим и удельным расходом.

6. Резервы экономии материальных ресурсов могут быть объединены в три группы: общеэкономические, межотраслевые и внутрипроизводственные.

7. В состав фондов обращения входят готовая продукция на складе, отгруженная, но не оплаченная продукция, денежные средства и средства в расчетах.

8. Нормирование оборотных средств — это процесс разработки экономически обоснованных величин оборотных средств, необходимых для организации нормальной работы предприятия.

9. Эффективное использование оборотных средств характеризуется показателями их оборачиваемости: коэффициентом оборачиваемости, продолжительностью одного оборота в днях, коэффициентом загрузки.

Вопросы для самоконтроля

1. В чем сущность категорий «оборотные средства», «оборотные фонды» и «фонды обращения»?
2. Чем определяется деление оборотных фондов на оборотные производственные фонды и фонды обращения?
3. Какие элементы входят в состав оборотных производственных фондов?
4. Что представляет собой структура оборотных фондов и оборотных средств и какие факторы влияют на нее?
5. В чем выражается экономическое значение рационального использования оборотных средств?
6. Какие показатели характеризуют материалоемкость продукции?
7. Что следует понимать под резервами экономии материальных ресурсов и на какие группы они подразделяются?
8. Каковы основные направления экономии материальных ресурсов?
9. Что входит в состав фондов обращения?
10. Какими показателями характеризуется оборачиваемость оборотных средств?

11. Каковы основные пути ускорения оборачиваемости оборотных средств?

Глава _____

Трудовые ресурсы предприятия

9.1 Понятия «трудовые ресурсы» и «трудовой потенциал»

Трудовые ресурсы — главная производительная сила общества, включающая трудоспособную часть населения страны, которая обладает физическими и интеллектуальными возможностями для производства материальных благ и услуг. К трудовым ресурсам относятся граждане как занятые в экономике, так и не занятые, но способные трудиться.

Численность населения России представлена в табл. 9.1.

Таблица 9.1 ***Численность*** *населения* ***России*,*** *млн*

Годы	*Все население*	*В том числе*		*Численность*	
		городское население	*сельское население*	*мужчин*	*женщин*
1979	137,4	94,9	42,5	63,2	74,2
1989	147,0	108,0	39,0	68,7	78,3
2002	141,2	106,4	38,7	67,6	77,6

Необходимые для осуществления трудовой деятельности физические и интеллектуальные качества человека зависят от возраста, который выступает определенным критерием, позволяющим выделить из всего населения трудовые ресурсы.

В настоящее время в России в соответствии с трудовым законодательством нижней границей трудоспособного возраста считаются 16 лет, а верхней, определяемой правом на получение пенсии, — 54 года для женщин и 59 лет для мужчин. Для некоторых видов профессиональной деятельности, связанных с высокими психофизиологическими нагрузками на организм человека, пенсионная граница ниже на 5—10 лет. Это касается производств с неблагоприятными, тяжелыми и вредными условиями труда (например, добычей угля, выплавкой металла и др.). Во многих развитых странах верхняя граница трудоспособного возраста составляет 64 года. В России же

* Российский статистический ежегодник. — М: Госкомстат России, 2003.

повышение верхней границы ограничено невысокой средней продолжительностью жизни мужчин — до 59 лет. Однако многие из «льготных пенсионеров» продолжают трудиться на прежнем месте работы или на другой

работе и поэтому остаются в составе трудовых ресурсов. Неработающие пенсионеры исключаются из их состава.

На рис. 9.1 представлен состав трудовых ресурсов:



*Рис. 9.**1. Состав трудовыхресурсов***

С 1993 г. в статистике России осуществлен переход по рекомендации Международной организации труда (МОТ) на систему классификации населения. Согласно этой системе все население делится на экономически активное, в том числе занятые и безработные, и экономически неактивное.

Экономически активное население — это часть населения, которая обеспечивает предложение рабочей силы для производства товаров и услуг. Численность экономически активного населения включает занятых и безработных (табл. 9.2).

Таблица 9.2. Численностьэкономически активного населения, занятыхи безработных[1]

Категории населения	*1999*	*2000*	*2001*	*2002*
Экономически активное, всего	72 175	71 464	70 968	71 919
Мужчины	37 639	37 154	36 846	36 937
Женщины	34 537	34 310	34 122	34 982
Занятые в экономике, всего	63 082	64 465	64 664	65 766
Мужчины	32 838	33 374	33 435	33 615
Женщины	30 244	31 091	31 229	32 151

Российский статистический ежегодник. — М.: Госкомстат России, 2003.

Окончание табл. 9.2

Категории населения	***1999***	***2000***	***2001***	***2002***
Безработные, всего	9094	6999	6303	6153
Мужчины	4801	3781	3411	3322
Женщины	4293	3219	2893	2831
Безработные, зарегистрированные в органах государственной службы занятости, всего	1263	1037	1122	1309
Мужчины	383	322	359	412
Женщины	880	715	763	897

Занятые распределяются на две группы: I группа — работающие по найму (наемные работники). В эту группу входят лиица, которые заключили трудовой договор, обеспечивающий выплату заработной платы в соответствии с условиями договора; **II** группа — работающие не по найму. В эту группу входят: работодатели; лица, работающие на индивидуальной основе. Оплата труда этой группы работников зависит от прибыли, получаемой от производства товаров и услуг.

К безработным в соответствии со ст. 3 Закона «О занятости населения в РФ» относятся лица, которые: а) трудоспособны; б) не имеют работы и заработка (при этом в качестве заработка не учитываются выплаты выходного пособия и сохраняемого среднего заработка гражданам, уволенным из организаций в связи с их ликвидацией, сокращением численности или штата); в) зарегистрированы в органах занятости в целях поиска подходящей работы; г) ищут работу и д) готовы приступить к ней. Пять указанных признаков формируют понятие «безработный», и при отсутствии хотя бы одного из них признать гражданина безработным невозможно.

Экономически неактивное население — это население, которое не входит в состав экономически активного населения и включает следующие категории:

- ♦ лица, получающие пенсии по старости и на льготных условиях, а также получающие пенсии по случаю потери кормильца при достижении ими пенсионного возраста;
- ♦ лица, получающие пенсии по инвалидности (I,**II, III** группы);
- ♦ лица, занятые ведением домашнего хозяйства, уходом за детьми, больными родственниками и т.п.;
- ♦ лица, отчаявшиеся найти работу, т.е. прекратившие ее поиск;
- ♦ лица, у которых нет необходимости работать, независимо от источника дохода. Структура трудовых ресурсов включает различные компоненты и характеристики трудовых ресурсов (рис. 9.2).



Рис. 9.2. Структура трудовыхресурсов

Рассмотрим отдельные показатели структуры трудовых ресурсов.

Показатель трудовых ресурсов по *полу* имеет важное значение для формирования эффективной структуры занятости по сферам приложения труда в профессионально-отраслевом и территориальном разрезах и определяется путем выявления соотношений мужчин и женщин, занятых в общественном производстве, домашнем и личном хозяйстве, на учебе с отрывом от производства и т.д. Структура трудовых ресурсов по полу различается по территории страны и сферам занятости.

В составе трудовых ресурсов России удельный вес мужчин больше, чем женщин. Это связано с тем, что трудоспособный возраст у мужчин на 5 лет выше. Однако это соотношение меняется по мере увеличения смертности мужчин в трудоспособном возрасте.

Возраст выступает своего рода критерием, позволяющим выделить из всего населения трудовые ресурсы. Необходимые физические и интеллектуальные способности зависят от возраста: в ранний период жизни человека и в пору зрелости они формируются и пополняются, а к старости утрачиваются.

Показатель *образования* трудовых ресурсов определяется средним числом лет обучения, численностью учащихся и студентов, удельным весом специалистов с высшим образованием и т.д. Уровень образования характеризуется степенью грамотности, средним числом лет обучения, распределением населения по группам в зависимости от полученного образования. Полученные в процессе обучения знания поднимают средний уровень развития трудовых ресурсов на более высокую ступень.

Общественные группы разнообразны, это: профсоюзы, организации молодежи, спортивные организации, культурные, технические и научные общества.

Профессиональная структура работников предприятия представляет собой соотношение по профессиям и квалификации, в рамках которого происходит непосредственное соединение средств производства и рабочей силы.

Кроме понятия «трудовые ресурсы» в науке и практике экономики, управления применяется термин «трудовой потенциал» общества, организации, отдельного работника. Это более объемное понятие, разностороннее, поскольку его основой

является термин «потенциал» — источник возможностей, средств, запаса, которые могут быть приведены в действие, использованы для решения какой-либо задачи или достижения определенной цели.

Трудовой потенциал представляет собой обобщающую характеристику меры и качества совокупной способности к труду трудовых ресурсов, их динамизм как непрерывный, развивающийся процесс, характеризующий скрытые, не проявившие еще себя возможности или способности в соответствующих сферах жизнедеятельности.

Трудовой потенциал отдельного работника служит исходной единицей, образующей основу формирования трудовых потенциалов более высоких структурных уровней: организации, общества в целом.

В понятие «трудовой потенциал работника» входят совокупность физических и интеллектуальных качеств человека, определяющих возможность и границы его участия в трудовой деятельности, способность достигать в определенных условиях существенных результатов; а также совершенствоваться в процессе труда. Трудовой потенциал отдельного человека — это часть его индивидуального, человеческого потенциала, более широкого и всестороннего, на масштабы и глубину которого влияют разно - образные факторы, такие, как способности, воспитание, окружающая среда и др.

Трудовой потенциал работника может как увеличиваться, так и уменьшаться. В процессе трудовой деятельности способности работника повышаются по мере накопления новых знаний и навыков, улучшения условий труда и могут уменьшаться при ужесточении режима работы, ухудшении здоровья и т.п.

Управление трудовым потенциалом работника на предприятии должно основываться на:

- ♦ соответствии трудового потенциала характеру, объему и сложности выполняемых трудовых функций и видов работ;
- ♦ эффективном использовании трудового потенциала;
- ♦ создании условий для профессионально-квалификационного развития персонала, карьерного роста и расширения умений и навыков работников предприятия.

Трудовой потенциал общества имеет количественные и качественные характеристики: численность трудоспособного населения; количество рабочего времени, отрабатываемого трудоспособным населением; состояние здоровья, развитие и физическая дееспособность трудоспособных членов общества; образовательный и квалификационный уровень; нравственное состояние трудоспособного населения.

9.2 Основные характеристики персонала предприятия

Понятие «трудовые ресурсы» используется для характеристики трудоспособного населения в масштабах страны, региона, отрасли экономики или предприятия. В рамках отдельного предприятия наиболее употребляемое понятие — персонал, т.е. личный состав предприятия, включающий всех наемных работников, а также работающих собственников и совладельцев.

Основными характеристиками персонала предприятия являются численность и структура.

Численность персонала предприятия зависит от характера, сложности, трудоемкости производственных (или иных) и управленческих процессов, степени их механизации, автоматизации, компьютеризации. Эти факторы определяют ее нормативное (плановое) значение. Более объективно персонал характеризуется списочной (фактической) численностью, т.е. числом работников, которые официально работают на предприятии в данный момент.

Структура персонала предприятия — это совокупность отдельных групп работников, объединенных по ряду признаков и категорий. В зависимости от участия в производственном процессе выделяются: промышленно-производственный персонал — работники, связанные непосредственно с производством, и непромышленный персонал — работники, непосредственно не связанные с произвол- ством и его обслуживанием, работники социальной инфраструктуры предприятия (работники детских и медицинских учреждений, находящиеся на балансе предприятия, и т.д.).

В зависимости от характера трудовых функций промышленно-производственный персонал подразделяется на категории:

- рабочие — это работники, непосредственно занятые созданием материальных ценностей или оказанием производственных и транспортных услуг. Рабочие подразделяются на основных, непосредственно связанных с производством продукции, и вспомогательных, связанных с обслуживанием производства;
- специалисты — работники, осуществляющие экономические, инженерно-технические, юридические, административные и другие функции. К ним относятся: экономисты, инженеры, технологи, юристы, инспекторы по кадрам, бухгалтеры и др.;
- служащие (технические исполнители) — работники, осуществляющие финансово-расчетные функции, подготовку и оформление документов,

хозяйственное обслуживание и другие функции. К ним относятся секретари, табельщики, кассиры, экспедиторы и др.;

- руководители, осуществляющие функции управления предприятием. Руководителей условно можно подразделить на высший уровень (предприятия в целом — директор, генеральный директор, управляющий и их заместители); средний (руководители основных структурных подразделений — цехов, отделов, управлений, а также главные специалисты) и низовой (работающие с исполнителями — руководители бюро, секторов, мастера).

Разделение персонала предприятия на категории осуществляется в соответствии с нормативным документом — квалификационным справочником должностей руководителей, специалистов и других служащих, разработанным Институтом труда и утвержденным постановлением Министерства труда и социального развития РФ № 37 от 21 августа 1998 г.

Квалификационный справочник, учитывая требования развития нашего общества, ввел в число должностей руководителей должность менеджера. Менеджеры осуществляют управление деятельностью предприятия (высший уровень), его структурных подразделений (средний уровень) или обеспечивают выполнение определенной деятельности в сфере бизнеса (низовой уровень). Менеджеры низового уровня в условиях развития малого и среднего предпринимательства являются организаторами этой деятельности.

Половозрастная структура персонала предприятия — это соотношение групп персонала по полу и возрасту. Возрастная структура характеризуется долей лиц соответствующих возрастов в общей численности персонала.

При изучении возрастного состава рекомендуются следующие группировки: 16, 17, 18, 19, 20-24, 25-29, 30-34, 35-39, 40-44, 45—49, 50—54, 55-59, 60-64, 65 лет и старше.

В структуре персонала по уровню образования выделяются работники, имеющие высшее, незаконченное высшее, среднее специальное и среднее общее образование.

Структура персонала по стажу может рассматриваться по общему трудовому стажу и стажу работы на данном предприятии.

Профессиональная структура персонала предприятия — это соотношение представителей различных профессий или специальностей (экономистов, бухгалтеров, рабочих), обладающих теоретическими и практическими навыками, приобретенными в результате обучения и опыта работы в данной области.

Квалификационная структура персонала — соотношение работников различного уровня квалификации (степени профессиональной подготовки), необходимого для выполнения определенных трудовых функций. В нашей стране уровень квалификации рабочих определяется разрядом или классом, а для специалистов — категорией, разрядом или классом.

Кроме представленной выше, структура персонала предприятия может быть рассмотрена и по другим признакам.

Организационная структура — это состав и соподчиненность должностных лиц в соответствии с организационной структурой предприятия. Она отражена в схеме оргструктуры и штатном расписании организации.

Функциональная структура отражает функциональное разделение труда в сфере управления предприятием и соотношение отдельных групп персонала в зависимости от выполняемых ими конкретных функций управления (управление персоналом, финансами, ремонтом и т.д.).

Социальная структура характеризует трудовой коллектив предприятия как совокупность групп, выделенных по полу, возрасту, семейному положению, уровню образования, уровню доходов и т.п.

Ролевая структура коллектива определяет состав и распределение творческих, коммуникативных и поведенческих ролей между отдельными работниками. Творческие роли характерны для организаторов и изобретателей. Коммуникативные роли определяют содержание и участие работников при принятии решений. Поведенческие роли характеризуют типовые модели поведения работников на работе, в быту, в конфликтных ситуациях.

Анализ структуры персонала следует проводить систематически.

9.3 Распределение трудовых ресурсов на предприятии

Основная задача распределения и перераспределения работников на предприятии заключается в *расстановке кадров и назначении на должность,* обеспечивающих выполнение требуемых видов работ. Задачи распределения работников являются «зеркальным отображением» задач их использования. Если в задачах распределения работников структура работ считается заданной и требуется назначить их исполнителей, то в задачах использования трудовых ресурсов заданными являются исполнители, их возможности и индивидуальные характеристики и требуется определить структуру работ, которая позволила бы наилучшим образом использовать эти возможности.

Распределение работников внутри предприятия способствует удовлетворению потребностей предприятия в рабочей силе определенного качества, с одной стороны, и реализации личных амбиций работников, с другой.

Наем работника не говорит о его выходе из системы рынка труда, поскольку на предприятии существует свой собственный рынок труда (внутренний рынок). В конкуренции за право занять то или иное рабочее место (различаются по престижности, условиям оплаты труда, содержательности труда и т.д.) могут участвовать как лица со стороны, так и работники предприятия. Внутренний рынок труда более управляем, чем региональный, он не подвержен серьезным спонтанным колебаниям. Поэтому регулирование

соотношения спроса и предложения рабочей силы здесь осуществляется более целенаправленно, а не под воздействием свободной конкуренции.

В современных условиях функционирования складываются различные условия в распределении и перераспределении работников (табл. 9.3).

Таблица 9.3. ***Действия предприятия при необходимости распределения иперераспределенияработников***

Ситуация	*Действия предприятия*
1. Потребность в работниках на одних участках производства снижается, а на других остается прежней	1. Увольнение работников 2. Перевод на режим неполного рабочего дня
2. Потребность в работниках на одних участках производства снижается, а на других возрастает	1. Высвобождение с одних участков и набор новых работников со стороны 2. Переподготовка и перераспределение высвобождаемых работников. При наличии излишней численности — увольнение 3. Регулирование режимами найма или рабочего времени
3. Потребность на одних участках возрастает, а на других не изменяется	1. Набор работников на тот участок (со стороны), где потребность возрастает 2. Сочетание передвижения с других участков с набором новых работников
4. Потребность в работниках возрастает на всех участках	3. Применение сверхурочных работ 1. Набор со стороны
5. Потребность в рабочей силе снижается на всех участках	2. Применение сверхурочных работ 1. Увольнение работников 2. Перевод на режим неполного рабочего дня

Западные экономисты на основании применяемой фирмами стратегии гибкой занятости выделяют во внутрифирменном рынке труда две составные части:

- первичный рынок — к нему относят рабочие места, обеспечивающие работнику высокую заработную плату, хорошие условия труда, стабильную занятость, возможности продвижения;
- вторичный рынок — он формирует рабочие места с низкой заработной платой и соответствующими льготами, плохими условиями труда, с более высокой текучестью, с меньшими шансами на продвижение.

Перемещение работников между первичным и вторичным рынками труда осуществляют с учетом результатов труда претендентов,

их отношения к труду, обязательно через системы профессионального образования или повышения квалификации.

Рациональное распределение работников предприятия по структурным подразделениям, участкам, рабочим местам в соответствии с принятой на предприятии системой разделения и кооперации труда, с одной стороны, и способностями, психофизиологическими и деловыми качествами работников, отвечающими требованиям содержания выполняемой работы, с другой, осуществляется через подбор и расстановку (распределение) работников. При этом стремятся к формированию активно действующих трудовых коллективов и созданию условий для профессионального роста каждого работника. Подбор и распределение работников основываются на принципах соответствия, перспективности и сменяемости.

Принцип соответствия означает соответствие профессиональных и нравственных качеств кандидата требованиям замещаемых должностей.

Принцип перспективности основывается на учете:

- ♦ установления возрастного ценза для различных категорий должностей;
- ♦ определения продолжительности периода работы в одной должности и на одном рабочем месте;
- ♦ организации периодического повышения квалификации.

Принцип сменяемости заключается в том, что лучшему использованию персонала должны способствовать внутриорганизационные трудовые перемещения, так как застой кадров, связанный с длительным пребыванием в одной и той же должности, часто несет негативные последствия для деятельности предприятия.

Исходными данными для подбора и распределения работников являются: кадровая политика предприятия; Положение о подборе и распределении (расстановке) кадров; Положение об оплате и стимулировании труда; материалы аттестации работников; трудовые договоры работников; должностные инструкции; штатное расписание; Трудовой кодекс РФ и другие нормативные документы.

Основная задача подбора и расстановки персонала заключается в оптимальном размещении персонала в зависимости от выполняемой работы. При решении этой задачи следует учитывать пригодность работника к выполнению определенных видов работ, а для установления пригодности необходимо, с одной стороны, сформулировать требования, предъявляемые к конкретной работе, а с другой — принять во внимание личные качества работников.

Цель рациональной расстановки кадров — такое распределение работников по рабочим местам, при котором несоответствие между личностными качествами человека и предъявляемыми требованиями к выполняемой им работе минимально, без чрезмерной или недостаточной загруженности.

Сравнение требований, обусловленных конкретной работой, и качеств работника, выполняющего эту работу, позволяет сделать вывод о пригодности того

или иного человека к данной работе или о необходимости привести их в соответствие друг с другом.

В результате анализа данных отбираются основные показатели, влияющие на подбор и расстановку работников. Для подбора и расстановки управленческого персонала рассматривают следующие показатели:

- ♦ уровень квалификации;
- ♦ деловые качества;
- ♦ работоспособность;
- ♦ качество выполняемой работы;
- ♦ стиль и методы работы;
- ♦ аналитические способности;
- ♦ способность к обучению;
- ♦ участие в инновационной деятельности;
- ♦ дисциплинированность;
- ♦ психологическая совместимость.

Для расстановки кадрового состава предприятия учитываются следующие показатели:

- ♦ уровень квалификации;
- ♦ опыт работы;
- ♦ качество выполняемой работы;
- ♦ способность к обучению;
- ♦ дисциплинированность.

Важное условие распределения работников и формирования трудового коллектива — соблюдение соотношения кадровых и молодых работников. Формирование коллектива из людей одного возраста способствует проявлению тенденции замыкания его в интересах своего возраста. Коллектив же, состоящий из работников разных возрастов, представляет разные виды увлечений, становится более жизнеспособным. Старшие работники помогают молодому поколению в овладении профессиональным мастерством.

Правильный подбор и расстановка кадров предполагает, чтобы каждому работнику поручалась работа, соответствующая уровню его знаний и практическому опыту. Поэтому, распределяя работников по рабочим местам, необходимо стремиться к тому, чтобы сложность выполняемых работ имела минимальные отклонения и соответствовала квалификации исполнителя. Результаты деятельности организации зависят от того, насколько работники соответствуют занимаемым рабочим местам, а рабочие места — работникам.

Выводы

1. Население страны подразделяется на экономически активное и экономически неактивное. При этом экономически активное население обеспечивает предложение рабочей силы.

2. Количество трудовых ресурсов обусловливается возрастными границами — верхним и нижним уровнями трудоспособного возраста.

3. Основные характеристики персонала предприятия — численность и структура.

4. Распределение работников внутри предприятия способствует удовлетворению потребностей предприятия в рабочей силе определенного качества, с одной стороны, а с другой — реализации личных амбиций работников.

Вопросы для самоконтроля

1. Определите понятие «трудовые ресурсы». Назовите возрастные границы трудоспособного населения.

2. Раскройте понятия «экономически активное население» и «экономически неактивное население».

3. Что такое трудовой потенциал?

4. При каких условиях гражданину присваивается статус безработного?

5. Назовите основные признаки и категории структуры персонала предприятия?

6. На каких принципах основывается распределение работников предприятия?

7. Что способствует правильному распределению работников на предприятии?

Глава

Организация, нормирование и оплата труда

10.1 Заработная плата в современных условиях

В наиболее общем виде оплата труда работников представляет собой компенсацию работодателем труда наемного работника, соответствующую количеству и качеству выполненной работы. Размеры этой компенсации имеют вполне определенные количественные границы, поскольку, с одной стороны, они должны обеспечить: работнику — определенный уровень удовлетворения его личных и социальных потребностей; работодателю — получение от работника результата, необходимого для достижения конечной цели предприятия.

Различают денежную и неденежную (натуральную) формы оплаты труда. Основная форма — *денежная.* К *неденежным* формам оплаты в современных условиях прибегают весьма редко. Однако в условиях нарушенного денежного

обращения, гиперинфляции и нестабильного, кризисного состояния экономики, отсутствия надежного механизма индексации доходов на рост цен неденежные формы оплаты труда могут получать более широкое распространение.

Заработная плата выполняет много функций, которые в совокупности позволяют правильно понять ее сущность:

- ♦ воспроизводственную, заключающуюся в обеспечении возможности воспроизводства рабочей силы;
- ♦ стимулирующую (мотивационную), направленную на повышение заинтересованности в развитии производства;
- ♦ социальную, способствующую реализации принципа социальной справедливости;
- ♦ учетно-производственную, характеризующую меру участия живого труда в процессе образования цены продукта, его долю в совокупных издержках производства.

Каждая функция содержит в себе элементы других функций. Например, учетно-производственная, воспроизводственная, стимулирующая одновременно играют и социальную роль. В воспроизводственной функции реализуются стимулирующая и учетно- производственная функции заработной платы. Повышение уровня стимулирующей роли заработной платы зависит от ряда факторов, которые делятся на внутренние и внешние.

К *внутренним факторам* относится организация заработной платы. Под организацией заработной платы понимается ее построение, обеспечение взаимосвязи количества и качества труда с размерами его оплаты, а также совокупность основных элементов. Внутренние факторы играют доминирующее ключевое значение в повышении стимулирующей роли заработной платы, т.е. ее организации.

Из *внешних факторов* можно выделить, например, преобразование системы управления, организационных структур производства, правовых основ и норм хозяйствования, соответствия спроса и предложения на товары и услуги, устранения приписок, взяток, других видов нетрудовых доходов.

Принципы организации заработной платы — это объективные, научно обоснованные положения, отражающие действие экономических законов и направленные на более полную реализацию функций заработной платы.

К наиболее характерным принципам организации заработной платы относятся:

- ♦ неуклонный рост номинальной и реальной заработной платы;
- ♦ соответствие меры труда мере его оплаты;
- ♦ материальная заинтересованность работников в достижении высоких конечных результатов труда;
- ♦ обеспечение опережающих темпов роста производительности труда по сравнению с темпами роста заработной платы.

Основой организации оплаты труда служит тарифная система, которая включает тарифную ставку, тарифную сетку, тарифно- квалификационные справочники. Тарифные сетки рекомендуется разрабатывать с диапазоном разрядов 1—6 по аналогии с Постановлением № 1115 от 1986 г. или на основе межотраслевой Единой тарифной сетки.

В районах с неблагоприятными природно-климатическими условиями для увеличения размеров тарифной оплаты работающих в бюджетной сфере, установлены районные коэффициенты.

10.2 Нормирование и оплата труда

В условиях рыночной экономики предприятия, получившие право самостоятельно заниматься организацией заработной платы, используют для этого различные модели и подходы. В любом случае это должно соответствовать норме платы за труд, а ее размер — есть цена труда, определяемая на рынке труда взаимодействием спроса на конкретные виды труда с его предложением. Норма есть
узаконенное установление, признанный обязательным порядок, установленная мера, средняя величина.

Особенность норм оплаты труда состоит в том, что они могут отражать согласованность экономических интересов общества, коллектива и личности через нормирование экономической деятельности по показателям целевых заданий, условий, средств и методов их реализации. Если заданные условия, в которых реализуются нормы оплаты труда, отражают в той или иной мере сочетание названных интересов, то они стимулирующие, а если нет, то тормозящие.

Нормы оплаты труда обязательно должны подкрепляться юридическими нормами, а также правовыми санкциями на случай их нарушения.

Конституция РФ гарантирует каждому работнику вознаграждение за труд не ниже установленного законом минимального размера оплаты труда (ч. 3 ст. 37).

Минимальный размер оплаты труда (МРОТ) — установленный законом уровень месячной оплаты труда, который должен быть выплачен каждому работнику, отработавшему полностью определенную на этот период норму рабочего времени и выполнившему свои трудовые обязанности (нормы труда). Если работник проработал неполный месяц, МРОТ должен определяться пропорционально времени, проработанному в данном месяце.

Доплаты и надбавки, премии и другие поощрительные выплаты, а также выплаты за работу в условиях, отклоняющихся от нормальных, за работу в особых климатических условиях и на территориях, подвергшихся радиоактивному загрязнению, иные компенсационные и социальные выплаты в МРОТ не включаются. Рост потребительских цен и стоимости жизни заставляет законодателя периодически пересматривать МРОТ. Федеральными законами от 19 июня 2000 года № 82-ФЗ «О минимальном размере оплаты труда», а также от 1 октября 2003 года № 127-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон «О

минимальном размере оплаты труда» с 1 октября 2003 г. он установлен в сумме 600 руб.

Вместе с тем в ст. 133 Трудового кодекса предусмотрен важный критерий определения МРОТ: он не может быть ниже размера прожиточного минимума трудоспособного человека, который за IV квартал 2003 г. составлял в целом по Российской Федерации 2143 руб. (см. Постановление Правительства РФ от 12 февраля 2004 года № 74). Минимальный размер оплаты труда устанавливается на основании прожиточного минимума, т.е. стоимостной оценки потребительской корзины.

Повышение стоимости жизни, вызванное постоянным ростом цен на потребительские товары и услуги, обязывает к корректировке размеров заработной платы с учетом увеличивающегося прожиточного минимума и требует индексации оплаты труда, под которой понимается механическое увеличение денежных доходов и сбережений граждан.

Однако механизм индексации, определенный Законом РСФСР от 24 октября 1991 года «Об индексации денежных доходов и сбережений граждан в РСФСР», обычно заменяется повышением общегосударственного МРОТ и тарифных ставок.

Большинство предприятий, особенно средних и крупных, по- прежнему использует традиционную тарифную систему.

Основные элементы организации оплаты труда на таких предприятиях — техническое нормирование труда, система тарифного нормирования заработной платы, формы и системы заработной платы.

Техническое нормирование труда есть процесс установления технически обоснованных норм затраты труда, необходимых для количественной оценки затрат труда и его результатов.

К количественным оценкам относятся: нормы времени, численность персонала, выработка нормированных заданий.

Исходной оценкой меры затраченного труда служит норма времени. Именно она отражает количество рабочего времени, которое должен затратить работник соответствующей квалификации на выполнение единицы объема работ в определенных организационно- технических условиях. Важное значение имеет также качество норм. Использование ненапряженных норм приводит к завышенной оценке трудового вклада работника, а значит, и заработной платы, что невыгодно предприятию, так как необоснованно повышается себестоимость производимой продукции и снижается прибыль. Кроме того, занижение нормы отрицательно сказывается на стимулирующих функциях заработной платы.

Таким образом, нормы используются для установления расценок, т.е. размеров оплаты труда на единицу сдельно выполняемых работ. При повременной оплате труда нормы необходимы для расчетов нормированных заданий. Нормы численности служащих предопределяют наряду с другими факторами размер должностных окладов.

Система тарифного нормирования представляет собой совокупность нормативных материалов, с помощью которых устанавливается уровень заработной

платы работников на предприятии в зависимости от квалификации работников (сложности работ), условий труда, географического расположения предприятия и других отраслевых особенностей.

Тариф означает ставку платы за какие-либо услуги, в том числе и ставку заработной платы. Тарифное нормирование заработной платы — это установление ставок заработной платы рабочих и служащих на основе определенных тарифных нормативов (тарифных ставок низшего квалификационного разряда, тарифных сеток, схем должностных окладов, тарифно-квалификационных справочников). Тарифная система служит инструментом, позволяющим с определенной степенью приближения к реальным показателям оценивать качество труда. На основе тарифной системы разрабатываются и другие формы оплаты труда работников предприятий, организаций, учреждений. Среди них существенную роль играют доплаты к тарифной части заработной платы и надбавки к ней.

В условиях рыночной экономики рынок труда оказывает влияние на размер тарифных ставок и должностных окладов. Доплаты и надбавки отражают специфику труда, его интенсивность, физическую тяжесть или значительные умственные нагр5Лзки, разного рода риск, степень срочности и другие факторы.

Формы и системы заработной платы — это механизм установления размера заработка в зависимости от количественного результата и качества труда (его сложности, интенсивности, условий).

Для определения размеров заработной платы рабочих предприятия (организации), использующие традиционные подходы к организации оплаты труда, применяют тарифные сетки, тарифные ставки и тарифно-квалификационные справочники.

Тарифная сетка — это шкала разрядов, каждому из которых присвоен свой тарифный коэффициент, показывающий, во сколько раз тарифная ставка любого разряда больше первого.

При помощи тарифных сеток можно анализировать соответствие квалификации работников сложности выполняемых ими работ, а также определять среднюю тарифную ставку. Для этого рассчитываются средние тарифные коэффициенты работ и рабочих, средние разряды работ и рабочих, средние часовые тарифные ставки оплаты труда рабочих отдельных профессий.

Наиболее широкое распространение получает использование общей тарифной сетки для организации оплаты труда всех работающих на предприятии. Как правило, число разрядов, присваиваемых рабочим, остается прежним (6—8). Максимальное число разрядов в сетке и соответствующие им тарифные коэффициенты могут быть определены на конкретном предприятии произвольно и обязательно закреплены в коллективном договоре.

ДЛЯ бюджетных организаций в 1992 г. введена Единая тарифная сетка (ЕТС), которая предусматривает дифференциацию оплаты труда по 18 разрядам. Размер тарифной ставки устанавливается Правительством РФ, а ставки работников остальных разрядов рассчитываются умножением тарифной ставки первого разряда на соответствующий тарифный коэффициент. Тарификация рабочих проводится по

разрядам с 1-го по 8-й, высококвалифицированным рабочим, занятым на важных и ответственных работах, устанавливаются тарифные ставки и оклады исходя из 9-го — 10-го разрядов ЕТСпо перечням, утвержденным Министерствами РФ, и из 11-го — 12-го разрядов — по перечням, утвержденным Министерством труда РФ. Служащие тарифицируются со 2-го по 18-й разряд.

С апреля 1999 г. диапазон ЕТС, который определяется соотношением тарифных коэффициентов крайних разрядов, установлен в размере 1 8,23 в соответствии с Постановлением Правительства РФ № 309 от 18 марта 1999 г. «О повышении тарифных ставок (окладов) Единой тарифной сетки по оплате труда работников бюджетной сферы».

ЕТСпостроена по принципу сопоставления сложности работ и квалификации исполнителей в различных отраслях бюджетной сферы, что позволило ввести одинаковые соотношения тарифных ставок и окладов между различными категориями персонала независимо от отрасли. При этом равносложный труд оценивается по единой минимальной тарифной ставке, которая должна являться гарантией при выполнении нормы труда. Постановлением Правительства РФ № 785 были определены основные диапазоны разрядов оплаты труда для отраслей бюджетной сферы.

Тарифный коэффициент 1-го разряда всегда равен единице. Число разрядов и соответствующие им тарифные коэффициенты определяются коллективным договором, заключаемым на предприятии. Коллективный договор разрабатывается на основе тарифного соглашения и не должен предусматривать ухудшения положения работников по сравнению с его условиями.

Тарифная ставка — это выраженный в денежной форме абсолютный размер оплаты труда в единицу рабочего времени.

На основе тарифной ставки устанавливается уровень оплаты труда рабочих независимо от того, какие формы и системы оплаты труда применяются на предприятии.

Тарифные ставки дифференцируются:

- по формам оплаты труда — тарифные ставки сдельщиков на 7—10% выше тарифных ставок повременщиков;
- по отдельным профессиональным группам — более высокие тарифные ставки устанавливаются при повышенной интенсивности труда рабочих на конвейерных и поточных линиях, станочников или при повышенной ответственности труда рабочих, занятых на технически сложных высокопроизводительных машинах и агрегатах.

На основе тарифной сетки и тарифной ставки первого разряда рассчитываются тарифные ставки каждого последующего разряда.

Тарифные ставки бывают часовые, дневные и месячные (оклады). Наибольшее распространение имеют часовые тарифные ставки, так как на их основе исчисляются различные доплаты. Дневная и месячная ставки рассчитываются путем умножения часовой ставки на количество часов в рабочей смене и среднемесячное количество отработанных часов в месяц.

Тарифно-квалификационные справочники — это нормативные документы, с помощью которых устанавливается разряд работы и рабочего. В них содержится информация о том, что должен знать и уметь рабочий каждого разряда каждой специальности. Указанные справочники состоят из трех разделов: «Характеристика работ», «Должен знать» и «Примеры работ». Ранее (до введения в действие с 1,января 1991 г. Закона «О предприятиях и предпринимательской деятельности») обязательные для использования во всех отраслях экономики, в настоящее время тарифно-квалификационные справочники носят рекомендательный характер и служат нормативными лишь для использующего их предприятия.

К основным элементам тарифной системы относятся также *районные коэффициенты* и *надбавки* к заработной плате за стаж работы в неблагоприятных климатических районах.

Предприятия могут самостоятельно разрабатывать *заводские тарифные системы.* В основе этих систем лежит единая тарифная сетка (ЕТС) для оплаты труда рабочих, руководителей, специалистов и служащих.

. Заводские ЕТСявляются составной частью коллективных договоров предприятий и отраслевых тарифных соглашений.

Основу заводской ЕТСсоставляет дифференциация оплаты по сложности труда с помощью установленных коэффициентов.

Крайние (максимальные) различия определяются в оплате труда первого руководителя предприятия и рабочего 1-го разряда, занятого в нормальных условиях труда. Это соотношение предопределяет общее число квалификационных групп всей тарифной сетки. Опыт работы предприятий, использующих свою ЕТС, показывает, что число разрядов в ней составляет от 7 до 26.

При отнесении работника к тому или иному разряду оплаты труда следует учитывать его трудовой вклад в достижения предприятия и использовать «вилку» в оплате труда по каждому разряду.

ЧИСЛО разрядов должно определить само предприятие, причем чем крупнее предприятие либо чем больше разрыв в квалификации его работников, тем больше разрядов может содержать тарифная сетка.

Соотношение крайних разрядов в разрабатываемых сетках будет зависеть от того, какое межразрядное соотношение установит предприятие. При этом надо исходить из вывода психологов, что нижний предел ощущения роста материального благополучия составляет 10%, т.е. не следует устанавливать разницу в тарифных коэффициентах меньше 10%.

При определении соотношения крайних разрядов может также учитываться сложившийся уровень заработной платы по самым простым и сложным работам, выполняемым на предприятии.

Определяя минимальную тарифную ставку работников предприятия, следует ориентироваться на оптимальный для современного состояния экономики удельный вес тарифа в заработной плате, равный примерно 65—70%, с последующим повышением этого уровня до общеевропейского стандарта, согласно которому в странах с развитой рыночной экономикой удельный вес тарифной части

заработной платы составляет не менее 90%, что обеспечивает высокий уровень организации оплаты и эффективность труда.

При разработке внутрипроизводственных тарифных условий оплаты труда экономическим службам предприятия необходимо в первую очередь ориентироваться на соответствующие территориальное и отраслевое тарифные соглашения, распространенные в установленном порядке на предприятии. В отраслевых тарифных соглашениях предусматриваются нормы, регулирующие социально- трудовые отношения в области организации оплаты, социальных гарантий, найма и увольнения работников, которые в процессе перехода к рыночным отношениям нацелены на выравнивание условий воспроизводства рабочей силы на отраслевом уровне. При разработке коллективного договора в части тарифных условий оплаты предприятие в соответствии со своими финансовыми возможностями может увеличивать нормы оплаты, предусмотренные в отраслевых тарифных соглашениях. В коллективном договоре за основу для построения тарифной оплаты труда работников предприятия прежде всего берется наименьший уровень оплаты за выполнение нормы труда (круга трудовых обязанностей), который составляет минимальную тарифную ставку.

В условиях рыночных отношений, когда необходимо социально защитить низкооплачиваемых работников, можно рекомендовать регрессивный принцип построения тарифных сеток. Он предусматривает относительное возрастание тарифа, но с убывающим коэффициентом.

После того как сетка разработана — определен ее диапазон, установлено межразрядное соотношение, следует приступить к тарификации работ и работников.

По каждому показателю, применяемому для оценки квалификации и профессиональной компетентности работника, в разрабатываемых положениях следует предусмотреть конкретные критерии, позволяющие характеризовать соответствие работника предъявляемым требованиям. Это необходимо для того, чтобы аттестационные комиссии имели возможность на основе материалов, представленных на каждого аттестуемого, и непосредственного знакомства с последним (в процессе собеседования с применением оценочных тестов, заслушивания ответов на вопросы и т.п.) дать объективную оценку его деятельности и высказать суждение о присвоении работнику того или иного разряда оплаты.

10.3 Формы и системы оплаты труда

На предприятиях различных форм собственности наиболее распространены две формы оплаты труда: *сдельная* — оплата за каждую единицу продукции или выполненный объем работ и *повременная* — оплата за отработанное время, но не календарное, а рабочее, нормативное, которое регулируется законом.

Существует ряд условий, при которых целесообразно применять ту или иную форму оплаты труда. Условия применения сдельной оплаты труда:

- ♦ наличие количественных показателей работы, непосредственно зависящих от конкретного работника;
- ♦ возможность точного учета объемов выполняемых работ;
- ♦ возможность у рабочих конкретного участка увеличить выработку или объем выполняемых работ;
- ♦ необходимость на конкретном производственном участке стимулировать рабочих в дальнейшем увеличении выработки продукции или объемов выполняемых работ;
- ♦ возможность технического нормирования труда.

На каждом конкретном предприятии в зависимости от характера выпускаемой продукции, наличия тех или иных технологических процессов, уровня организации производства и труда применяется та или иная форма оплаты труда. Например, сдельная оплата труда может быть неэффективной, если применять только сдельно-премиальный или сдельно-прогрессивный вариант, но если использовать аккордную систему, то эффективность ее возрастает. На одном и том же **предприятии** в зависимости от выпуска конкретного вида продукции по цехам варианты применения оплаты труда также могут быть различны.

Наиболее эффективна та форма **оплаты,** которая способствует росту выработки, улучшению качества изделий, снижению их себестоимости и получению дополнительной прибыли, обеспечению сочетания интересов работников с интересами коллектива предприятия. В зависимости от организации груда формы заработной платы могут быть индивидуальными и коллективными.

Сдельная форма заработной **платы** подразделяется на следующие системы: прямая сдельная, сдельно-премиальная, сдельно- прогрессивная, косвенная сдельная, аккордная.

Прямая сдельная система оплаты заключается в том, что заработок начисляется работнику по заранее установленным расценкам за единицу качественно изготовленной продукции. Основным элементом этой системы является сдельная расценка, которая устанавливается исходя из тарифной ставки (оклада), соответствующей разряду работы, нормы выработки или нормы времени на данную работу.

При *сдельно-премиальной системе* работник получает оплату своего труда по прямым сдельным расценкам и дополнительно получает премию за количественные и качественные показатели работы.

Сдельно-прогрессивная система — оплата труда работника осуществляется по прямым сдельным расценкам в пределах выполнения норм, а при выработке сверх норм — по повышенным расценкам.

По *косвенной сдельной системе* уровень заработка работника **ставится** в прямую зависимость от результатов труда (работы) обслуживаемых им рабочих-сдельщиков.

При *аккордно-сдельной оплате* груда расценка устанавливается на весь объем работы (а не на отдельную операцию) на основе действующих норм времени или норм выработки и расценок. При данной системе оплаты труда рабочие премируются за сокращение сроков выполнения работ, что усиливает стимулирующую роль этой системы в росте производительности труда.

Повременная заработная плата имеет две системы: простую повременную и повременно-премиальную. При повременной оплате помимо заработка по тарифной ставке (окладу) за фактически отработанное время выплачивается премия за выполнение и перевыполнение определенных показателей в **работе.**

Необходимые условия для применения повременной оплаты: ♦ учет и контроль за фактически отработанным каждым работником временем с указанием времени простоя;

- ♦ обоснованное присвоение рабочим-повременщикам тарифных разрядов (тарифных ставок и окладов), а специалистам и другим служащим — ставок (должностных окладов) в соответствии с выполняемыми должностными обязанностями с учетом деловых качеств работников;
- ♦ разработка и применение обоснованных норм обслуживания, нормирование заданий и нормативов численности по каждой категории рабочих.

Конкретные условия применения той или иной системы оплаты труда определяются тем, какие задачи ставит перед собой работодатель. Если целью работодателя является увеличение объемов производства и обеспечение высоких количественных достижений в труде, то в этом случае применяется прямая и сдельно-премиальная системы. Если важно добиться выполнения некоторого объема работ в кратчайшие сроки (ремонтно-строительные работы), применяется аккордно-сдельная система.

10.4 Бестарифная система оплаты труда

Одной из важнейших проблем для предприятий в современных условиях является поиск механизма материальной заинтересованности работников, способного обеспечить взаимосвязь их заработной платы с фактическим трудовым вкладом.

В соответствии с трудовым законодательством РФ предприятия имеют право устанавливать размеры средств на оплату труда, а также механизм их распределения между работниками. Вместе с тем предприятия и организации в последние годы идут по пути поиска нетрадиционных методов организации оплаты труда — применения бестарифных моделей.

Бестарифная система оплаты труда — формы организации оплаты труда, в которых не используются гарантированные тарифные ставки и должностные оклады, из них исключают большинство видов премий, доплат

и надбавок. В основе этой системы лежит долевое распределение заработанных коллективом средств между работниками в соответствии с принятыми соотношениями (коэффициентами) в оплате труда разного качества (в зависимости от квалификации должности, специальности работников).

В качестве примера можно привести систему оплаты труда МНТК «Микрохирургия глаза». Все работники этого коллектива объединены в бригады в соответствии с характером деятельности. Заработанные средства, предназначенные на оплату труда, распределяются между бригадами согласно нормативам, отражающим степень участия каждой бригады в общем объеме выполненной работы и важность ее деятельности. Размеры нормативов утверждаются совместно всем коллективом.

Установленный бригаде фонд оплаты распределяется между ее членами с использованием «шкалы социальной справедливости» (коэффициентов трудовой стоимости), которая отражает средние соотношения в сложившихся уровнях оплаты между основными категориями работников. Шкала корректировки оплаты труда предусматривает коэффициент увеличения заработной платы руководителей и специалистов по отношению к минимальной ставке оплаты (санитарка), принятой в МНТК. При распределении фонда оплаты между членами коллектива учитывается индивидуальный вклад каждого работника в ее общие результаты с применением единых критериев оценки труда. Общий диапазон установленных коэффициентов распределения бригадного заработка — от 1,0 (санитарка) до 4,5 (руководитель предприятия).

Достоинства бестарифной системы оплаты труда состоят в простоте, доступности для понимания механизма начисления заработка каждому работнику, что повышает значимость стимулирующей функции заработной платы.

В практике встречаются разновидности бестарифной системы оплаты труда, где в качестве конечного результата выступает не фонд заработной платы, а другие показатели (объем реализации продукции, средняя заработная плата определенных групп работников, оплачиваемых на основе тарифных систем). Такие разновидности бестарифных систем применяются для руководителей, специалистов и служащих.

Объем реализации продукции может иметь решающее значение в системе показателей деятельности. Это особенно важно для управленческого персонала, так как можно увязать их заработную плату с объемом реализации. В этом случае оклады для административно-управленческого персонала не устанавливаются, а оплата ежемесячно изменяется в зависимости от объема реализованной продукции.

Разновидностью бестарифной системы оплаты труда является контрактная система — заключение договора (контракта) на определенный срок между работодателем и исполнителем. При его заключении должны быть согласованы взаимоприемлемые условия работы гражданина на данном предприятии, которые подразделяют на обязательные и дополнительные. К обязательным относятся условия: соглашения между гражданином и администрацией предприятия о

специальности, квалификации или должности; подчинение работника внутреннему трудовому распорядку; размер заработной платы и обеспечение условий труда, предусмотренных законодательством о труде; сроки работы (не более трех лет).

Дополнительные условия при заключении контракта вырабатываются самостоятельно гражданином и администрацией при приеме на работу и могут быть самыми различными. В договоре излагаются также и последствия для обеих сторон в случае досрочного расторжения договора одной из сторон. Договор может включать как время нахождения работника на предприятии (повременная оплата), так и конкретное время (сдельная оплата).

Применение контрактной системы позволяет четко распределять права и обязанности как работника, так и руководства предприятия. Эта система достаточно эффективна в современных условиях.

Выводы

1. В наиболее общем виде оплата труда работников представляет собой компенсацию работодателем труда наемного работника, соответствующую количеству и качеству выполненной работы. Размеры этой компенсации имеют вполне определенные количественные границы, поскольку, с одной стороны, они должны обеспечить: работнику — определенный уровень удовлетворения его личных и социальных потребностей; работодателю — получение от работника результата, необходимого для достижения конечной цели предприятия. Различают денежную и неденежную формы оплаты труда.

2. Заработная плата имеет много функций, которые в совокупности позволяют правильно понять сущность заработной платы: воспроизводственная, заключающаяся в обеспечении возможности воспроизводства рабочей силы; стимулирующая (мотивационная), направленная на повышение заинтересованности в развитии производства; социальная, способствующая реализации принципа социальной справедливости; учетно-производственная, характеризующая меру участия живого труда в процессе образования цены продукта, его долю в совокупных издержках производства.

3. В условиях рыночной экономики предприятия, получившие право самостоятельно заниматься организацией заработной платы, используют для этого различные модели и подходы. В любом случае это должно соответствовать норме платы за труд, а ее размер есть цена труда, определяемая на рынке труда взаимодействием спроса на конкретные виды труда с его предложением. Особенность норм оплаты труда состоит в том, что они могут отражать согласованность экономических интересов общества, коллектива и личности через нормирование экономической деятельности по показателям целевых заданий, условий, средств и методов их реализации.

4. Основными элементами организации оплаты труда на предприятиях являются: техническое нормирование труда; система тарифного нормирования заработной платы; формы и системы заработной платы.

5. На предприятиях различных форм собственности наиболее распространены две формы оплаты труда: сдельная и повременная.

6. Бестарифная система оплаты труда — формы организации оплаты труда, в которых не используются гарантированные тарифные ставки и должностные оклады, из них исключаются большинство видов премий, доплат и надбавок. В основе этой системы лежит долевое распределение заработанных коллективом средств между работниками в соответствии с принятыми соотношениями (коэффициентами) в оплате труда разного качества (в зависимости от квалификации, должности, специальности работников).

Вопросы для самоконтроля

1. Какие формы оплаты труда вы знаете?
2. Каковы функции заработной платы?
3. Что понимается под организацией заработной платы?
4. Каковы основные элементы организации оплаты труда на предприятии?
5. Что служит основой организации оплаты труда?
6. Что понимается под тарифным нормированием заработной платы?
7. В чем состоит особенность норм оплаты труда?
8. Что такое минимальный размер оплаты труда?
9. Что такое единая тарифная сетка и каковы ее основные параметры?
10. Назовите формы оплаты труда и условия их применения.
11. Каким образом формируется заработок бригады при повременной оплате?
12. Что такое тарифная сетка, каково ее назначение?
13. В каких случаях применяют бестарифную систему оплаты труда?
14. В чем достоинство бестарифной системы оплаты труда?

Термины и понятия к разделу II

Адаптация работника — процесс приспособления работника к содержанию и условиям трудовой деятельности, к непосредственно социальной среде; совершенствование деловых и личных качеств.

Амортизационные средства — финансовые средства, выделяемые специальным назначением, для сохранения и возобновления основных фондов предприятия.

Амортизационный фонд — денежные средства, предназначенные для простого и расширенного воспроизводства основных фондов.

Амортизация — постепенное перенесение стоимости основных фондов на производимые с их помощью продукт или услугу, целевое накопление средств и их последующее применение для возмещения изношенных основных фондов.

Диверсификация производства — переход от односторонней, часто базирующейся лишь на одном продукте, производственной структуры к многопрофильному производству с широкой номенклатурой выпускаемой продукции.

Износ основных фондов — постепенная утрата основными фондами (зданиями, машинами и другими средствами труда) их полезных свойств. Различаются физический и моральный износ основных производственных фондов. Физический износ — материальное снашивание средств труда вследствие их использования и воздействия сил природы. Моральный износ средств труда может наступить до полного физического износа вследствие того, что появляются более производительные, точные и экономичные машины и оборудование.

Коллективный договор — правовой акт, регулирующий трудовые, социально-экономические и профессиональные отношения между работодателем и работником на предприятии.

Конфликт — процесс развития взаимодействия субъектов по поводу различия их интересов и ценностных ориентации.

Контрактная система оплаты труда — заключение трудового договора между работодателем и исполнителем, в котором оговариваются условия труда, права и обязанности сторон, режим работы и уровень оплаты труда, срок действия договора.

Коэффициент использования материалов — показатель, характеризующий рациональность расходования сырья и материалов. Исчисляется как отношение количества материала, вошедшего в готовый продукт, ко всему переработанному количеству.

Коэффициент сменности — показатель степени загрузки оборудования по времени; определяется как отношение отработанных за сутки машиносмен ко всему установленному оборудованию.

Материалоемкость продукции — затраты сырья, материалов и других материальных ресурсов на единицу произведенной продукции. Снижение материалоемкости позволяет получить больше готовых продуктов из тех же материальных ресурсов, снижает себестоимость продукции и затраты на развитие сырьевых отраслей.

Механизм регулирования заработной платы — совокупность законодательных и др. нормативных актов и действующих на их основе институтов (государственных и общественных), призванных влиять на установление условий оплаты труда в процессе взаимоотношений между работниками и работодателями.

Оборот оборотных средств — движение оборотных средств предприятия, последовательный переход из одной формы в другую. Чем быстрее оборачиваются оборотные средства на предприятии, тем больше продукции оно сможет выпустить с той же суммой оборотных средств. Ускорение оборачиваемости оборотных средств достигается строгим соблюдением нормативов производственных запасов,

сокращением производственного цикла, быстрейшей реализацией готовой продукции.

Оборотные производственные фонды — предметы труда, используемые в производстве (сырье, материалы, топливо, тара, запасные части для ремонта и др.). Полностью потребляются в каждом производственном цикле и приобретаются за счет оборотных средств предприятия.

Оборотные средства — выраженные **в** денежной форме средства предприятия, вложенные в производственные запасы, незавершенное производство, готовую продукцию, затраты на освоение новой продукции, расходы будущих лет.

Основные непроизводственные фонды — предметы длительного пользования, обслуживающие в обществе непроизводственное потребление. К ним относятся жилые здания, поликлиники, клубы, санатории, стадионы и т.п., находящиеся на балансе предприятия.

Основные производственные фонды — средства труда (здания, сооружения, машины и оборудование, транспортные средства и др.), с помощью которых изготавливается продукция. Они служат длительный срок, сохраняют **в** процессе производства свою натуральную форму и переносят свою стоимость на готовый продукт частями, по мере износа. Пополняются за счет капитальных вложений.

Оплата труда — регулярно получаемое вознаграждение за произведенную продукцию или оказанные услуги, включая оплату отпусков, праздничных дней и другого неотработанного времени в соответствии с трудовым законодательством и коллективными договорами.

Производительность труда — продуктивность производственной деятельности людей; измеряется количеством продукции, произведенной работником в сфере материального производства за единицу рабочего времени, или количеством времени, которое затрачено на производство единицы продукции. Общественная производительность труда выражается произведенным национальным доходом в расчете на одного занятого в отраслях материального производства.

Производственная мощность — максимально возможный выпуск продукции при наиболее полном и рациональном использовании основных производственных и оборотных фондов, а также финансовых ресурсов.

Прогрессивная сдельная система оплаты труда — разновидность сдельной оплаты труда, когда расценки за каждую единицу продукции после определенного уровня выполнения нормы повышаются.

Простая сдельная система оплаты труда — разновидность сдельной оплаты труда, при которой труд оплачивается с учетом только одного показателя: количества произведенной продукции.

Реконструкция — процесс коренного переустройства действующего производства на базе технического и организационного совершенствования, комплексного обновления, модернизации основных фондов.

Ресурсы — факторы производства (трудовые, материальные, финансовые, организационные, информационные и др.), привлекаемые предприятием для осуществления поставленных перед собой целей.

Термины и понятия к разделу 12

Ресурсы трудовые — часть населения страны, располагающая совокупностью физических и духовных способностей, которая может принять участие в процессе труда. Ресурсы трудовые характеризуют численность трудоспособного населения и являются важным элементом экономического потенциала страны.

Система заработной платы — способ увязки цены рабочей силы (ставок заработной платы) с результатами труда работников, позволяющий начислять заработную плату работнику в соответствии с фактическими результатами его труда.

Трудовой договор — соглашение между работником и работодателем, по которому работник обязуется выполнять работу по определенной специальности, квалификации или должности с подчинением внутреннему трудовому распорядку, а работодатель обязуется выплачивать работнику заработную плату и обеспечивать условия труда, предусмотренные соответствующим законодательством, коллективным договором.

Трудоемкость продукции — величина, обратная производительности живого труда. Определяется как отношение количества труда, затраченного в сфере материального производства, к объему произведенной продукции.

Фондовооруженность — показатель оснащенности основными производственными фондами (размер основных производственных фондов в расчете на одного работника или рабочего предприятия).

Фондоемкость — показатель, обратный фондоотдаче. Исчисляется как отношение средней стоимости основных производственных фондов к объему произведенной продукции.

Фондоотдача — количество продукции в расчете на рубль основных производственных фондов. Рост фондоотдачи — важнейшее направление лучшего использования основных производственных фондов.

Экономически активное население — часть населения, обеспечивающая предложение рабочей силы для производства товаров и услуг.

Экономически неактивное население — часть населения, вне рабочей силы, которая не имеет работы, не ищет ее и не готова работать.

Эргономика — наука, занимающаяся изучением взаимной адаптации человека и машины.

Этика — система норм нравственного поведения людей, их обязанностей по отношению друг к другу и обществу в целом.

Раздел

Организация производства на предприятии

Глава 11. Производственный процесс: принципы организации Глава 12. Организация производства: типы, формы и методы Глава 13.

Производственная структура и инфраструктура предприятия

Глава 14. Общественные формы организации производства

Глава 11

Производственный процесс: принципы организации

11.1 Производственные процессы: понятие, содержание, виды

Деятельность каждого предприятия базируется на *процессе производства,* т.е. на процессе превращения ресурсов в готовую продукцию.

Производственные ресурсы (факторы производства), используемые при производстве продукции (работ и услуг), представляют собой взаимодействие предметов труда, средств труда, трудовых ресурсов. Производственный процесс в свою очередь складывается из совокупности разнонаправленных технологических процессов.

Технологический процесс — это часть производственного процесса, целенаправленно воздействующая на предмет труда в целях его изменения.

Для производства продукции, выполнения работы, оказания услуги необходимо осуществление множества взаимосвязанных технологических процессов, число и виды которых определяются особенностями используемого сырья, а также способом и степенью воздействия на него.

В зависимости от особенностей используемого сырья технологические процессы подразделяются на:

- *использующие сельскохозяйственное сырье* (растительного или животного происхождения);
- *использующие минеральное сырье* (топливно-энергетическое, рудное, строительное и др.).

Использование конкретного вида сырья определяет способ воздействия на него и позволяет выделить три группы технологических процессов:

- с *механическим воздействием на предмет труда* в целях изменения его конфигурации, размеров (процессы резания, сверления, фрезерования);
- с *физическим воздействием на предмет труда* в целях изменения его физического состава (термическая обработка);

- *аппаратурные,* протекающие в специальном оборудовании для изменения химического состава предметов труда (плавка стали, производство пластмасс, продуктов перегонки нефти).

Технологические процессы механического и физического типа осуществляются путем постепенного продвижения предмета труда от операции к операции. Реализация операций, как правило, требует непропорциональных затрат времени, что вызывает перерывы между ними. Иначе говоря, механические и физические технологические процессы имеют дискретный характер. В отличие от них аппаратурные процессы непрерывны от момента поступления сырья и материалов в производство до выхода готовой продукции.

Особенности технологических процессов, реализуемых на предприятии, влияют на протекание всего производственного процесса и на формирование производственной структуры.

В зависимости от отраслевой принадлежности и особенностей производимой продукции предприятия используют разноплановые технологические процессы. Сочетание технологических процессов, образующее производственный процесс изготовления продукции, обеспечивает его технологическую направленность. В соответствии с технологическими особенностями и отраслевой принадлежностью производственные процессы могут быть *синтетическими, аналитическими* и *прямыми.*

Синтетический производственный процесс — такой, в котором продукция изготавливается из различных видов сырья. Например, при производстве автомобилей используются различные виды металла, пластмасс, резина, стекло и другие материалы. Синтетический производственный процесс объединяет, как правило, множество дискретных технологических процессов с механическим и физическим воздействием на предметы труда.

Аналитический производственный процесс — такой, в котором из одного вида сырья изготовляется множество видов продукции. Примером может служить переработка нефти. Аналитический производственный процесс реализуется посредством использования непрерывных технологических процессов аппаратурного характера.

Прямой производственный процесс характеризуется выходом одного вида продукции из одного вида сырья. Примером может служить производство строительных блоков из однородного материала (туфа, мрамора, гранита).

В свою очередь особенность производимой продукции и востребованность ее рынком позволяет сгруппировать производственные процессы в четыре категории:

1) *перерабатывающее производство* — это, как правило, аналитическое производство с непрерывной технологией; используется для изготовления материалов большими партиями или в массовом масштабе в соответствии с потребностями рынка. Большие объемы производства и ограниченный ассортимент позволяет оптимизировать издержки и установить конкурентоспособную цену на продукцию;

2) *массовое производство* — используется для изготовления товаров массового спроса с большой степенью стандартизации с применением дискретных технологий и преимущественно механическим способом воздействия на предмет труда. К нему относится производство бытовой техники, аудио- и видеоаппаратуры, легковых автомобилей. В данном случае применяется специализированное оборудование, объединенное в поточные линии. Это ведет к использованию прогрессивных высокопроизводительных технологий, снижению издержек и соответственно установлению низких цен.

3) *производство небольших партий товара,* пользующегося незначительным спросом на рынке. Товар характеризуется низким уровнем стандартизации и унификации составляющих элементов. К нему относится производство специализированного оборудования, мебели из массива дерева и другие виды товаров. После выпуска очередной партии товара производственное оборудование требует значительной переналадки. Это ведет к повышению производственных издержек. Вместе с тем требования рынка к расширению ассортимента вызывают снижение массовости производства.

4) *производство товара единичными экземплярами* — это уникальный товар, имеющий эксклюзивный спрос на рынке, как средств производства, так и предметов потребления. Данная категория производственных процессов наиболее затратная, приоритетом в которой выступает прежде всего качество продукции, а уже потом — издержки.

Кроме названных категорий производственных процессов есть несколько смешанных, сочетающих в себе элементы массового производства и производства небольшими партиями. К ним относятся групповое производство и гибкие автоматизированные системы.

Групповое производство — это форма организации дискретных производственных процессов на основе унифицированной групповой формы организации технологических процессов. Групповые технологические процессы разрабатываются для группы деталей, характеризующихся при обработке общностью оборудования, оснастки и наладки. Групповые технологии позволяют в производстве мелкими партиями и даже в единичном применять формы организации массового производства.

Гибкие автоматизированные производства представляют собой совокупность оборудования с числовым программным управлением, роботизированных технологических комплексов, гибких производственных модулей с автоматизированной переналадкой при производстве изделий произвольной номенклатуры в установленных пределах значений их характеристик. Гибкие автоматизированные производства позволяют использовать преимущества массового производства при изготовлении широкого ассортимента продукции, обеспечивают возможность перехода к малолюдной, а в перспективе — безлюдной технологии. В гибких автоматизированных производствах находит широкое применение групповая технология. Таким образом, гибкое автоматизированное производство

способствует устранению противоречия между требованиями рынка к расширению ассортимента и эффективностью для производителя массового производства ограниченного ассортимента продукции.

Вне зависимости от технологической направленности и особенностей выпускаемой продукции все производственные процессы делятся на основные, вспомогательные и обслуживающие.

Основные процессы предназначены для выполнения миссии предприятия. Они обеспечивают производство продукции путем переработки сырья и материалов при участии остальных факторов производства. Будучи ядром производства, тем не менее основные процессы не могут существовать без вспомогательных и обслуживающих.

Вспомогательные процессы связаны с изготовлением продукции и оказанием услуг, необходимых для жизнедеятельности основного производства: это производство для собственных нужд специальной оснастки, инструмента, иногда оборудования; производство тепловой и других видов энергии; ремонт основных фондов.

Обслуживающие процессы обеспечивают хранение сырья и материалов (складское хозяйство); материально-техническое обеспечение ими основного производства; перемещение сырья, материалов, полуфабрикатов, готовой продукции как по территории предприятия, так и вне нее (транспортное хозяйство).

Отличительная черта вспомогательных и обслуживающих процессов — то, что они могут выполняться как самим предприятием, так и специализированными фирмами. В условиях рынка развитие специализированных ремонтных, транспортных предприятий, производства специальной оснастки и инструментов по заказам позволяет повысить качество работ, развить межпроизводственные связи, совершенствовать и упростить структуру предприятий, повысить уровень автоматизации.

По степени автоматизации производственные процессы делятся на ручные, машинно-ручные, механизированные, автоматизированные.

Ручные производственные процессы осуществляются с минимальным участием механизированного инструмента. Ручные процессы практически вытеснены из производства.

Машинно-ручные производственные процессы предполагают использование механизмов и машин при непосредственном участии работника, например перевозка грузов.

Механизированные производственные процессы осуществляются машинами и механизмами при ограниченном участии работника, которое заключается в установке-съеме деталей и контроле над прохождением операции.

Автоматизированные производственные процессы осуществляются с использованием робототехники в часто повторяющихся видах деятельности. Автоматы в первую очередь освобождают людей от

монотонного утомительного или опасного труда. На первом этапе автоматизация используется в массовом производстве. По мере развития средства автоматизации применяются при производстве небольших партий и единичных видов продукции (см. *гибкие автоматизированные производства).*

Эффективное протекание производственных процессов требует рациональной их организации.

11.2 Принципы организации производственного процесса

Процесс организации предполагает упорядочение, приведение в строгую систему любого объекта. Организация производственного процесса характеризуется упорядочением элементов, его составляющих, т.е. факторов производства в основном, вспомогательном и обслуживающем производствах в пространстве и во времени. Упорядочение элементов должно проводиться с соблюдением присущих ему принципов.

Организация производственного процесса в условиях рынка базируется на следующих принципах:

- ♦ специализации и кооперировании;
- ♦ пропорциональности;
- ♦ непрерывности и параллельности;
- ♦ прямоточности;
- ♦ повторяемости;
- ♦ гибкости;
- ♦ комплексности и системности.

Специализация и кооперирование — это сосредоточение в подразделениях предприятия однородных видов работ в результате единичного разделения труда и установление взаимных связей между ними для достижения поставленных целей. Уровень специализации и кооперирования основных процессов зависит от размера предприятия, массовости производства. Повышение специализации и кооперирования вспомогательных и обслуживающих процессов ведет к обособлению их в отдельных фирмах.

Пропорциональность предполагает одинаковую пропускную способность подразделений, цехов, участков, рабочих мест при реализации технологического процесса по выпуску определенной продукции. Абсолютное соблюдение принципа пропорциональности возможно при отлаженном стабильном массовом производстве. Частое изменение структуры товарного портфеля нарушает абсолютную пропорциональность. Основной задачей при этом является недопущение постоянной перегрузки одних подразделений при хронической недогрузке других.

Непрерывность — это отсутствие остановок в протекании производственного процесса. Обеспечение непрерывности — основной фактор сокращения продолжительности производственного цикла и, как результат, — ускорения оборачиваемости оборотных средств. Сокращение продолжительности производственного цикла обеспечивается за счет совмещения операций технологического процесса во времени, т.е. параллельного их осуществления.

Соблюдение принципа *прямоточности* позволяет обеспечить минимальный путь при прохождении предметов труда от запуска их в производство до выпуска готовой продукции. Принцип прямо - точности соблюдается при оптимальном построении производственной структуры предприятия.

Повторяемость предполагает тождественность технологических операций при производстве одинаковой продукции при ее массовом или серийном производстве.

Гибкость — один из важнейших принципов организации производственного процесса в рыночной экономике. Его соблюдение позволяет быстро реагировать на изменения рыночного спроса. Гибкость означает способность быстро переналаживать оборудование, корректировать действия информационной системы. Обеспечению гибкости производственного процесса способствует использование гибких автоматизированных производств.

Комплексность и *системность* означают обеспечение тесного взаимодействия всех элементов производственного процесса, отслеживание результатов прохождения операций технологического процесса с корректировкой их по ходу выявления отклонений.

11.3 Организация производственного цикла

Производственный цикл — это период изготовления определенного вида продукции. Его протяженность определяется с момента запуска сырья и материалов в производство до выхода готовой продукции (единицы или партии). Продолжительность производственного цикла зависит от ряда факторов, которые можно объединить в три группы:

1) факторы, на которые менеджмент не может непосредственно влиять (это вид экономической деятельности предприятия, степень сложности продукции);

2) факторы, на которые менеджмент может оказывать косвенное влияние (это массовость производства, определяемая потребностями рынка и уровнем стандартизации и унификации выпускаемой продукции);

3) факторы, непосредственно обусловленные менеджментом (прогрессивность оборудования и технологических процессов, формы специализации производственных подразделений, особенности его

организации, в частности параллельность осуществления операций технологического процесса).

Состав и структура элементов производственного цикла определяются особенностями технологического процесса изготовления продукции. В общем виде он включает рабочий период и перерывы.

Рабочий период складывается из времени проведения основных, вспомогательных и обслуживающих процессов, а именно времени:

- протекания технологических операций (преобразования сырья и материалов в готовую продукцию);
- естественных процессов — остывания посуды после отжига, естественной сушки дерева и т.д. (учитывается для специфических производств, в технологии которых заложены естественные процессы);
- транспортных операций по перемещению сырья, материалов, полуфабрикатов между операциями технологического процесса;
- контрольных операций — промежуточного и окончательного контроля (при использовании методов активного контроля промежуточный контроль совмещается с временем протекания технологических операций).

Перерывы могут быть обусловлены объективными и субъективными причинами. Объективные перерывы связаны с режимом работы предприятия и выбранной системой организации произ

водства. Субъективные перерывы вызваны отклонениями от технологической и трудовой дисциплины. В производственном цикле, таким образом, учитываются перерывы внутрисменные и межсменные. Межсменные перерывы обусловлены режимом работы предприятия и минимальны для непрерывных производств; внутрисменные перерывы вызваны необходимостью переналадки оборудования (объективные перерывы). Кроме того, внутри- сменные перерывы могут возникать при нерациональной организации производственного процесса, сбоях в работе оборудования, несоблюдении сроков поставки на рабочие места сырья, материалов, полуфабрикатов, инструментов, технической документации, невыходе работников на работу, нарушениях трудовой дисциплины (субъективные перерывы).

Продолжительность производственного цикла $T_{п\ ц}$ в укрупненном виде рассчитывается по следующей формуле:

$$T_{л,«} = \text{£ tjcu.i} + X\ 'тр./ + X\ 'кон./ + £\ 'ест,/ + 2\ ^rtep,/ >$$

где $T^{1}_{,,:}$, /=1 — суммарное время осуществления /-го количества технологических операций;

X! 'тр./ /=1 — суммарное время осуществления /-го количества транспортных операций;

SJ^KOH.J 1 = 1 — суммарное время проведения /-го количества контрольных операций;

$\sum_{i=1}^{n_4} t_{ест.i}$ — суммарное время осуществления /-го количества естественных процессов;

$\sum_{i=1}^{n_5} t_{пер.i}$ — суммарное время /-го количества межсменных и внутрисменных перерывов. — соответственно число технологических, транспортных, контрольных операций, естественных процессов, межсменных и внутрисменных перерывов.

Как отмечено выше, продолжительность производственного цикла определяется тремя группами влияющих на нее факторов.

Вид экономической деятельности предприятия, степень сложности производимой продукции, а также прогрессивность оборудования и технологических процессов, параллельность осуществления операций технологического процесса определяют время рабочего периода. Совершенствование оборудования, технологии и организации производственного процесса положительно влияет на сокращение продолжительности производственного цикла. В ходе организации производственного процесса обеспечивается выбор вида движения сырья, материалов, полуфабрикатов по операциям разработанной технологии. Это может быть последовательное, параллельное или параллельно-последовательное движение.

При *последовательном движении* сырья, материалов и полуфабрикатов обработка партии на следующей операции не осуществляется до тех пор, пока не закончится обработка ее на предыдущей операции. Такая организация осуществления движения сырья, материалов и полуфабрикатов по операциям производственного процесса настолько удлиняет технологическое время, насколько велика партия изделий. Помимо этого, последовательное сочетание операций технологического процесса способствует созданию запасов сырья, материалов, полуфабрикатов, комплектующих изделий, что вызывает увеличение потребности в оборотных средствах.

Параллельное движение сырья, материалов и полуфабрикатов значительно экономит время, поскольку предметы труда поштучно, сразу после обработки на предыдущей операции, передаются на следующую. Параллельное движение предметов труда по операциям технологического процесса применяется для внедрения системы «точно в срок» на предприятиях японской промышленности. Это такая система организации и управления производством, при которой сырье, материалы, полуфабрикаты и комплектующие изделия производятся и поставляются точно в тот момент времени, когда готова начаться следующая операция обработки или сборки. Подобная система позволяет не только сократить продолжительность производственного цикла, но и максимально уменьшить запасы полуфабрикатов и соответственно затраты на их хранение. Основной проблемой во внедрении системы «точно в срок» является необходимость выработки высокой степени кооперации и координации с каждым внешним поставщиком сырья, материалов, полуфабрикатов и комплектующих изделий для поставки их малыми партиями через короткие промежутки времени. Невозможность подобной координации с поставщиками в условиях большой территориальной разобщенности, вызывающей многократное увеличение транспортных расходов, делает эту систему

практически нереализуемой в отечественной практике. Поэтому параллельное движение сырья, материалов и полуфабрикатов по операциям производственного процесса используется в локальном (на уровне участков и цехов), а не глобальном (на уровне взаимодействия предприятия со смежниками) масштабе.

Параллельно-последовательное движение сырья, материалов и полуфабрикатов по операциям производственного процесса представляет собой комбинацию последовательного и параллельного. Здесь обработка сырья, материалов и полуфабрикатов на последующей операции начинается раньше, нежели она закончена для всей партии на предыдущей операции.

Рациональная организация производственного процесса в пространстве и во времени позволяет значительно повысить его эффективность и положительно влияет на конечные результаты деятельности предприятия.

Выводы

1. Деятельность каждого предприятия базируется на производственном процессе. Производственный процесс формируется из совокупности разнонаправленных технологических процессов.
2. Технологический процесс — это часть производственного процесса, которая представляет собой целенаправленное воздействие на предмет труда с целью его изменения.
3. В соответствии с технологическими особенностями и отраслевой принадлежностью производственные процессы могут быть синтетическими, аналитическими и прямыми.
4. Особенность производимой продукции и востребованность ее рынком позволяют сгруппировать производственные процессы в четыре категории: перерабатывающее производство; массовое; производство небольших партий товара, пользующегося незначительным спросом на рынке; производство товара единичными экземплярами. Кроме того, есть несколько смешанных производственных процессов, сочетающих в себе элементы массового производства и производства небольшими партиями (групповое производство; гибкие автоматизированные системы).
5. Вне зависимости от технологической направленности и особенностей выпускаемой продукции все производственные процессы делятся на основные, вспомогательные и обслуживающие.
6. Отличительной чертой вспомогательных и обслуживающих процессов является то, что они могут выполняться как самим предприятием, так и специализированными фирмами.
7. По степени автоматизации производственные процессы делятся на ручные, машинно-ручные, механизированные, автоматизированные.
8. Организация производственного процесса в условиях рынка базируется на соблюдении принципов специализации и кооперирования, пропорциональности, непрерывности и параллельности, прямоточности, повторяемости, гибкости, комплексности и системности.

9. Производственный цикл — это время изготовления определенного вида продукции. Его протяженность определяется с момента запуска сырья и материалов в производство до выхода готовой продукции (единицы или партии).

10. Состав и структура элементов производственного цикла определяются особенностями технологического процесса изготовления продукции, продолжительность которого складывается из рабочего времени и перерывов.

11. В повышении эффективности производственного процесса важно сокращение продолжительности производственного цикла. Для этого необходимо совершенствование оборудования и технологии, а также организации производственного процесса.

12. В ходе организации производственного процесса выбирается вид движения сырья, материалов, полуфабрикатов по операциям разработанной технологии. Движение может быть последовательное, параллельное и параллельно-последовательное.

Вопросы для самоконтроля

1. Дайте определение процесса производства. Что такое технологический процесс?
2. Приведите классификацию технологических процессов.
3. Чем отличается синтетический производственный процесс от аналитического?
4. Как группируются производственные процессы в зависимо - сти от особенности продукции и востребованности ее рынком?
5. Что собой представляет групповое производство, групповые технологии?
6. Что такое гибкие автоматизированные производства? Как в них используется групповая технология?
7. В чем отличительная черта вспомогательных и обслуживающих процессов?
8. Перечислите принципы организации производственного процесса.

Глава 12 Организация производства: типы, формы и методы

12.1 Понятие «производство». Производственная структура предприятия

Производство — это *процесс создания материальных благ, необходимых для существования иразвития общества.*

Содержание производства определяет *трудовая деятельность,* предполагающая три составляющие:

- ♦ целесообразную работу, или сам труд;
- ♦ предметы труда, т.е. все то, на что направлена рациональная деятельность человека (сырье, материалы, полуфабрикаты и т.п.);
- ♦ средства (орудия) труда (машины, оборудование, инструмент и т.п.), с помощью которых человек преобразует предметы труда, приспосабливая их для удовлетворения своих потребностей.

Продукт материального производства — *материальное благо,* которое представляет собой соединение вещества природы и труда.

Современное производство развивается в условиях непрерывного научно-технического прогресса, главным содержанием которого являются информатизация и автоматизация производства.

Каждое предприятие состоит из производственных подразделений — цехов, участков, обслуживающих хозяйств, органов управления. В состав предприятий могут также входить организации и учреждения, призванные удовлетворять нужды работников и членов их семей.

Производственные подразделения предприятия — цехи, участки, обслуживающие хозяйства и службы, прямо или косвенно участвующие в производственном процессе, взаимосвязи между ними, принятые в совокупности, составляют ***производственную структуру предприятия.***

Она предопределяет уровень производительности труда и издержек производства, эффективность эксплуатации и использования природных богатств и техники при данных технико- экономических и экономико-географических условиях материального производства.

Общая структура предприятия — понятие более широкое. Она включает весь комплекс производственных подразделений, организаций по управлению предприятием и обслуживанию работников, их число, взаимосвязи и соотношения между ними по численности работников, размеру занятых площадей, пропускной способности. При этом к

производственным подразделениям относятся цехи, участки, лаборатории, в которых изготавливается, проходит контрольные проверки и испытания основная продукция, выпускаемая предприятием, используются комплектующие изделия, приобретаемые со стороны, материалы и полуфабрикаты, запасные части для обслуживания изделий и ремонта в процессе эксплуатации, вырабатываются различные виды энергии для технологических целей и т.п.

К подразделениям, *обслуживающим работников,* относятся отрасли технического обучения и учебные заведения, занимающиеся повышением производственной квалификации, образовательного и культурного уровня рабочих, инженерно-технических работников, служащих. К обслуживающим подразделениям могут также относиться жилищно-коммунальные отделы и службы, столовые, буфеты, детские учреждения, пансионаты, дома отдыха, профилактории, медсанчасти, добровольные спортивные обществ' и др., если таковые имеются и состоят на батансе предприятия.

Перед каждым предприятием стоит задача построения рациональной производственной и общей структуры. Это осуществляется в следующем порядке:

1) устанавливаются состав цехов предприятия и их мощность в масштабах, обеспечивающих намечаемый выпуск продукции;

2) рассчитываются площади для каждого цеха, склада, определяются пространственные расположения их в генеральном плане предприятия;

3) планируются все транспортные связи внутри предприятия, их взаимодействие с внешними путями;

4) намечаются кратчайшие маршруты межцехового передвижения предметов труда в ходе производственного процесса.

Основной структурной производственной единицей предприятия является *цех* (или участок) — обособленное в административном отношении звено, выполняющее определенную часть общего производственного процесса.

В машиностроении, так же как и в некоторых других отраслях, цехи, как правило, подразделяются на четыре группы: основные, вспомогательные, подсобные и побочные.

В *основных цехах* выполняются операции по изготовлению продукции, предназначенной для реализации. В машиностроении основными цехами могут быть заготовительные, обрабатывающие и сборочные. К заготовительным цехам относятся литейные, кузнечно-штамповочные, кузнечно-прессовые, цехи сварных конструкций. Обрабатывающие цехи включают меха- нообрабатывающие, деревообрабатывающие, термические, гальванических, лакокрасочных, защитных и декоративных покрытий деталей. К сборочным принадлежат цехи агрегатной и окончательной сборки изделий, их окраски и комплектации запасными частями и съемным оборудованием.

Большую группу составляют *вспомогательные* цехи. В машиностроении к ним относятся инструментальный, нестандартного оборудования, модельный, ремонтный, энергетический, транспортный.

Подсобными являются цехи, изготовляющие тару для упаковки продукции, выполняющие консервацию продукции, ее упаковку, погрузку и отправку потребителю.

Наконец, различают так называемые побочные цехи, занимающиеся утилизацией и переработкой металлоотходов методами литья и прессования металлической стружки в брикеты, а также цехи товаров широкого потребления.

Определенное место в структуре машиностроительных заводов занимают складское хозяйство, а также санитарно-технические устройства и коммуникации (электросети, газо- и воздухопроводы, отопление, вентиляция и др.).

Помимо этих цехов на многих крупных машиностроительных заводах имеются непроизводственные цехи, службы и отделы, обслуживающие непромышленные хозяйства (коммунальное, культурно-бытовое, жилищное и др.).

Особую роль в производственной структуре предприятия играют научные и научно-исследовательские подразделения (конструкторские и технологические подразделения, научно-исследовательские институты и лаборатории). В них разрабатываются технологические процессы, чертежи будущих машин и оборудования, проводятся экспериментальные работы, доводятся конструкции изделий до полного соответствия требованиям ГОСТ, технических условий (ТУ). В этих подразделениях наиболее наглядно проявляется связь науки с производством.

Важными структурными производственными единицами на предприятии являются производственные участки. Они подразделяются на основные и вспомогательные.

Основные производственные участки создаются по технологическому или предметному принципу. На участках, организованных по принципу технологической специализации, выполняют технологические операции определенного вида. Так, в литейном цехе это могут быть участки по изготовлению стержней, литейных форм, обработке готового литья и пр.; в механическом цехе — токарный, фрезерный, шлифовальный, слесарный; в сборочном — участки узловой и окончательной сборки изделий, испытаний их частей и систем, малярный участок и др.

К *вспомогательным* относятся участки главного механика и главного энергетика по текущему ремонту и обслуживанию металлообрабатывающего и энергетического оборудования; инструментально-раздаточная кладовая с заточной мастерской; транспортная служба и т.п.

Вспомогательные цехи и участки организуются по тем же признакам, что цехи и участки основного производства.

12.2 Типы производства

Под ***типом производства*** понимают *комплексную характеристику особенностей организации, техники иэкономики производства.*

На тип производства оказывает влияние ряд факторов: широта номенклатуры и уровень специализации, масштабность производства, стабильность выпускаемой продукции и др.

Различают три типа производства: единичное, серийное и массовое.

Единичное производство характеризуется малым (штучным) объемом выпуска разнообразной и непостоянной номенклатуры продукции ограниченного потребления. Как правило, повторный выпуск и ремонт этой продукции не предусматривается.

Серийное производство характеризуется одновременным изготовлением сериями широкой номенклатуры однородной продукции, выпуск которой повторяется в течение продолжительного времени. При этом под серией понимается выпуск ряда конструктивно одинаковых изделий, запускаемых в производство партиями (сериями), одновременно или последовательно, непрерывно в течение определенного планового периода.

Массовому производству свойственны непрерывность и относительно длительный период изготовления ограниченной номенклатуры однородной продукции в значительных количествах.

Сравнительная характеристика типов производства представлена в табл. 12.1.

Таблица 12.1. Сравнительная характеристика типов производства

Сравниваемый признак	7мл *производства*		
	единичный	*серийный*	*массовый*
Номенклатура и объем выпуска	Неограниченная номенклатура деталей, изготовляемых по заказу	Широкая номенклатура деталей, изготовляемых партиями	
Повторяемость выпуска	Универсальное	Закрепляется ограниченное число деталеопераций По	повторяется В основном
Применяемое оборудование	Отсутствует	группам для обработки конструктивно и технологически однородных деталей	специальное Закрепляются одна-две операции
Закрепление операций за станками	По группам однородных станков	Ограниченная номенклатура деталей, изготовляемых в большом объеме	По ходу технологического процесса обработки деталей
Расположение оборудования	Периодически повторяется		
Отсутствует	Универсальное, частично		
Передача предметов операции на операцию	Последовательная	Параллельно- последовательная	труда с
Форма организации производственного процесса	Технологическая	Предметная, групповая, гиб- кая предметная	Прямолиней-
	пецииальное	Постоянно	Параллельная

Источник: Организация производства на предприятии: Учебник / Под ред. О.Г. Туровца и Б.Ю. Сербиновского. — Ростов-на-Дону: МарТ, 2002. — С. 219.

Как видно из таблицы, *единичное, мелкосерийное производство* характеризуется изготовлением деталей и изделий неограниченной, широкой номенклатуры. Этот тип производства должен быть достаточно гибким, здесь отсутствует повторяемость выпуска, применяется последовательная передача предметов труда с операции на операцию.

Оборудование и оснастка здесь применяются универсальные, что обеспечивает изготовление деталей требуемой широкой номенклатуры. В операциях участвуют рабочие высокой квалификации, так как им приходится выполнять разнообразные работы. Производственные участки здесь выстраиваются по технологиче-

скому принципу, а оборудование расставляется по однородным группам. В условиях единичного, мелкосерийного производства возрастают требования к оперативно-производственному планированию. Здесь необходимо осуществлять жесткий контроль за прохождением каждой детали по операциям производственного процесса. Возникают также сложности в обеспечении возможно более полной загрузки рабочих мест.

В условиях единичного, мелкосерийного производства относительно возрастает себестоимость изготовления деталей и изделия в целом. Это происходит прежде всего за счет высокой трудоемкости и, следовательно, высокого удельного веса затрат на заработную плату рабочих в структуре себестоимости. Поэтому основной задачей здесь является по возможности использование серийных методов организации производства и труда, главным образом за счет применения конструктивной тождественности комплектующих деталей, узлов и изделий в целом.

Серийное производство характеризуется широкой номенклатурой деталей, изготовляемых партиями, сериями. Периодически выпуск таких деталей повторяется, что позволяет использовать наряду с универсальным и специальное, более высокопроизводительное оборудование. Передача предметов труда здесь осуществляется параллельно-последовательным, более производительным методом, за станками закрепляется ограниченное число деталеопераций, а само оборудование располагается по группам для обработки конструктивно и технологически однородных деталей. В результате в условиях серийного производства по сравнению с единичным снижается трудоемкость изготовления изделий и их себестоимость: ускорение обработки деталей позволяет уменьшить объем незавершенного производства. Серийный тип организации производства приближается к поточному, массовому.

Массовое производство — наиболее эффективное и высокопроизводительное. Главное преимущество здесь — ограниченная номенклатура деталей, изготовляемых в значительных объемах и постоянно повторяющихся. Это позволяет применять специальное, высокопроизводительное оборудование, которое располагается по ходу технологического процесса обработки деталей. В таких условиях появляется возможность максимально механизировать и автоматизировать процессы производства, применять автоматические поточные линии. За каждым станком закрепляются одна-две операции, на которых можно использовать рабочих средней квалификации. Широко используется параллельная передача предметов труда с операции на операцию.

Вместе с тем в условиях массового производства возрастает значение четкого оперативно-производственного планирования, обеспечения ритмичности производства. Поэтому массовое производство наиболее производительно, здесь относительно низкая себестоимость выпускаемых изделий.

Естественно, что применение того или иного типа производства диктуется особенностями номенклатуры и объемом намечаемой к

изготовлению продукции. Вместе с тем следует стремиться использовать элементы серийного производства в единичном и массового — в серийном производстве.

12.3 Формы организации производства

Выше мы говорили о формах организации производственного процесса и соответствующих им методах передачи предметов труда с операции на операцию. Таким образом,

форма организациипроцессапроизводства представляет собой *определенное сочетание во времени и в пространстве элементов этого процесса —предметов труда.*

Напомним, что единичному производству соответствует технологическая форма организации с последовательной передачей предметов труда с операции на операцию; серийному производству — предметная, групповая или гибкая предметная форма с параллельно-последовательным методом движения предметов труда; и наконец, массовому типу производства свойственна прямолинейная форма с параллельной передачей деталей с операции на операцию.

Рассмотрим эти формы организации производства более подробно.

Организация производства с последовательной передачей предметов труда представляет собой процесс, в ходе которого предметы труда передаются на каждую последующую операцию лишь после окончания обработки всей партии деталей на предшествующей операции. Эта форма наименее производительна, производственный цикл здесь затягивается, так как детали, прошедшие обработку, пролеживают в ожидании окончания обработки всей партии. Вместе с тем преимуществом данной формы служит ее гибкость по отношению к изменениям производственной программы, что нередко является объективной необходимостью.

Параллельная организация производства позволяет запускать в обработку и передавать на следующую операцию предметы труда без какой-либо задержки, поштучно, по мере окончания обработки данной детали на данном станке. Таким образом, детали не пролеживают в ожидании обработки всей партии, что сокращает длительность производственного цикла, уменьшает объем незавершенного производства. Однако различия в длительности отдельных операций могут приводить к простою оборудования и рабочих.

Наиболее прогрессивная, оптимальная форма организации производства — *параллельно-последовательная.* Она содержит в себе преимущества и параллельной, и последовательной форм организации производства. Так, предметы труда с операции на операцию передаются так называемыми *транспортными партиями.* Партии деталей проходят по операциям

параллельно. Оборудование здесь расположено по направлению движения обрабатываемых деталей, его количество определяет величину необходимой производственной площади. В результате обеспечивается максимальная непрерывность использования оборудования и рабочей силы, что позволяет достигнуть относительно высокого уровня производительности труда и низкого уровня себестоимости изготовляемой продукции.

В современных условиях на машиностроительных предприятиях все большее распространение получают такие формы организации производства, как гибкие и блочно-модульные. *Гибкие формы* позволяют быстро переналаживать производство на изготовление других деталей и изделий. *Блочно-модульная форма* позволяет сконцентрировать на отдельном производственном участке весь комплекс технологического оборудования, необходимого для непрерывного производства ограниченной номенклатуры деталей и изделий.

На основе расчетов рациональной потребности в ресурсах, с поставкой их в определенные сроки, достигается непрерывность процесса производства. Рассчитывается и обеспечивается сопряженность по мощности и загрузке между заготовительными, металлообрабатывающими и сборочными производствами. В условиях блочно-модульной формы организации производства возрастают роль и ответственность коллектива работников за результаты своего труда, комплексно реализуются вопросы организации производства, труда и управления. При этом достигается наивысший уровень производительности труда, эффективности всего производства.

12.4 Методы организации производства

Совокупность способов, приемов и правил оптимального сочетания основных элементов производственного процесса в пространстве и во времени на всех стадиях производства представляют собой методы организации производства.

С учетом особенностей типов различаются методы организации:

- ♦ индивидуального и мелкосерийного производства;
- ♦ крупносерийного и массового производства (поточный метод);
- ♦ синхронизированного производства.

Метод организации индивидуального и *мелкосерийного производства* предполагает:

- ♦ отсутствие специализации рабочих мест;
- ♦ применение универсального оборудования и расположение его группами по функциональному назначению;
- ♦ перемещение деталей с операции на операцию последовательно, партиями.

Рабочее место в этих условиях узко специализировано, для него требуется лишь один набор инструментов и незначительное число универсальных приспособлений. В течение смены к рабочему месту несколько раз подводят детали и забирают их уже обработанными. Транспортное обслуживание рабочего места при этом должно быть исключительно четким и гибким.

Метод организации индивидуального и серийного производства предполагает планирование производственных участков по видам работ: токарных, револьверных, фрезерных, шлифовальных, слесарных и др. Соответственно располагается и оборудование, обеспечивая последовательное перемещение деталей с операции на операцию.

В условиях индивидуального и мелкосерийного производства относительно велика длительность производственного цикла, вся партия деталей пролеживает, дожидаясь обработки последней детали в партии. Отсюда необходимость в дополнительных производственных площадях, относительно велики размеры незавершенного производства и, соответственно, оборотных средств.

Организация крупносерийного и *массового производства* поточным методом более прогрессивна. Однако этот метод может применяться лишь при изготовлении значительного числа изделий одного наименования в относительно длительный период времени. Конструкция изделия должна быть технологична, изделие можно делить на конструктивно-сборочные единицы; затраты времени по операциям должны быть синхронизированы, т.е. быть одинаковыми; необходимо обеспечить непрерывную подачу материалов, деталей к рабочим местам; оборудование должно быть загружено максимально полно. В этом случае обеспечиваются относительно низкие издержки производства, высокое качество выпускаемой продукции.

ДЛЯ обеспечения четкой организации поточного производства выполняются определенные расчеты и подготовительные работы.

Прежде всего рассчитываются такт потока и обратная ему величина — темп потока. Такт потока (/) — это промежуток времени между запуском двух смежных изделий на поточной линии:

где i— такт потока (мин, ч);

Щ — действительный фонд времени работы поточной линии за определенный период времени (как правило, за год, месяц или сутки, час); при этом учитываются потери времени на плановый ремонт оборудования и регламентированные перерывы (естественные надобности и др.); *N* — объем запланированной к выпуску продукции за тот же расчетный период в натуральных единицах (шт., метры и т.д.).

Темп потока (7) характеризует интенсивность труда работающих и рассчитывается по формуле

$$T = \frac{N}{F_д}.$$

Затем определяется потребность в оборудовании и коэффициент загрузки рабочих мест.

Наиболеепрогрессивным считаетсяметод *организации синхронизированного производства.* В условиях применения этого метода интегрируется ряд традиционных функций организации производственного процесса: оперативно-производственное планирование, контроль складских запасов, управление качеством продукции. Создается непрерывно-поточное многопредметное производство, в котором требуемая деталь поставляется к месту последующей операции точно в необходимое время.

При методе синхронизированного производства выполняется ряд правил:

- ♦ изготовление продукции небольшими партиями;
- ♦ переход от участковой и цеховой структуры производства к предметно-специализированным подразделениям;
- ♦ применение групповой технологии, позволяющей сократить время подготовки и наладки оборудования для выполнения определенных, специализированных операций;
- ♦ передача функций управления производством той или иной продукции непосредственно исполнителям.

Принципиальное отличие данного метода от остальных заключается в том, что сборочный цех или участок определяет количество и порядок запуска деталей и изделий в производство. Ни одна деталь, ни одна заготовка не изготавливается до того, как возникает потребность в ней на окончательной сборке. С этой целью план- график выпуска продукции устанавливается только для сборочного участка, цеха.

0. Г. Туровец и др. предлагают реализовать в отечественном машиностроении принципы, положенные в основу метода синхронизированного производства в несколько этапов[1].

Первый этап. Создание условий, позволяющих обеспечить бесперебойное снабжение необходимыми материальными ресурсами.

Второй этап. Организация запуска деталей в производство партиями, размер которых определяется потребностями сборки исходя, как правило, из трех- или пятидневного выпуска изделий.

Третий этап. Организация работы по принципу «за качество отвечает рабочий, бригада, цех; личное клеймо — каждому рабочему».

Четвертый этап. Установление порядка, при котором рабочий занят выполнением своей основной работы при условии, что в этом есть

необходимость. В противном случае этого рабочего надо использовать там, где имеется дефицит рабочей силы.

Производственное задание должно быть обязательно выполнено. Если оно не выполнено, рабочий или бригада выполняют его в сверхурочное время, в тот же день. Каждый случай срыва задания должен быть рассмотрен и проанализирован на собрании бригады, участка, цеха, с обязательным участием конкретных виновников невыполнения задания.

Не случайно основные принципы организации синхронизированного производства были разработаны в 1960-е годы в такой прогрессивной компании, как Toyota. Здесь отказались от производства продукции крупными партиями и обратились к созданию непрерывно-поточного многопредметного производства. Результаты внедрения этого метода полностью себя оправдали.

Выводы

1. Производство — это процесс создания материальных благ, необходимых для существования и развития общества. Содержание

производства определяет трудовая деятельность, включающая сам труд, предметы труда и средства (орудия) труда.

2. Производственные подразделения предприятия, прямо или косвенно участвующие в производственном процессе, взаимосвязи между ними, принятые в совокупности, составляют производственную структуру предприятия.

3. Общая структура предприятия — понятие более широкое. Она включает в себя весь комплекс производственных подразделений, организацию по управлению предприятием и обслуживанию работников, их число, взаимосвязи и соотношения между ними.

4. Важнейшей задачей предприятия (организации) является построение его рациональной производственной и общей структуры.

5. Совокупность способов, приемов и правил оптимального сочетания основных элементов производственного процесса в пространстве и во времени на всех стадиях производства представляет собой методы организации производства.

6. Основной структурной производственной единицей предприятия является цех (или участок) — обособленное в административном отношении звено, выполняющее определенную часть общего производственного процесса.

7. В машиностроении, так же как и в некоторых других отраслях, цехи, как правило, подразделяются на четыре группы: основные, вспомогательные, подсобные и побочные. В основных цехах выполняются операции по изготовлению продукции, предназначенной для реализации.

8. Особую роль в производственной структуре предприятия играют научные и научно-исследовательские подразделения: конструкторские и технологические, научно-исследовательские институты и лаборатории.

9. Под типом производства понимают комплексную характеристику особенностей организации, техники и экономики производства. Различают три типа производства: единичное, серийное и массовое.

10. Наиболее эффективное и высокопроизводительное — массовое производство. Здесь за счет повторяющихся значительных объемов производства появляется возможность применять специальное высокопроизводительное оборудование, передовые технологические процессы, прогрессивные методы организации производства и труда.

11. Форма организации процесса производства представляет собой определенное сочетание во времени и в пространстве элементов этого процесса. Различают последовательную, параллельную и параллельно-последовательную формы организации производства.

Глава 12. Организация производства: типы, формы и методы

Вопросы для самоконтроля

1. Что представляет собой производство? Какие производственные подразделения предприятия вы знаете?
2. Что составляет производственную, общую структуру предприятия?
3. На какие группы подразделяются цехи машиностроительного предприятия?
4. Какие научные и научно-исследовательские подразделения предприятия вы знаете? Какова их роль в успешной деятельности предприятия?
5. Что понимают под типом производства? Какие типы производства вам известны?
6. Приведите краткую характеристику типов производства. В чем их особенности?
7. Какой из типов производства и почему наиболее производителен?
8. Какие формы организации производства вы знаете и в чем особенности каждой формы?
9. Какие методы организации производства вы знаете? В чем их содержание?

Глава

Производственная структура и инфраструктура предприятия

13.1 Факторы, определяющие производственную структуру предприятия

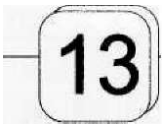
Основу деятельности предприятия составляет производственный процесс. Он складывается из ряда более мелких процессов, направленных на изготовление продукции, выполнение работ и оказание услуг. С определенной условностью их можно классифицировать как основные, вспомогательные и обслуживающие процессы.

Структурными подразделениями предприятия служат цехи, участки и службы. Как правило, основным подразделением предприятия является цех. В соответствии с характером процессов труда на предприятии обычно существуют основные, вспомогательные и обслуживающие цехи, рассмотренные выше.

Структурные единицы предприятия и создают единство взаимосвязанного производственного процесса.

Система устойчивого взаимодействия между подразделениями предприятия (участками, цехами), обусловленная сложившимся разделением и кооперацией труда, образует производственную структуру ***предприятия.***

Важную роль в производственной структуре предприятия на определенном этапе развития научно-технического прогресса играют конструкторские и технологические подразделения, научно-исследовательские отделы и лаборатории, осуществляющие научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР). Наличие такого подразделения в структуре предприятия позволяет ему заниматься инновационной деятельностью, направленной на расширение ассортимента продукции и повышение ее качества, что способствует усилению конкурентных позиций предприятия.



Производственная структура предприятия является формой организации производственного процесса на нем и оказывает значительное влияние на экономику предприятия. Производственная структура существенно определяет непрерывность производственного процесса, ритмичность изготовления продукции, сокращение размера незавершенного производства, уровень производительности труда, эффективность использования

материальных и трудовых ресурсов предприятия. Большое влияние производственная структура оказывает и на качество изготовляемой продукции.

К факторам, определяющим производственную структуру предприятия, относятся:

- ♦ уровень разделения труда;
- ♦ уровень специализации и кооперирования производства;
- ♦ степень конкуренции;
- ♦ уровень развития техники, технологии и организации производства;
- ♦ характер производимой продукции, номенклатура, ассортимент и объем выпуска, трудоемкость изготовления продукции;
- ♦ степень вовлеченности в процессы глобализации производства и международное разделение труда.

На рис. 13.1 представлены факторы, которые определяют производственную структуру и ее влияние на результаты производства на предприятии.

Уровень разделения труда характеризует достигнутый прогресс в сфере развития производительных сил. Различают общее, особенное и частное (единичное) разделение труда. Напомним, что под общим разделением труда понимается его разделение на крупные подразделения общественного производства — промышленность, строительство, транспорт и сельское хозяйство. Под особенным разделением труда понимается разделение крупных подразделений на соответствующие отрасли промышленности (например, металлургия, деревообработка, химическая промышленность и т.п.). Под частным, или единичным, разделением труда понимают разделение труда внутри предприятия. Очевидно, что каждый из приведенных типов разделения труда по- своему влияет и на производственную структуру предприятия, и на характер производственно-технологических процессов, уровень квалификации работников и т.п.

Уровень специализации и кооперирования производства, являясь более конкретной формой разделения труда, определяет характер взаимосвязи между подразделениями предприятий.

Степень конкуренции во многом определяет специфику производственной структуры, способствуя ее постоянному совершенствованию и использованию новых технологий, механизмов и прочего оборудования в целях выпуска наиболее конкурентоспособной продукции.



Рис. ***13.1. Факторы, определяющие производственную структуру (стрелкамипоказано направление влияния)***

Каждому этапу развития производительных сил, который в свою очередь определяется уровнем развития техники и технологии производства, соответствует определенная производственная структура предприятия. Она должна соответствовать этому уровню, и только в этом случае будет способствовать повышению эффективности работы предприятия и его конкурентоспособности.

Характер производимой продукции, номенклатура, ассортимент и объем выпуска, обоснованные расчетами производственной мощ-

ности и предприятия задают необходимую производственную структуру предприятия.

Степень вовлеченности в процессы глобализации производства в последнее время становятся во многом задающими факторами воздействия со стороны мирового рынка на производственную структуру предприятий, которые участвуют в международном разделении труда.

Производственная структура предприятия в любой социально- экономической системе должна обеспечивать:

- ♦ пропорциональность всех подразделений предприятия;
- ♦ соответствие организационной структуре предприятия;
- ♦ соответствие кадровому потенциалу предприятия.

В условиях рыночной экономики к производственной структуре предприятия предъявляются дополнительные требования, она должна быть гибкой и динамичной. Этого требует постоянно меняющаяся внешняя среда, которая может проявиться, например, в виде заметного увеличения спроса на продукцию предприятия, что потребует быстрой и эффективной адаптации подразделений предприятия к возросшему объему производства.

Формирование производственной структуры предприятия — это важный процесс и в организационном, и в экономическом аспектах. Соотношение между основными, вспомогательными и обслуживающими цехами по численности занятых в них рабочих, по занимаемой производственной площади должно отражать приоритетное значение основных цехов в структуре предприятия: ведь именно здесь осуществляются все стадии технологического цикла изготовления продукции. Но высокий уровень механизации и автоматизации процессов в основных цехах позволяет снижать трудоемкость изготовления продукции, поэтому численность занятых во вспомогательных и обслуживающих цехах превышает численность работников основного производства. Снижение издержек производства потребует повышения уровня комплексной механизации и автоматизации вспомогательных и обслуживающих процессов на предприятии, что позволит усовершенствовать производственную структуру.

Предприятия различных отраслей промышленности имеют разную производственную структуру. Даже внутри одной отрасли производственная структура отличается большим разнообразием.

Вопрос о проектировании производственной структуры решается при строительстве новых предприятий, их реконструкции и техническом перевооружении, при освоении новой продукции.

Различают три модели построения производственной структуры предприятия: предметную, технологическую и смешанную. На рис. 13.2 представлена производственная структура предприятия, в которой выделяется собственно производственная структура предприятия и бизнес-структура.



Рис. 13.2. Квалификация видов производственной структур ыпредприятия

При *предметной структуре* производственные подразделения строятся по признаку изготовления в них определенного изделия. В этом случае в одном цехе осуществляются несколько разнородных технологических процессов, сосредоточивается оборудование разных типов для выполнения основных операций по изготовлению продукции. Этот тип производственной структуры типичен для предприятий крупносерийного и массового производства (например, автомобилестроения). В качестве преимуществ предметного признака построения производственной структуры можно назвать применение поточных методов производства, высокопроизводительного оборудования, возможности комплексной механизации и автоматизации производственных процессов. Эти преимущества способствуют росту производительности труда, увеличению выпуска продукции и снижению себестоимости.

В основу создания *технологической* производственной *структуры* положен технологический принцип, когда цехи выполняют комплекс однородных технологических операций по изготовлению или обработке самых различных деталей для всей продукции завода. К таким производственным структурам относятся большинство заготовительных цехов. Так, прессовый цех выполняет технологически однородные операции по обработке предметов труда методом

давления, изготовляя самые разнообразные по весу и форме заготовки для всех изделий предприятия. С увеличением масштабов производства углубляется технологическая специализация цехов. К преимуществам такой структуры относят: простоту руководства производственным звеном, возможность быстрого перехода с одной номенклатуры изделия на другую, возможность высокой загрузки оборудования. Недостатки технологической структуры в том, что руководство цеха несет ответственность только за определенную часть производственного процесса, не отвечая за качество изделия в целом, усложняются взаимосвязи между участками и цехами предприятия, возникает необходимость частой переналадки оборудования.

Технологическая специализация цехов увеличивает длительность производственного цикла и в целом не способствует снижению себестоимости продукции. Технологическая производственная структура характерна для предприятий единичного и мелкосерийного типа производства, выпускающих разнородную и неустойчивую номенклатуру изделий.

Смешанная предметно-технологическая производственная *структура* характеризуется наличием на одном и том же предприятии подразделений, организованных и по предметному, и по технологическому признаку (например, заготовительные цехи организуются по технологическому, а сборочные — по предметному признаку). Преимуществами данной структуры являются: уменьшение числа встречных технологических маршрутов, сокращение длительности производственного цикла, увеличение уровня загрузки оборудования, и в конечном счете — рост производительности труда и снижение себестоимости продукции.

Бизнес-структура характеризует предприятие со стороны его рыночной ориентации, поскольку процесс удовлетворения потребностей потенциального клиента продукцией предприятия и сам производственный процесс становятся взаимообусловленными и тесно взаимосвязанными частями. Здесь производственная бизнес- структура может быть структурирована на бизнес-процессную и структуру по бизнес-единицам.

Бизнес-процессная производственная *структура* предполагает разделение всей производственной структуры предприятия на бизнес-процессы. С позиций всеобщего менеджмента качества, который предполагает подход к каждому ресурсу и явлению на предприятии как к процессу, бизнес-структура представляет всю структуру как совокупность бизнес-процессов. Бизнес-процесс — это относительно автономный процесс, на вход которого подаются трудовые и материальные ресурсы, которые в результате определенного производственно-технологического процесса перерабатываются в другой ресурс, удовлетворяющий требованиям потребителя (внутреннего, если речь идет о получателе этого продукта или услуги внутри предприятия либо внешнего, если этот продукт или услуга выходят на внешнего потребителя (клиента) за пределами предприятия).

Структура по бизнес-единицам создается на основе представления, что предприятие состоит из относительно автономных бизнес-единиц, ответственных за реализацию определенных функций. В зависимости от того, с какими ресурсами оперирует та или иная бизнес-единица, их подразделяют на центры ответственности. Те центры ответственности, которые отвечают только за экономию ресурсов, получили название центров издержек; те центры ответственности, которые, кроме экономии ресурсов, должны соизмерять их с получаемой прибылью, называются центрами прибыли; центры ответственности, которым доверен риск введения новшеств, являются центрами инноваций. Производственная структура предприятия, построенная по такому принципу деления на центры ответственности, и называется структурой предприятия по бизнес-единицам.

13.2 Инфраструктура предприятия

Как известно, термин «инфраструктура» используется для обозначения тех служб предприятия, которые выполняют обеспечивающие функции для нормального функционирования основных профильных видов деятельности предприятия. На рис. 13.3 приведена схема инфраструктуры предприятия.



Рис. 13.3. Общая схема инфраструктурыпредприятия

Инфраструктурой предприятия называются те подразделения, которые обслуживают основное и вспомогательное производство. Это складское и транспортное хозяйство, материально-техническое снабжение на предприятии и организация сбыта продукции. Производственная инфраструктура на предприятии нацелена на обеспечение бесперебойного и эффективного функционирования самого предприятия. В инфраструктуру входят инструментальное хозяйство, ремонтное, материально- техническое снабжение, транспортное хозяйство, организация сбыта продукции и информационные коммуникации на предприятии.

Инструментальное хозяйство создается для обеспечения производства инструментом и технологической оснасткой, организации их хранения, эксплуатации и ремонта. Один из самых сложных видов работ — проектирование и изготовление технологической оснастки. На них приходится более 80% трудоемкости всех работ по подготовке производства[23]. Для изготовления продукции необходимо огромное количество инструментов. Прежде чем организовать производство или приобретение инструмента, необходимо определить потребности в нем. Определение потребности **в** инструменте основано на нормах износа. Норма износа — **это** время работы инструмента до окончательного его износа. На практике используются отраслевые нормативы использования инструмента на 1000 станко- часов или 100 единиц готовой продукции.

Важной функцией организации инструментального хозяйства является регулирование запаса инструмента. **Минимальное** количество инструментов, необходимое предприятию для бесперебойной работы, образует оборотный фонд. Он включает складские запасы в центральном инструментальном складе (ЦИС) и в цеховых инструментальных раздаточных кладовых (ИРК), эксплуатационный фонд на рабочих местах и временно не работающие инструменты (в заточке, ремонте, на восстановлении и проверке). Инструменты **на** рабочих местах и в ИРК — это цеховой оборотный фонд **инструмента,** а если добавить к нему инструменты, находящиеся **в** ЦИС. то мы получим общезаводской оборотный фонд инструментов. Инструменты образуют эксплуатационный цеховой фонд.

Для нормального хранения и своевременной подачи инструментов большое значение имеет организация современного автоматизированного складского хозяйства, **в** котором создается комплексный запас инструментов и обеспечивается бесперебойная их подача в **цехи.** Экономия инструментов достигается улучшением условий их работы и эксплуатации.

Основной задачей ремонтного хозяйства предприятия является обеспечение бесперебойной эксплуатации оборудования. Для поддержания оборудования в состоянии полной **готовности** к работе **на** предприятии должен осуществляться планово-предупредительный ремонт. Различают текущий, средний и капитальный плановый ремонт. Текущий ремонт осуществляется в процессе эксплуатации оборудования, когда происходит замена отдельных частей. Средний ремонт — это более глубокое вмешательство **в** работу оборудования, **с** заменой основных деталей

---

[23] *Экономика* организации (предприятия): Учебник / Под ред. Н.А. Сафронова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Экономишь, 2004. — С. 229.

и узлов. Капитальный ремонт связан **с** полной заменой основных деталей, узлов, трущихся поверхностей. В случае аварийных ситуаций необходим внеплановый ремонт.

Материально-техническое снабжение занимает важное место **в** процессе непрерывного воспроизводства на предприятии. На него приходится значительная часть времени и издержек обращения. Важнейшее значение этого элемента инфраструктуры связано с обеспечением предприятия необходимыми материальными ресурсами **в** соответствии с ритмом и тактом его технологического процесса. Эта служба осуществляет прямую и обратную связь с рынком **в** аспекте закупаемых материалов, она же призвана сокращать время **товаро**движения от поставщика до потребителя, снижать издержки обращения, способствовать минимизации запасов материальных ресурсов.

Материально-техническое снабжение на предприятии предназначено выполнять следующие функции:

- ♦ планирование материально-технического снабжения на основе баланса обоснованной совокупной потребности и покрытия ее ресурсов из различных источников;
- ♦ установление рациональных хозяйственных связей по поставкам продукции на предприятие;
- ♦ организацию и планирование снабжения производственных подразделений предприятия продукцией прозводственно- технического назначения;
- ♦ оперативное регулирование движения материальных ресурсов на основе строгого учета и контроля;

Существуют две формы снабжения: транзитная и складская.

При *транзитной форме* снабжения предприятие получает материал непосредственно от поставщика, что ускоряет доставку и сокращает транспортно-заготовительные расходы; однако ее использование ограничено транзитными нормами отпуска, меньше которых поставщик не принимает заказы к исполнению. Использование такой формы снабжения для материалов с небольшой потребностью приводит к увеличению запасов и связанных с этим расходов.

Обеспечение материальными ресурсами цехов, участков и других подразделений предполагает выполнение следующего комплекса работ:

- ♦ планового установления количественных и качественных заданий по снабжению;
- ♦ подготовки материальных ресурсов к производственному потреблению;
- ♦ отпуска и доставки материальных ресурсов со склада службы снабжения на место ее непосредственного потребления либо на склад цеха;
- ♦ оперативного регулирования снабжения в условиях совершенствования технологических режимов, конструкторской и нормативной документации;
- ♦ строгого учета и контроля за использованием материальных ресурсов в подразделениях предприятия;
- ♦ совершенствования организации материально-технического снабжения на предприятии на основе последних достижений науки и практики.

Материально-техническое снабжение всей номенклатурой материальных ресурсов в большой степени зависит от наличия и комплексности производственных запасов на складах предприятия — от *складского снабжения.* Основная цель планирования запасов является гарантия наличия необходимых видов, объемов и сроков поставки материалов.

Планируются главным образом складские, страховые, минимальные и максимальные запасы.

Складские запасы — те, что находятся на складе в наличии во время проверки и планирования. Объем запасов зависит от поступления материалов на склад и его выдачи со склада.

Страховые запасы — те, что обычно не выдаются в производственный процесс. Это так называемые аварийные запасы, которые гарантируют непрерывность производственного процесса при нарушении поставок или в других затруднительных ситуациях.

Минимальный запас — это объем запасов, при достижении которого поступает сигнал срочного заказа материала. Время подачи заявки на заказ необходимо установить таким образом, чтобы в период до получения заказанного материала страховой резерв остался неприкосновенным.

Максимальный уровень запасов указывает, какие материалы могут быть на складе в максимальном количестве. С его помощью можно избежать чрезмерно завышенного уровня запасов на складе и чрезмерно высоких расходов капитальных вложений, связанных с ведением складского хозяйства.

На практике используется понятие «допустимый минимальный уровень запасов». Это величина, до которой теоретически можно снизить запасы, прежде чем сделать заказ на их пополнение.

Наиболее прогрессивные системы оптимизации материально- технического снабжения включают логистику и систему «канбан».

К логистике относятся все задачи, связанные с управлением, хранением и движением материалов между поставщиками и потребителями.

Основной принцип системы «канбан» — поставка продукции (материальных ресурсов) заказчику способом «точно в срок». На всех фазах производственного цикла требуемые деталь, узел поставляются к месту производственного потребления строго по графику, именно тогда, когда собирается узел, и в том количестве, которое необходимо для ритмичного выпуска строго определенного объема продукции, а узел поставляется тогда, когда он нужен на сборке.

Система сбыта продукции — это завершающая стадия производственного цикла, важнейшего в условиях рынка. Само понятие «сбыт» — это объем реализуемой продукции в заданное время. Сбыт активно влияет на производственную деятельность и качество продукции. Реализация продукции проходит в четыре этапа:

1) заключение договоров на поставку продукции;
2) составление плана реализации;
3) отгрузка продукции потребителям;

4) поступление денег на расчетный счет.

При рассмотрении проблем сбыта предприятие должно располагать не только достоверными данными о спросе на рынке каждого вида производимой продукции, но также и оценкой различных детерминантов спроса. Если на большинство детерминантов спроса предприятие не в состоянии повлиять (налоги, социальные факторы, международный кризис и т.д.), то на ряд факторов оно может оказывать влияние. Такие факторы принято называть *параметрами воздействия на сбыт.* Они делятся на:

- ♦ исходные — цена товара, его качество и упаковка, сервисное обслуживание, место нахождения предприятия, каналы реализации, ассортимент;
- ♦ дополнительные — реклама, деятельность продавцов и торговых агентов;
- ♦ комбинированные.

Неотъемлемым элементом инфраструктуры предприятия является транспортное хозяйство. Его основная задача сводится к своевременному и бесперебойному обслуживанию производства транспортными средствами по перемещению грузов в ходе производственного процесса.

На предприятии, где сложились стабильные и устойчивые грузопотоки (массовое производство), перевозки осуществляются согласно графику, по постоянным маршрутам и с одинаковой интенсивностью. При неустойчивых грузопотоках в условиях серийного и единичного производства перемещение грузов возможно на основе разовых заданий или укрупненного сменного графика.

Выполнение межцеховых перевозок можно осуществлять по веерной или кольцевой схемам. Для первой схемы характерно одностороннее, двухстороннее и веерное движение транспортных средств. При одностороннем движении транспорт перемещается только в одну сторону, например детали перемещаются из одного цеха в другой. При двухстороннем движении осуществляется взаимодействие цехов, например перевозки деталей из механического цеха в термический и обратно. Веерная схема включает склад и поставку материалов и деталей в цехи со склада. Недостаток такой схемы организации перевозок заключается в том, что транспортные средства отправляются со склада в цехи максимально загруженными, а возвращаются пустыми. Это снижает эффективность перевозок. При кольцевой схеме маршрут движения составляют так, чтобы можно было, загрузившись на складе, объехать по очереди цехи и вернуться на склад за новой партией груза.

В современных условиях очень важное значение приобретает такой элемент инфраструктуры предприятия, как информационные коммуникации. Характеризуя ресурсы предприятия, мы обязательно говорим об информационных технологиях. Последние достижения в области информационных технологий могут способствовать совершенствованию обмена информацией на предприятии. Персональный компьютер уже оказал огромное воздействие на информацию, которую руководители, вспомогательный персонал и работники рассылают и получают. Электронная почта дает возможность работникам рассылать письменные сообщения любому

человеку на предприятии. Это должно уменьшить традиционно неиссякаемый поток телефонных разговоров. Кроме того электронная почта — эффективное средство связи между людьми, находящимися в разных организациях, разных городах и даже регионах. Последние нововведения в системах связи позволяют одному человеку направить несколько сообщений разным людям, а затем позвонить и получить ответы на исходные сообщения. В ходе видеоконференций люди, находящиеся в разных местах, в том числе и разных регионах, могут обсуждать всевозможные проблемы, видя собеседника. Но, будучи высокоэффективными, новейшие информационные технологии пока очень дорого стоят.

13.3 Совершенствование производственной структуры предприятия

При поиске путей совершенствования производственной структуры следует иметь в виду сложность этого процесса.

Среди основных путей совершенствования производственной структуры в настоящее время называют следующие[1]:

- поиск и реализацию более совершенного принципа построения производственной структуры (для проектируемых предприятий) и использование резервов улучшения структуры (для действующих предприятий);
- рационализацию соотношения между основными, вспомогательными и обслуживающими цехами;
- улучшение планировки предприятия (соответствие генерального плана предприятия выбранным основным технологическим процессам);
- развитие специализации, кооперирования и комбинирования производства:
- унификацию и стандартизацию процессов и оборудования.

Экономика предприятия: Учебник / Под ред. А.Е. Карлика и М.Л. **Шухгальтера. - М: ИНФРА-М,** 2004. - С. 94.

Поскольку процесс перехода к новой производственной структуре более сложен, чем создание новой организационной структуры, следует определить:

- принципы и методы совершенствования, в соответствии с которыми будет улучшаться производственная структура;
- факторы внутренней и внешней среды, которые нужно принять во внимание (производственная структура должна изменяться в соответствии с изменениями внешней среды);

♦ тенденций совершенствования производственной структуры.

Основной тенденцией совершенствования организационной структуры является переход от линейно-функциональной к дивизиональной и матричной; в отношении производственной структуры это выражается в углублении финансовой самостоятельности и ответственности производственных подразделений предприятия, т.е. в превращении их в центры финансового учета (прибыли и затрат). В этом понимании эффективность деятельности определяется не качеством выполнения закрепленных за ним функций, а финансовыми результатами.

В перспективе предприятия должны перейти к такой производственной структуре, где отсутствуют заготовительные и инструментальные цехи, где сокращено число механических и ремонтных цехов. Одной из современных тенденций совершенствования производственной структуры в настоящее время продолжает оставаться формирование гибких производственных процессов. Производственная структура предприятия, состоящая из гибких модулей, нацеленных на изменяющиеся потребности, отражает новый характер производства как клиенто-ориентированного, что соответствует новым тенденциям создания совершенной производственной структуры. На это направлены и такие способы и формы ее изменения, как реинжени- ринг бизнес-процессов, всеобщая система управления качеством по международным стандартам ISO9000 в ее различных модификациях.

Выводы

1. Необходимым условием эффективной работы предприятия является построение рациональной производственной структуры. Система устойчивого взаимодействия между подразделениями предприятия (участками, цехами), обусловленная сложившимся разделением и кооперацией труда, образует производственную структуру предприятия.

2. Производственная структура существенно определяет непрерывность производственного процесса, ритмичность изготовления продукции, сокращение размера незавершенного производства, уровень производительности труда, эффективность использования материальных и трудовых ресурсов предприятия.

3. К факторам, которые определяют производственную структуру предприятия, относятся характер производимой продукции, номенклатура, ассортимент и объем выпуска; уровень специализации и кооперирования производства; уровень развития техники, технологии и организации производства и трудоемкость изготовления продукции.

4. Производственная структура предприятия в любой социально-экономической системе должна обеспечивать пропорциональность всех подразделений предприятия, соответствие организационной структуре и

Глава 13. Производственная структура и кадровый потенциал предприятия

предприятия должна быть гибкой и динамичной.

5. Те подразделения, которые обслуживают основное и вспомогательное производство, называются инфраструктурой предприятия. Сюда входят складское и транспортное хозяйство, материально-техническое снабжение на предприятии и организация сбыта продукции. Производственная инфраструктура предприятия должна обеспечить бесперебойное и эффективное функционирование самого предприятия.

6. Определяя направления совершенствования производственной структуры, нужно учесть, что, поскольку переход к новой производственной структуре — процесс более сложный, чем создание новой организационной структуры, следует определить принципы и методы совершенствования, в соответствии с которыми будет улучшаться производственная структура, факторы внутренней и внешней среды, которые нужно принять во внимание, а также тенденции совершенствования производственной структуры.

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое производственная структура предприятия?
2. Назовите факторы, определяющие производственную структуру предприятия.
3. Какие виды производственных структур вы знаете? Назовите их преимущества и недостатки.
4. Какие требования предъявляются к производственной структуре предприятия?
5. Какое значение имеет совершенствование производственной структуры для предприятия?
6. Для чего предназначена инфраструктура предприятия?
7. Перечислите основные направления совершенствования производственной структуры и инфраструктуры предприятия.

Глава 14

Общественные формы организации производства

14.1 Концентрация производства и масштабы предприятий

Сущность и формы концентрации производства. Уровень развития производительных сил и производственных отношений общества характеризуется степенью разделения труда и его обобществления.

Разделение и обобществление труда выражаются непосредственно в производственных процессах в виде дифференциации и концентрации операций по изготовлению продукции, а на уровне общественного производства в целом — в отраслевой дифференциации и концентрации производства. *Отраслевая дифференциация* выражается в росте числа отраслей производства, а концентрация — в сосредоточении производства на крупных предприятиях как в рамках каждой отрасли, так и в более широких границах, включающих производственные процессы разных отраслей.

Основная форма общественной организации производства — *концентрация,* т.е. сосредоточение производства во все более крупных предприятиях. Это определение раскрывает две стороны процесса концентрации — укрупнение предприятий (абсолютная концентрация) и распределение общего объема производства между предприятиями разных масштабов (относительная концентрация). *Абсолютная концентрация* характеризует масштабы производственных единиц, *относительная* — долю крупных предприятий в общем объеме производства отрасли, промышленности **в** целом. Абсолютная концентрация лежит в основе относительной и служит предпосылкой ее развития. Вместе с тем масштабы предприятий не остаются постоянными, а изменяются под влиянием научно- технического процесса, укрупнения единичных мощностей машин, оборудования, агрегатов.

Концентрация производства может осуществляться в четырех формах: укрупнении предприятий, специализации, кооперировании и комбинировании.

Укрупнение предприятий — сосредоточение производства на крупных предприятиях; определяется научно-техническим прогрессом орудий труда (ростом производительности единичных мощностей машин, агрегатов, аппаратов, совершенствованием техники управления и т.п.) и ростом выпуска продукции.

Специализация — сосредоточение (концентрация) однородного массового или крупносерийного производства.

производства

Кооперирование — прямые производственные связи между предприятиями (объединениями), участвующими в совместном изготовлении определенной продукции.

Комбинирование — соединение разных производств, представляющих собой последовательные ступени обработки сырья, комплексную переработку сырья или использование отходов производства в одном предприятии (комбинате).

Эти четыре рациональные формы отраслевой организации производства взаимосвязаны. Они часто дополняют одна другую, и только системный подход к их рассмотрению может обеспечить объективные решения по их использованию.

Оптимальные масштабы производства. В каждой отрасли промышленности оптимальные масштабы предприятий должны определяться оптимальными масштабами производства, условиями транспортировки сырья и готовой продукции и рядом других факторов, связанных с размещением предприятия.

Под ***оптимальными масштабами производства*** *в промышленности следует понимать такие, которые обеспечивают выполнение заключенных договоров и обязательств по производству продукции (выполнению работ) в установленные сроки с минимумом приведенных затрат на производство и реализацию продукции.*

Рассмотрим влияние интенсивных и экстенсивных факторов на эффективность производства на примере предприятия химической промы **тленности.**

Пример. Увеличение мощности по производству аммиака в 5 раз за счет замены пяти установок единичной мощностью по 100 тыс. т в год одной установкой мощностью 500 тыс. т обеспечивает снижение удельных капитальных вложений и эксплуатационных затрат почти в 2 раза. Увеличение мощности предприятия в 5 раз за счет пяти установок мощностью до 500 тыс. т снижает капитальные вложения в эксплуатационные затраты всего на 9 пунктов. При этом годовая выработка аммиака на одного работающего возрастает в первом случае в 3,4 раза, во втором — в 3,6 раза.

Как видно из этого примера, наибольшее снижение затрат происходит при установке более мощного и совершенного оборудования, т.е. в результате интенсификации производства. При простом увеличении числа одинаковых агрегатов затраты снижаются в основном вследствие сокращения численности обслуживающего аппарата, централизации и специализации вспомогательных служб, лучшего использования производственных площадей и т.п. Однако резервы обслуживающего аппарата, вспомогательных служб, производственных площадей не безграничны, и при значительном увеличении масштабов производства основной продукции приходится создавать новые подразделения обслуживающего характера, что сводит рост преимущества концентрации на нет, вызывает увеличение затрат или снижение экономического эффекта от укрупнения предприятия.

В каждой конкретной отрасли имеются оптимальные масштабы предприятий, объективно обусловленные механизмом образования экономического эффекта

концентрации от сочетания оптимальных производств с условиями и факторами организации и размещения производства в данной отрасли.

В машиностроении целесообразно создание узкоспециализированных производств по изготовлению отдельных агрегатов, деталей, заготовок и сборке готовых машин.

В обувной промышленности на предприятии средних масштабов пошивочный поток имеет мощность 1 млн пар обуви в год. Оптимальные масштабы обувного предприятия — три- четыре потока.

Для некоторых производств имеет огромное значение транспортабельность продукции. Например, кирпич далее 200 км от завода поставлять нерентабельно, так как при этом транспортные расходы возрастают на 20—25% за каждые 50 км. Соответственно и мощность кирпичного предприятия не должна превышать 40 млн шт. в год.

В отдельных отраслях имеются специфические факторы, оказывающие влияние на масштабы производства и предприятий. Например, в отраслях, перерабатывающих сельскохозяйственное сырье, важен такой фактор, как плотность сырья и допустимый радиус его поставки.

В условиях перехода к рыночной экономике будут развиваться преимущественно малые и средние предприятия. Крупные же предприятия, особенно в машиностроении, как правило, будут дифференцироваться.

Малые и средние предприятия наилучшим образом приспособлены к перестройке производства на новые виды продукции, организации дополнительных рабочих мест.

Показатели уровня концентрации производства. Основными показателями *уровня концентрации* в промышленности являются масштабы предприятий, определяемые:

- ♦ годовым выпуском продукции;
- ♦ среднегодовой численностью работающих;
- ♦ среднегодовой стоимостью основных фондов;
- ♦ потреблением электроэнергии за год;
- ♦ удельным весом крупных предприятий в выпуске продукции всей отраслью;
- ♦ средними **масштабами** предприятия в отрасли.

Для характеристики уровня концентрации производства **в** отраслях, изготавливающих один вид продукции, используются натуральные показатели. Например, в электроэнергетике средняя установленная мощность электростанций определяется в **киловаттах;** годовая выработка электроэнергии -- в расчете на одну электростанцию; удельный вес выработанной крупными и крупнейшими электростанциями электроэнергии — в общем количестве электроэнергии, выработанной всеми станциями за год.

В отраслях с комбинированным характером выпуска продукции уровень концентрации может определяться удельным весом крупных доменных печей в общей выплавке чугуна за год, удельным весом конверторов и электропечей в

общей выплавке чугуна за год, удельным весом мощных прокатных станов в общем производстве проката, объемом переработки доменных и сталеплавильных шлаков и т.д.

В отраслях промышленности (машиностроении, химической, легкой, пищевой и других), в которых изготавливается разнообразная продукция, уровень концентрации производства определяется в стоимостных показателях, например удельным весом крупных производств в общем выпуске продукции за год по товарной (реализованной) продукции в неизменных ценах.

В некоторых отраслях с многономенклатурной продукцией уровень концентрации может определяться также в натуральных или условно-натуральных измерителях, например сахар-песок — в тоннах, консервы — в условных банках, минеральные удобрения —- в условных единицах (в пересчете на 100% питательных веществ), тракторы — в штуках и по мощности двигателя в лошадиных силах и т.п.

Среднегодовая численность промышленно-производственного персонала характеризует масштабы предприятий показателем количества применяемого живого труда, но в связи с научно-техническим прогрессом, особенно механизацией и автоматизацией производства,
численность промышленно-производственного персонала на отдельных предприятиях значительно сокращается, и увеличивается стоимость промышленно-производственных фондов. *Стоимость промышленно-производственных фондов* характеризует масштабы предприятий с точки зрения применяемого овеществленного труда. Каждый из этих показателей имеет свои достоинства и недостатки. Оба они могут использоваться при анализе отдельных сторон процесса концентрации производства, первый — по уровню концентрации живого труда, второй — овеществленного.

Высокий уровень концентрации не всегда отражает высокую экономическую эффективность производства. Между показателями концентрации производства и его экономическими показателями нет прямой связи. Если предприятия характеризуются только большими масштабами, а их структура и масштабы выпуска продукции не оптимальны для данной отрасли, то уровень концентрации не может служить показателем эффективности производства.

При планировании концентрации производства указывается необходимость сосредоточить изготовление однородной по конструктивно-технологическим признакам продукции или выполнения аналогичных работ на предприятиях оптимальных масштабов.

При определении уровней концентрации в промышленности учитывается влияние внутрипроизводственных и внешних факторов.

Внутрипроизводственные факторы определяются оптимальными масштабами производства продукции и предприятий с точки зрения максимального использования производственных ресурсов.

А" *внешним факторам* относятся транспорт, масштабы сырьевой базы, наличие или возможность привлечения рабочей силы, водные ресурсы, климатические условия и т.п.

Существенное влияние на внутрипроизводственные и внешние факторы оказывает научно-технический прогресс (совершенствование производственного аппарата, организация производства и управления, замена одних видов сырья другими, замена одних транспортных средств другими и пр.).

Уровень концентрации производства и определяемые им оптимальные масштабы предприятий зависят от географического размещения промышленности и районирования, потребления готовой продукции (а часто сырья и топлива), наличия трудовых ресурсов в регионе и других факторов. Географическое размещение источников сырья, топлива и трудовых ресурсов закономерно определяет экономически рациональные пределы концентрации и оптимальные масштабы производства.

14.2 Специализация и кооперирование производства

Основные направления и формы специализации производства. В промышленности существует частное и единичное разделение труда. На основе частного разделения труда формируются отдельные отрасли, например машиностроение, и подотрасли, допустим, станкостроение, внутри подотрасли — производства (в станкостроении — инструментальное, кузнечно-прессовое и др.). На основе частного разделения труда формируются также предприятия, комбинаты.

Разделение труда ведет к дифференциации его отдельных видов, а их концентрация на основе увеличения до экономически рациональных размеров обеспечивает массовое повторение операций и процессов, т.е. массовое или специализированное производство. Таким образом, специализация, с одной стороны, является следствием общественного разделения труда, а с другой — результатом концентрации однородного производства. Следовательно, *специализация* представляет собой единство двух противоположных процессов: дифференциации и концентрации.

Специализация производств; в промышленности осуществляется в пяти основных формах: предметной, подетальной, технологической, вспомогательных и межотраслевых производств.

Предметная специализация означает сосредоточение производства определенных видов продукции конечного потребления. Примером такой специализации могут быть станкоинструментальный или автомобильный завод.

Подетальная **специализация** — сосредоточение производства определенных деталей и агрегатов, заготовок и полуфабрикатов. В отдельных отраслях она может иметь конкретные разновидности, например в машиностроении — подетальную, агрегатную, узловую. Пример подетальной

специализации: а — шарикоподшипниковый завод, завод автомобильных порошей и т.д.

Превращение отдельных фаз производства или операций **в** самостоятельные производства — *технологическая* специализация (или стадийная), например литейный завод, центролиты, выпускающие заготовки для машиностроительных заводов.

Следует различать *специализацию вспомогательных производств* и *специализацию межотраслевых производств.* Примером специализации вспомогательных производств являются ремонтные заводы (фирмы), а примером специализации межотраслевых производств — предприятия по выпуску продукции общемашиностроительного назначения (коленчатые **валы,** редукторы, зубчатые колеса и т.д.).

В специализированном производстве разделяют продукцию *однородную* и *профильную.*

Однородность продукции или выполняемой работы определяется конструктивно-технологическими признаками. Критериями однородности служат: на рабочем месте — одинаковые деталеопераиии, закрепленные за ним; на участке и в цехе — аналогичные по техническим признакам детали, узлы, изделия или выполняемые работы; на предприятии — изделия или работы, конструктивно и технически сходные между собой.

Профильная продукция — понятие более широкое и относится преимущественно к предприятиям. Каждое предприятие создается для производства определенной продукции, которая является для него профильной.

Стандартизация и унификация как предпосылки специализации производства. Научно-технический прогресс в промышленности характеризуется, с одной стороны, увеличением и частой сменой номенклатуры производимой продукции, а с другой — усилением специализации в целях получения более дешевой продукции. Это противоречие может быть разрешено на основе организации массового и крупносерийного производства однотипных изделий или полуфабрикатов, которое непосредственно связано со стандартизацией и унификацией.

В настоящее время в стране по государственным, отраслевым стандартам и техническим условиям выпускается около 80% всей промышленной продукции. Многие мероприятия в области стандартизации Россия проводит в рамках международного разделения труда.

Важное направление совершенствования стандартов — комплексность их разработки и внедрения. Она предполагает единые требования к сырью, материалам, полуфабрикатам, комплектующим изделиям, к методам контроля и испытания готовых изделий и продуктов, к условиям их транспортировки, хранения и потребления.

Чем больше промышленных изделий охвачено унификацией и стандартизацией, тем легче организовать специализированные производства по изготовлению конструктивно и технологически подобной продукции. Специализация — одно из направлений государственной технической политики.

Основная *цель унификации* состоит в устранении неоправданного многообразия изделий одинакового назначения и разнотипности их составных частей, а также в приведении к возможному единообразию способов их изготовления. При унификации соблюдается принцип конструктивной преемственности. В изделие новой конструкции в максимальной степени вводятся детали и узлы, уже применяющиеся в других конструкциях. Это обеспечивает использование одинаковых полуфабрикатов, деталей и узлов для производства изделий разного назначения.

На основе унификации и стандартизации достигается концентрация производства однородных изделий на предприятиях оптимальных масштабов, что обеспечивает рост производства и производительности труда, лучшее использование производственного аппарата, сырьевых и трудовых ресурсов, повышение качества продукции и, как следствие, рост прибыли.

На современном этапе рыночной экономики одна из важнейших технико-экономических задач — изменение структуры предприятий путем освобождения их от производства для собственных нужд заготовок, деталей, узлов, являющихся продукцией **общеотраслевого** применения, и организации их выпуска на специализированных межотраслевых производствах.

Главное направление в развитии межотраслевых производств — создание новых высокоэффективных мощностей в таких объемах и в такие сроки, которые позволяли бы в ближайшие годы ликвидировать образовавшийся разрыв в специализации изделий межотраслевого назначения.

Создание специализированных заводов не только откроет новые пути совершенствования процессов в самом производстве, но и изменит производственные взаимосвязи. Расширение круга потребителей и, следовательно, технических требований к продукции, изготавливаемой в одном производстве, отношение к ней, как к готовой продукции, приносящей прибыль, неизбежно приводит к повышению качества и, как следствие, не только к росту прибыли, но и к повышению конкурентоспособности продукции.

На развитие и углубление специализации производства решающее воздействие оказывает уровень стандартизации. Невозможно планировать развитие специализации производства по выпуску конкретной продукции без одновременного планирования роста конструктивно и технологически однородной продукции. Чем выше стандартизация, тем выше специализация производства.

Для анализа специализации необходим выбор и обоснование критериев, которые должны:

- давать оценку уровня специализации, позволяющую сравнивать во времени специализацию одного предприятия с другими;
- показывать относительный уровень экономической эффективности специализации;
- допускать агрегатирование от низшего звена производства (участка, цеха) до высшего (предприятия);
- реагировать на изменения технического уровня производства;

производства простотой расчета;

- ♦ обладать универсальностью применения.

Анализ этих требований показывает, что критерии специализации не могут быть простыми. Они должны учитывать показатели доли профильной продукции, стандартизации, экономического эффекта, полученного вследствие ограничения номенклатуры выпускаемой продукции.

Оптимальные масштабы специализированных производств. Проблема специализации промышленного производства определяется прежде всего объемом производства однородной продукции в данной производственной единице. Чем больше этот объем, тем ниже условно постоянные расходы на единицу продукции и тем более совершенная может быть применена техника производства, тем больше конкурентоспособность продукции. В сущности процесс специализации означает создание массового **и** крупносерийного производства на основе высокопроизводительной техники.

Выбором экономически наиболее целесообразного варианта предопределяются масштабы этого производства. В свою очередь предполагаемый объем производства изделия требует и соответствующего технологического варианта. Причем минимально допустимый объем является наиболее эффективным, так как обеспечивает полную загрузку имеющейся техники.

Как понимать оптимальные масштабы предприятия при развитии специализации производства?

Оптимальность зависит от выбранного критерия. Обычно под оптимальным подразумевается объем производства, при котором комплект техники загружается полностью. Предполагается, что в этом случае себестоимость изготовления продукции будет самой низкой.

Все экономические показатели установлены для минимальных масштабов производства (полная загрузка комплекта оборудования при выбранном технологическом варианте). Оптимальные же масштабы определяются увеличением в кратное число раз минимальных масштабов. При этом экономические показатели производства почти не изменяются. Это показал опыт конструирования и эксплуатации автоматических линий и других комплектов высокопроизводительного оборудования для массового и крупносерийного производства. Развитие электронной техники и цифрового управления вносит коренные изменения в проблему определения оптимальных масштабов производства.

Применение оптимальных масштабов производства **в качестве** базы для определения уровня специализации учитывает особенности каждого изделия. Для предприятия, выпускающего несколько изделий, уровень специализации определяется коэффициентами специализации по всем изделиям и удельным весом каждого **из** них в объеме продукции. Так же рассчитывается и уровень специализации производства по отрасли.

Кроме перечисленных используются и другие показатели, например: удельный вес основной (профилирующей) продукции **в** общем выпуске предприятия; удельный вес специализированных предприятий в изготовлении определенных изделий и полуфабрикатов; удельный вес покупных комплектующих изделий и полуфабрикатов в общем объеме изготавливаемой продукции на предприятии и др.

Для более полной характеристики состояния специализации производства могут быть использованы показатели технического и организационного уровня производства: удельный вес автоматического и специализированного оборудования в общем его парке: удельный вес поточно-массового производства **в** общем объеме изготовления продукции; удельный вес унифицированных **деталей,** узлов и других полуфабрикатов.

Кооперирование производства. Под *кооперированием* понимают производственные связи предприятий по совместному производству конечной продукции. Производственное кооперирование — неизбежное следствие специализации предприятий на изготовлении отдельных заготовок, деталей и агрегатов для машин, оборудования.

Процессы кооперирования — это поставки комплектующих полуфабрикатов и выполнение работ для потребностей определенного производства; связь поставщика с определенными **покупателями** данного вида продукции; работа поставщиков на определенных потребителей, изготавливающих готовую продукцию или же продолжающих формировать полуфабрикат. Поставщик должен **выполнять** определенные требования потребителя.

Различают кооперирование между **предприятиями** разных стран, между предприятиями одной страны и по районам страны.

Кооперирование между предприятиями разных стран получило наибольшее развитие во второй половине XX в. Для ведущих промышленных стран такая кооперация проявилась через создание транснациональных корпораций. Эти корпорации осуществляют кооперацию между своими предприятиями по всему миру.

Как правило, в ведущих промышленных странах размещаются научные центры, производство наиболее сложных деталей и узлов.
а предприятия, расположенные в развивающихся странах, в основном занимаются сборочными работами и изготовлением простых деталей и узлов. В результате такой кооперации за счет более низкой оплаты труда в развивающихся странах по сравнению с ведущими промышленными странами обеспечивается снижение издержек на производство продукции.

В Российской Федерации широко распространено кооперирование в машиностроении, пищевой, легкой, деревообрабатывающей промышленности.

Уровень кооперирования определяется следующими основными показателями:

- ♦ удельным весом в себестоимости выпускаемой предприятием продукции комплектующих изделий и полуфабрикатов, получаемых по кооперированию;

- удельным весом полуфабрикатов, изготавливаемых предприятием на сторону, в общем их выпуске и в выпуске всей продукции;
- числом предприятий, кооперирующихся с данным предприятием.

Экономическая эффективность специализации. Экономическая эффективность специализации и кооперирования — результат организационно-плановых мероприятий и повышения технического уровня производства. Эффективность организационно-плановых мероприятий проявляется в снижении себестоимости вследствие роста производительности труда и уменьшения условно-постоянных расходов, приходящихся на единицу продукции. Основная доля экономического эффекта от специализации приходится на повышение технического уровня производства и качества продукции. Оба эти направления увеличения эффективности производства действуют одновременно.

Экономическая эффективность специализации промышленного производства определяется рядом факторов.

- Специализация создает условия для расчленения процесса производства продукции на более мелкие операции, каждая из которых закрепляется за рабочими местами, расположенными по ходу технологического процесса.
- Детализируя и расчленяя производственные процессы, специализация создает предпосылки и благоприятные условия для внедрения эффективных средств комплексной механизации и автоматизации производства.
- Специализация обеспечивает более полное использование действующего оборудования. Любая высокопроизводительная машина может быть использована на полную мощность только при постоянном выпуске конструктивно и технологически однородной продукции на основе ее унификации, типизации и стандартизации. Чем выше производительность машины, тем выше должна быть массовость производства продукции, для изготовления которой она предназначена.
- На специализированных предприятиях технический уровень производства значительно выше, чем на универсальных.

14.3 Комбинирование производства

Сущность, типичные формы, показатели уровня. *Комбинирование* — одна из форм обобществления производства, заключающаяся в технологическом сочетании взаимосвязанных разнородных производств одной или нескольких различных отраслей промышленности в рамках одного предприятия — комбината.

Например, комбинаты производят разнообразные виды металлургической продукции — руду, чугун, сталь, прокат, относящиеся к различным производствам — железорудному, чугунолитейному, сталеплавильному, прокатному; выпускают продукцию разных производств в пищевой промышленности: хлебобулочные и кондитерские изделия. На

комбинате может производиться продукция, которая по своему экономическому назначению относится к разным отраслям: продукция металлургической и химической промышленности, угольной и химической промышленности и др.

К признакам комбинирования относятся: объединение разнородных производств; пропорциональность между ними; технико- экономическое единство между этими производствами; производственное единство, заключающееся в том, что все части комбината обычно располагаются на одной территории и связаны между собой общими коммуникациями; единое энергетическое хозяйство и общие вспомогательные и обслуживающие производства.

Технико-Экономическое единство выражается в том, что все производства комбината соответствуют по качеству, номенклатуре и количеству выпускаемой продукции, продукты одного производства служат сырьем, полуфабрикатами или топливом для других производств.

Это единство обеспечивается во многом централизацией управления комбинатом в сочетании с расширением самостоятельности и ответственности его отдельных производств и служб.

Промышленные комбинаты нельзя смешивать с объединениями однородных предприятий, расположенными на разных территориях или на одной, в которых производственный цикл не основан на

выполнении последовательных стадий переработки сырья, комплексном использовании отходов производства.

Предпосылками развития комбинирования в промышленности являются: специализация производства и его концентрация, высокий уровень развития науки и техники. Как правило, входящие в состав комбинатов производства — это крупные специализированные подразделения. Развитие научно-технического прогресса делает технически возможным и экономически выгодным использование большего числа отходов производства, более полное извлечение из продукта его полезных веществ, тем самым создавая возможности для дальнейшего развития комбинированных производств на основе комплексного использования сырья и отходов производства.

В зависимости от характера производства, технологии и объединения в производственном процессе отдельных стадий переработки сырья и материалов *комбинирование в промышленности* выступает в трех основных формах:

- последовательная переработка сырья вплоть до получения готовой продукции;
- использование отходов производства для выработки других видов продукции;
- комплексная переработка сырья (выработка из одного вида сырья различных видов продуктов).

Комбинирование на основе последовательной переработки сырья типично для черной металлургии, текстильной промышленности. Имеются такие комбинаты в химической и некоторых других отраслях промышленности. Как правило, их структура проста. Полученные в процессе производства различные полуфабрикаты выходят из комбината либо как промежуточный продукт, идущий в дальнейшую переработку в другие отрасли, либо как конечный продукт.

Пример. В черной металлургии предметом переработки для различных видов проката является железная руда. На первой стадии из железной руды в доменных печах выплавляют чугун, затем в сталелитейном производстве его переплавляют в сталь, а потом в прокатном производстве перерабатывают в сортовой или листовой прокат. Схема такого комбината выглядит следующим образом:

Прокат

Железная руда

Чугун Сталь

Комбинирование на основе использования отходов производства наиболее распространено в деревообрабатывающей, пищевой и некоторых других отраслях промышленности.

Эта форма комбинирования имеет большое значение, так как при переработке многих видов сырья вместе с основным продуктом получают различные отходы и побочные продукты. Их эффективное использование позволяет снизить материалоемкость продукции, расширить сырьевую базу промышленности. Кроме того, использование отходов и побочных продуктов - одна из мер охраны окружающей среды, поскольку их утилизация предотвращает ущерб земельному, водному, воздушному фонду, растительному и животному миру. В ряде случае нет необходимости в строительстве очистных сооружений.

Комбинирование на основе комплексной переработки сырья распространено в отраслях и на **предприятиях,** занятых переработкой органического сырья (нефти, угля, торфа, сланцев и др.), а также использующих в качестве предмета труда комплексные руды, например полиметаллические.

Более 20% промышленной продукции производится в комплексных производствах, использующих один вид сырья для производства различных продуктов. Так, при комплексном использовании топлива в коксохимической промышленности само топливо (по стоимости) составляет 8—10% общей ценности извлекаемых продуктов, 90—92% — попутные компоненты; в химической промышленности количество побочной продукции превышает количество основной в 4—5 раз, в цветной металлургии — в 5—5,5 раза.

Многие современные комбинаты в определенной степени сочетают две или три формы комбинирования.

Уровень комбинирования в отрасли, на предприятии определяется рядом показателей: удельным весом продукции (в действующих ценах), выпускаемой комбинатами, в общем объеме выпуска продукции отраслью, подотраслью, промышленностью; удельным весом сырья, полуфабри катов, перерабатываемых в последующий продукт на месте их получения, в общем количестве тех же видов сырья и полуфабрикатов, произведенных на комбинате; долей побочной продукции, полученной в результате межотраслевого и внутриотраслевого комбинирования, в общем выпуске продукции комбинатом (коэффициент комбинирования); числом стадий и отраслей производства, охватываемых комбинатом; численностью рабочих, занятых на комбинированных производствах; долей основных фондов, находящихся в комбинированных производствах, в общей стоимости основных фондов отрасли, подотрасли, промышленности; количеством перерабатываемого в комбинированных производствах сырья; количеством продуктов, получаемых из перерабатываемого на комбинатах сырья, его стоимостью; степенью извлечения полезных компонентов из сырья, применяемого в отрасли, на комбинате и др.

В настоящее время нет единого показателя, характеризующего уровень комбинирования, а поэтому вместе с перечисленными выше показателями во всех отраслях промышленности применяются *отраслевые показатели.* Например, в

коксохимической промышленности таким специфическим отраслевым показателем является коэффициент, характеризующий долю выпуска кокса с улавливанием побочных продуктов коксования в общем объеме производства кокса.

Любой из показателей уровня комбинирования имеет достоинства и недостатки. При помощи показателей, основанных на натуральных измерителях, можно более точно определить уровень комбинирования в определенной отрасли, подотрасли промышленности, однако невозможно сопоставить уровень комбинирования в различных отраслях и промышленности в целом.

Значение комбинирования производства особенно возрастает в условиях рыночной экономики, когда важнейшей целью предприятия становится получение прибыли.

Экономическая эффективность комбинирования. Комбинирование экономически эффективно, и это обусловлено рациональным использованием орудий и предметов труда, рабочей силы.

Более интенсивному использованию орудий труда в комбинированных производствах способствует в первую очередь высокий уровень *непрерывности производственных процессов* (химическая промышленность, черная металлургия, пищевая промышленность и др.). Так, в черной металлургии доменные печи работают без перерыва в течение нескольких лет. Если в комплекс металлургического комбината входят мартеновские печи, бессемеровские конвертеры, современные разливочные машины, то производственный процесс на нем непрерывен от загрузки сырья в доменную печь до выхода готовой продукции. Естественно, в условиях непрерывной работы оборудование используется более интенсивно.

Часть оборудования используется на комбинатах для *производства нескольких видов продуктов.* Например, сушка, обезвоживание, дробление, сортировка, смешение различных видов сырья производятся одновременно при извлечении из сырья нескольких полезных компонентов. При раздельном извлечении из него каждого компонента потребовались бы дополнительное оборудование и повторение процесса производства.

В комбинированном производстве рационально используются предметы труда в результате комплексного использования сырья, а также использования отходов и вторичных ресурсов, которые на раздельных предприятиях не находят применения. Комплексная переработка сырья позволяет наиболее полно извлекать и использовать полезные компоненты, при этом до минимума сокращаются отходы и потери. Особое значение имеет комбинирование производства для расширения утилизации и использования отходов сырья и материалов, которые еще велики во многих отраслях промышленности. Так, в лесопилении отходы при производстве шпал составляют 25%, фанеры — 60%, не менее 10% срубленной древесины идет в отходы при лесозаготовке, хотя

современная технология позволяет применять все эти отходы для изготовления древес- но-стружечных и других плит, целлюлозы и других видов продукции. Нельзя мириться и с огромными потерями тепла. Подсчитано, что использование вторичных энергоресурсов обходится в 2—2,5 раза дешевле, чем строительство предприятий, способных произвести такое же количество энергии.

Развитие комбинирования способствует наиболее *рациональному использованию живого труда,* росту производительности труда. Это обусловлено тем, что на комбинированных предприятиях определенная часть рабочих производит несколько продуктов, а не один; комплексное использование сырья, отходов производства и вторичных ресурсов позволяет относительно сократить численность занятых в добывающих отраслях промышленности. Кроме того, высокий уровень автоматизации производства на комбинатах, использование мощных орудий труда позволяют повысить производительность труда.

Производство нескольких видов продукции на единой территории, лучшее использование основных производственных фондов дают возможность сократить удельные капитальные вложения в обшекомбинатское вспомогательное и обслуживающее хозяйство.

В результате лучшего использования живого и овеществленного труда, снижения материалоемкости и капиталоемкости производства комбинирование производства способствует снижению себестоимости продукции. Например, Пикалевский глиноземный комбинат работает по безотходной технологии комплексного использования нефелинового концентрата, содержащего глинозем, натрий, калий, кремнезем, галлий, рубидий.

Поскольку в комбинированных производствах перерывы между отдельными стадиями производства сокращаются, то и длительность производственного цикла в них минимальная. Это в свою очередь способствует сокращению производственных запасов сырья

и полуфабрикатов, а следовательно, ускорению оборачиваемости

оборотных средств.

Как отмечено выше, комбинированные предприятия отличаются высокой степенью непрерывности технологических процессов, повышенным уровнем автоматизации производства, что приводит к повышению качества выпускаемой продукции.

Следствием развития комбинирования во всех его отраслях является более *рациональное размещение промышленности.* Этому способствуют комплексная переработка сырья, использование отходов производства и местных, более бедных, ресурсов.

Обобщающим показателем экономической эффективности комбинирования является разность произведенных затрат на некомбинированном и комбинированном предприятиях. Для обеспечения выбора оптимальной

схемы комбинирования расчеты суммы приведенных затрат следует проводить отдельно по смежным стадиям производства и по всем стадиям в целом. Оптимальным будет тот вариант комбинирования, при котором приведенные затраты на осуществление комбинирования на данном предприятии минимальны.

Кроме того, при определении экономической эффективности комбинирования рассчитываются как общие для всех отраслей промышленности технико-экономические показатели, так и показатели, имеющие значение для определенной отрасли промышленности.

Выводы

1. Концентрация производства имеет свои преимущества и недостатки. Преимущества — это в основном возможность концентрации средств для развития производства и социальной сферы; недостатки — неспособность к быстрой перестройке производства на выпуск новых изделий.

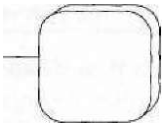
2. В условиях перехода к рыночным отношениям концентрация постепенно утрачивает свои преимущества. Основное значение в условиях рынка приобретает возможность перестройки производства на другой вид продукции. Российской промышленности необходимы структурная перестройка, дифференциация крупных предприятий, создание малых предприятий, способных быстро перестраиваться на выпуск новых изделий.

3. Для совершенствования внутрипроизводственного управления следует проводить разукрупнение чрезмерно больших предприятий, создавать дочерние фирмы, способствовать развитию малого бизнеса.

4. Комбинирование — экономически эффективная форма общественной **организации** производства. Существуют различные формы комбинирования, основанные на последовательной переработке сырья, использовании отходов производства, комплексной переработке сырья.

Вопросы для самоконтроля

1. В чем сущность концентрации, ее преимущества и недостатки?
2. Назовите известные вам формы концентрации. Объясните понятие «оптимальные масштабы предприятия».
3. Каким образом следует переходить от концентрации к развитию малых и средних предприятий?
4. Какую роль в повышении занятости населения играют малые и средние предприятия?
5. В чем состоит сущность специализации производства **и** какие ее формы вы знаете?
6. Какова роль стандартизации и унификации в развитии специализации производства?
7. Какие показатели используют для определения уровня специализации производства в промышленности?
8. Каковы сущность и формы комбинирования в промышленности?
9. Назовите показатели уровня комбинирования.



Термины и понятия к разделу !!!_

Гибкое автоматизированное производство — совокупность оборудования с числовым программным управлением, роботизированных технологических комплексов, гибких производственных модулей, обладающих свойством автоматизированной переналадки при производстве изделий произвольной номенклатуры в установленных пределах значений их характеристик.

Групповое производство — форма организации дискретных производственных процессов на основе унифицированной групповой формы организации технологических процессов.

Единичное производство — характеризуется относительно малым объемом выпуска продукции, наличием универсального оборудования, высокой квалификации работников и сравнительно большой долей отходов производства.

Инфраструктура — комплекс отраслей хозяйства, обслуживающих промышленное (или какое-либо другое) производство, а также население. Включает транспорт, связь, торговлю, материально- техническое обеспечение, науку, образование, здравоохранение.

Конверсия — переориентация предприятия на производство продукции принципиально другого типа.

Концентрация производства — сосредоточение выпуска продукции на крупных предприятиях.

Концерн — объединение юридически самостоятельных предприятий различных отраслей, связанных совместными разработками, посредством системы участий, патентно--лицензионных соглашений, финансирования, тесного производственного сотрудничества.

Комбинирование — одна из форм обобществления производства, заключающаяся в технологическом сочетании взаимосвязанных разнородных производств в одной или различных отраслях промышленности в рамках одного предприятия-комбината.

Кооперирование — процесс установления прямых длительных хозяйственных связей по совместному изготовлению конечного продукта.

Массовое производство — характеризуется большим объемом выпускаемой продукции, преобладанием специального оборудования, сравнительно низкой квалификацией рабочей силы и небольшим объемом отходов в процессе производства продукции.

Научно-технологическая подготовка производства — комплекс нормативно-технических мероприятий, регламентирующих конст

рукторскую, технологическую подготовку производства и систему постановки продукции на производство.

Оптимальные масштабы предприятия масштабы предприятия, обеспечивающие выполнение заключенных договоров **и** обязательств по производству продукции (выполнению работ) в установленные сроки с минимумом приведенных затрат и максимально возможной эффективностью.

Производственная структура — совокупность связей производственных подразделений предприятия — чехов, участков, обслуживающих хозяйств и служб, прямо или косвенно участвующих в производственном процессе.

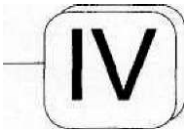
Производство — процесс создания материальных благ, необходимых для существования и развития общества.

Серийное производство — характеризуется изготовлением изделий партиями или сериями. В зависимости от размеров партии и характера продукции различают мелкосерийное, серийное и крупносерийное производство.

Специализация производства — сосредоточение выпуска конструктивно и технологически однородной продукции массового потребления на крупных предприятиях.

Технологический процесс — часть производственного процесса, которая представляет собой целенаправленное воздействие на предмет труда в целях его изменения.

Центр ответственности — структурное подразделение, сфера деятельности, возглавляемая менеджером, имеющим право на принятие решений и несущим полную ответственность за их реализацию в данной сфере.



Раздел IV. Экономический механизм управления предприятием

Глава 15. Рыночная модель предприятия Глава 16. Механизм управления предприятием. Организационная структура Глава 17. Реструктуризация предприятий в условиях рыночной экономики Глава 18. Управление персоналом предприятия Глава 19. Планирование на предприятии: стратегическое, текущее, оперативное Глава 20. Маркетинг на предприятии Глава 21. Снабжение и логистика на предприятии

Глава 15 Рыночная модель предприятия

15.1 Формы предприятий

ДЛЯ осуществления своей деятельности предприятие формирует имущество, которое может принадлежать ему на праве либо собственности, либо полного хозяйственного ведения.

Источниками имущества предприятия являются:

- ♦ денежные и материальные взносы учредителей предприятия;
- ♦ доходы от реализации продукции, работ и услуг;
- ♦ ценные бумаги и доходы от ценных бумаг;
- ♦ капитальные вложения и дотации от бюджетов различного уровня;
- ♦ безвозмездные или благотворительные взносы;
- ♦ пожертвования организаций, предприятий и граждан;
- ♦ выкуп имущества государственных предприятий путем конкурса, аукциона, тендера, выкуп имущества государственного предприятия путем акционирования;
- ♦ иные источники, не запрещенные законодательством.

В зависимости от форм собственности в народном хозяйстве действуют частные, муниципальные и государственные предприятия, а также предприятия смешанной формы собственности, основанные на объединении имущества, находящегося в частной, муниципальной и государственной собственности, собственности иностранных государств, иностранных юридических лиц и граждан, а также в собственности общественных организаций.

Индивидуальное (семейное) частное предприятие основано на собственности граждан. В экономически развитых странах удельный вес таких предприятий существен, особенно, как уже сказано выше, единоличное владение распространено в США.

Единоличная форма имеет следующие преимущества: простоту в организации; полную самостоятельность; свободу, оперативность действия; максимум побудительных мотивов; конфиденциальность деятельности; низкие организационные издержки; гибкость. К ее недостаткам следует отнести: трудности привлечения больших капиталов, неопределенность сроков деятельности, неограниченную ответственность за долги, недостаток специализированного менеджмента, функциональные недостатки.

Арендное предприятие создается на основе договора аренды с собственником имущества и трудовым коллективом, взявшим имущество в аренду.

Государственное предприятие учреждается органом государственной власти. Имущество государственного предприятия образуется за счет бюджетных средств или вкладов других государственных предприятий, полученных доходов.

Муниципальное предприятие учреждается местными органами власти. Имущество таких предприятий также образуется за счет бюджетных ассигнований соответствующего уровня или других муниципальных предприятий.

15.2 Механизм функционирования предприятия

Социально-экономическая роль предприятия в условиях рынка существенно меняется по ряду направлений:

- основные требования, которые выдвигает рынок предприятию, — работать так, чтобы результатом деятельности был не только выпуск продукции или услуг, но и получение прибыли, т.е. доходы всегда должны быть выше расходов, и чем больше это превышение, тем прибыльнее работает предприятие;
- на смену требованию выпуска как можно большего количества продукции, поскольку социалистическая экономика перманентно находилась в условиях дефицита по тому или иному ассортименту продукции, приходит требование не только произвести продукцию, но и сбыть ее, реализовать. Дальнейшее наращивание объемов целесообразно только в условиях гарантированного сбыта продукции;
- на смену существовавшим ограничениям со стороны вышестоящих органов приходит самостоятельность предприятий по многим вопросам его деятельности, но как плата за эту самостоятельность — возможность несостоятельности и банкротства, т.е. предприятие может быть выведено за рамки экономической сферы, поскольку оно не смогло работать в условиях рынка и вынуждено покинуть его.

Следовательно, поведение предприятия в рыночных условиях хозяйствования видоизменяется, и это изменение касается многих вопросов его деятельности.

Любое предприятие независимо от организационно-правовой формы, формы собственности, отраслевой принадлежности, выпускаемой продукции или оказываемых услуг является *открытой эко- номинеской системой* (рис. 15.1, где 1 — предприятие, основной задачей которого является преобразование ресурсов; 2 — ресурсы на входе — трудовые, материальные, финансовые; 3 — ресурсы на выходе, т.е. преобразованные ресурсы — готовая продукция, отходы производства, прибыль, денежные средства; 4 — социальная среда, с которой взаимодействует предприятие, — государство, муниципальные органы, законодательство; 5 —- природная среда — потребление природных ресурсов,

полезных ископаемых, воздуха, воды; 6 — взаимосвязь с рынком, маркетинг как на входе ресурсов, так и на выходе; 7 — соотношение ресурсов на входе с ресурсами на выходе).



Рис. ***15.1. Рыночнаямодель предприятия***

Рассмотрим схему более детально. Мы уже говорили, что в условиях рынка предприятие решает две задачи — произвести продукцию и реализовать ее. В зависимости от решения этих задач оно будет процветать или станет несостоятельным. Для того чтобы знать, что необходимо производить — какой ассортимент, в каком количестве, — предприятие должно изучить рынок, прежде чем начнет расходовать ресурсы для изготовления конкретной продукции, т.е. заняться маркетингом. Маркетингом необходимо заниматься постоянно — как до запуска продукции в производство, так и после, в процессе реализации продукции. Поэтому на схеме маркетинг показан до начала производства и после его окончания.

Для принятия решений необходимо собрать и проанализировать достоверную информацию, которая включает:

- ♦ характеристику товаров (являются они товарами конечного потребления или промежуточными, готовыми изделиями или полуфабрикатами, необходима служба сервиса или нет, приемлема ли цена для потребителя, каковы цели конкурентов);
- ♦ общую характеристику рынка (большое или малое число потребителей, способы покупки товаров, отношение покупателей к товарам, условиям и срокам поставки, условия продажи у конкурентов);
- ♦ каналы распространения товаров (наличие посредников между производителями и потребителями, их число);
- ♦ конкретное состояние рынка (существует ли конкуренция между производителями товаров и каков ее уровень);

♦ законодательные ограничения (существуют ли законодательные ограничения, которые могут препятствовать маркетинговой деятельности);

♦ уровни управленческой деятельности в области маркетинга (долговременные цели фирмы (на 10—15 лет), учитывающие ситуацию на внутреннем и внешних рынках и тенденции ее развития);

♦ финансовые, материальные и иные ресурсы, необходимые для достижения этих целей;

♦ перспективные (до 5 лет) цели фирмы, возникающие при этом задачи и обеспеченность их необходимыми ресурсами;

♦ оперативные, текущие цели и задачи, выдвигаемые конъюнктурой рынка, не противоречащие долговременным стратегическим целям.

В производстве продукта и осуществлении *маркетинговой политики* необходимо учитывать жизненный цикл продукта на рынке, который включает ряд стадий (рис. 15.2):

Объем продаж

Время

0 Внед- 1 Рост 2 Зрелость 3 Насыщение 4 Спад рение

Рис. 15.2. ***Жизненный цикл товара нарынке***

♦ *внедрение,* требующее больших затрат, поэтому торговля товаром на этой стадии, как правило, убыточна;

♦ *рост* как результат признания покупателем товара и быстрого увеличения спроса на него. При росте объема продаж и соответственно прибыли стабилизируются расходы на рекламу;

♦ *зрелость* характерна тем, что большинство покупателей товар уже приобрели, поэтому темпы роста продаж, достигнув максимума, начинают падать, прибыль также начинает снижаться в связи с увеличением расходов на рекламу и другие маркетинговые мероприятия;

♦ *насыщение:* в этом периоде, несмотря на принятые меры, рост продаж больше не происходит. Прибыль от торговли продолжает увеличиваться из-за снижения расходов на производство;

♦ *спад* представляет собой период резкого снижения продаж, **а** затем и прибыли.

Вернемся к поз. 2 на рис. 15.1. Предприятие на входе потребляет ресурсы определенного вида, чтобы потом в результате производственного процесса на выходе получить трансформированные ресурсы, ресурсы иной потребительной стоимости.

Соотношение ресурсов на входе и на выходе составляет содержание такого понятия, как *экономика предприятия.* Для экономики предприятия в известной мере безразличны производимый продукт, избранная технология производства, состав и квалификационный уровень кадров. Единственное, что ее интересует, — это соотношение в использовании ресурсов, которое предполагает, что доходная часть выше расходной (рентабельная работа предприятия) или расходная часть выше доходной (убыточная работа предприятия), или, наконец, равенство доходной и расходной частей (работа предприятия в условиях самоокупаемости).

Как работает предприятие — прибыльно, убыточно или в рамках самоокупаемости — в существенной мере зависит от **форм** и методов преобразования и может быть определено рядом как **частных,** так и общих показателей эффективности. Целесообразно **построить** матрицу, выражающую связь ресурсов на входе с ресурсами на выходе;

	V	***L***	***F***	***M***	***S***
F		***L/V***	***F/V***	***M/V***	***VS***
L	***V/L***				
F	***V/F***				
M	***V/M***				
s	***V-S***				

где *V* — общий объем валовой или чистой продукции, руб.;

L— средняя численность работников;

F— среднегодовая стоимость основных производственных фондов, руб.;

M — текущие материальные затраты на производство продукции, руб.;

S— себестоимость продукции, руб.

Не все элементы матрицы имеют экономический смысл, но, рассматривая вертикаль и первую горизонталь, видим, что элементы составляют важные показатели эффективности производственной деятельности предприятия:

V/L— объем произведенной продукции на число занятых — производительность живого труда;

L/V~ трудоемкость производимой продукции, показывает, сколько единиц живого труда потребуется для изготовления единицы продукции;

V/L, L/V— эффективность использования живого труда;

V/F— эффективность использования основных производственных фондов — фондоотдача;

F/V— фондоемкость;

V/M— эффективность использования материальных затрат — материалоотдача;

M/V—материалоемкость;

V—S— прибыль предприятия или убыток, при равенстве показателей — самоокупаемость.

Для того чтобы осуществлялось преобразование ресурсов в рамках предприятия, оно должно иметь определенную структуру, на нем должны происходить определенные процессы, оно должно осуществлять определенные функции по управлению и организации производства.

Важным элементом производственного процесса на предприятии является выбранный вариант технологии. Именно избранная технология определяет состав и требуемое количество ресурсов на входе в производственную систему. Изменение технологии ведет к изменению профессионального и квалификационного состава необходимых для производства кадров, технологического оборудования, транспортных средств, инструмента вплоть до изменения используемых видов сырья, материалов, полуфабрикатов, комплектующих изделий. В зависимости от характера производимой продукции, масштабов, имеющихся у него возможностей инвестирования предприятие выбирает ту или иную технологию. Избранная технология тесно связана с двумя показателями работы предприятия: ценой выпускаемой продукции и ее качеством. Одновременно эти два фактора формируют и конкурентоспособность продукции,

чаще предпочтение отдается второму показателю. Остановимся на этих показателях более подробно.

15.3 Цена как регулятор производства

В условиях планового ведения хозяйства предприятию планировались уровень цен, издержек и норматив рентабельности. В рыночных условиях эти величины предприятием устанавливаются свободно.

В рыночных условиях цена служит существенным регулятором производства и оказывает непосредственное и опосредованное влияние на формируемую прибыль, на характер и результаты конкурентной борьбы. ***Цена*** на выпускаемую продукцию для предприятия есть договорная пена между ним и потребителем. Существует несколько вариантов договорных цен ($Ц_д$):

1) $Ц_д$ = *Себестоимость + Прибыль;*
2) $Ц_д$ = *Спрос — Предложение;*
3) *Цена конкурента i*< $Ц_д$< *Цена конкурента /.*

Первый вариант установления договорной цены полностью определяется условиями производства и сосредоточивается в рамках предприятия. Однако в условиях рынка это скорее исключение, чем правило, поскольку на рынке обычно не один производитель. Второй и третий варианты приближены к действительности.

1. При расчете цены по первому, наиболее простому варианту необходимо иметь в виду, что составляющая основу цены себестоимость — это объективный показатель, но на нем одном при принятии управленческих решений базироваться нельзя. Успех на рынке зависит не от себестоимости продукции изготовления, а от того, *сколько, кем, когда, где* и *как* будет произведено и предложено потребителю товаров. Этот вариант

применим в том случае, когда фирма — изготовитель товара является ведущей на данном рынке и когда результаты финансовой деятельности удовлетворяют руководство. Этот вариант позволяет достаточно справедливо распределить прибыль между производителем, который не предлагает дефицитный товар, и потребителем, для которого цена не является решающим фактором при покупке.

2. Во втором варианте установления цены за основу принимаются прогнозируемый спрос и себестоимость товара. Задача для предприятия ставится так: цена за единицу товара предварительно определена; необходимо установить, при каком количестве проданных товаров предприятие начнет получать реальную прибыль. Возможна и обратная задача: известно приблизительное количество изделий, которое можно реализовать на рынке, необходимо определить, при какой цене этот объем продажи не приведет к убыткам.

3. Третий вариант формирования цены учитывает уровень конкуренции на рынке и часто дает хорошие результаты. Производитель изучает динамику цен конкурентов и определяет, какова будет цена конкурента на аналогичный товар. Основное внимание при этом направлено на уменьшение расходов и увеличение прибыли.

Рассмотрение трех вариантов показывает, что в условиях рыночной экономики цена — фактор обеспечения конкурентоспособности продукции. Другим не менее, а, может быть, более важным фактором является качество выпускаемой продукции.

15.4 Качество продукции как регулятор производства

Качество — это совокупность свойств продукции, призванных удовлетворять потребности в соответствии с назначением продукции. Любой продукт обладает совокупностью свойств, куда входят надежность, эргономичность, эстетические свойства, безопасность и экологичность. Современное производство — это производство высококачественной продукции. Потребитель часто предпочитает качество цене, поскольку понимает, что высокое качество снизит расходы на эксплуатацию, ремонт и более полно удовлетворит его потребности. Если анализировать причины процветания известных фирм, например «Адидас», «Тойота», «Грундиг», «Фольксваген», то увидим, что известность их базируется на качестве продукции, а не на цене. А качество в свою очередь обеспечивает рост продаж, снижение издержек, увеличение прибыли.

Качество выпускаемой продукции — это своеобразный символ сегодняшней экономики предприятия. Как отмечают зарубежные менеджеры, качество — это не лозунг, это целая философия, в которой снижение издержек, рост производительности труда потеснены качеством продукции, вышедшим на передний план. Фирмы различных стран, выпускающие продукцию самого разнообразного ассортимента, активно работают над ее качеством. Затраты на

работы по повышению качества продукции имеют значительный удельный вес, и он постоянно растет. Повышение качества — это трудоемкая работа для предприятия, поскольку затрагивает практически все направления деятельности.

Качество продукции складывается из качества труда, предметов труда, средств труда, технологии, управления, производственной среды в целом.

Качество промежуточного продукта в свою очередь формирует качество конечного продукта, а последний непосредственно выходит на *качество жизни,* где наряду с такой составляющей, как качество продукта и услуг, участвуют качество обороноспособности, природной среды, инфраструктуры, национального богатства (рис. 15.3).



Рис. /5.5. ***Формированиекачества продукции***

В последние годы передовыми фирмами мира последовательно внедряется новая стратегия управления качеством продукции:

- ♦ обеспечение качества понимается не как техническая функция, реализуемая каким-то подразделением, а как систематический процесс, пронизывающий всю организационную структуру фирмы;
- ♦ новому понятию качества должна отвечать соответствующая организационная структура предприятия;
- ♦ вопросы качества актуальны не только в рамках производственного цикла, но и в процессе разработок, конструирования, маркетинга и послепродажного обслуживания;

- ♦ качество должно быть ориентировано на удовлетворение требований потребителя, а не изготовителя;
- ♦ повышение качества требует применения новой технологии производства, начиная с автоматизации проектирования и кончая автоматизированными измерениями в процессе контроля качества;
- ♦ всеобъемлющее повышение качества достигается только заинтересованным участием всех работников;

Все это осуществимо только тогда, когда действует четко организованная система управления качеством, направленная на интересы потребителей, затрагивающая все подразделения и приемлемая для всего персонала.

Всеобщий контроль качества, осуществляемый фирмами США, Японии и Западной Европы, требует выполнения трех обязательных условий.

1. Качество как основная стратегическая цель деятельности признается высшим руководством предприятия. При этом устанавливаются конкретные задачи и выделяются средства для их решения. Поскольку требования к качеству определяет потребитель, не может существовать такого понятия, как постоянный уровень качества. Повышение качества должно идти по возрастающей, ибо качество — это непрерывно меняющаяся цель.

2. Мероприятия по повышению качества продукции должны затрагивать все подразделения предприятия. Опыт показывает, что 80—90% мероприятий не подлежат контролю отделов качества и надежности. Особое внимание уделяется повышению качества на таких этапах, как изготовление новых изделий.

3. Не должны прекращаться процесс обучения (ориентированный на определенное рабочее место) и повышение мотивации персонала. Японский экономист К. Исикава говорит: «Только непониманием существа проблем качества можно объяснить такие заявления руководителей предприятия: «управление качеством означает ужесточение приемки продукции», «управление качеством означает внедрение стандартизации», «управление качеством представляет собой статистику», «управление качеством на практике представляется весьма трудоемким мероприятием», «пусть вопросами управления качеством занимается отдел приемки или контроля», «успехи предприятия в управлении качеством исключают необходимость проведения дополнительных мероприятий» и «управление качеством не имеет отношения к администрации или отделу реализации продукции»[1].

По мнению американского экономиста А. Фейгенбаума[24], в условиях острой конкурентной борьбы (примерно 70% выпускаемой продукции США испытывают острую конкуренцию со стороны импортируемой продукции) предприятия смогут успешно развиваться, руководствуясь следующими принципами:

---

[24] *Исикава К.* Японские методы управления качеством. — М.: Экономика, 1989. - С. 139.

- ♦ качество является не одним из направлений деятельности предприятия, а непрерывным процессом, затрагивающим все функции предприятия;
- ♦ повышение качества зависит от степени участия каждого сотрудника в его формировании;
- ♦ качество не препятствует, а способствует снижению себестоимости продукции;
- ♦ качество означает использование новой техники и технологии;
- ♦ качеством необходимо управлять так же непосредственно и эффективно, как управляют оборудованием, производством и финансами.

Время на разработку и изготовление новых видов продукции постоянно сокращается: достаточно сравнить период в 20 лет, в течение которого был спроектирован, произведен и стал предметом необходимости телевизор, с периодом в 5 лет, за которые тот же путь проделала персональная ЭВМ. Растущая требовательность к повышению качества изделий в настоящее время — одна из характерных черт мирового рынка. Системы разработки новых изделий должны удовлетворять ряду условий:

- ♦ качество должно рассматриваться наравне со всеми техническими новшествами с самого начала разработки изделия;
- ♦ планирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ следует организовать таким образом, чтобы не ограничивать проектирование вариантов изделия с наилучшими характеристиками;
- ♦ ускорение разработки изделия должно стать основным критерием эффективности системы разработки.

15.5 Прибыль предприятия как цель его функционирования

Предпринимательская деятельность (предпринимательство), как уже сказано выше, представляет собой инициативную самостоятельную деятельность граждан и их объединений, направленную на получение прибыли. Следовательно, *получение при-*

ФейгенбаумА. Контроль качества продукции. — М.: Экономика, I986. — С. 161.

были — это непосредственная цель предприятия. Но предприятие может получить прибыль только в том случае, если оно производит продукцию или услуги, которые реализуются, т.е. удовлетворяют общественные потребности. Соподчиненность этих двух целей — удовлетворения потребности и получения прибыли — следующая: нельзя получить прибыль, не изучив потребности и не начав производить тот продукт, который удовлетворяет потребности. Необходимо произвести продукт, который удовлетворит потребности, и притом по такой цене, которая удовлетворила бы платежеспособные потребности. А приемлемая цена возможна только в том случае, когда предприятие выдерживает определенный уровень издержек, когда все затраты потребляемых ресурсов меньше, чем полученная выручка. В этом смысле прибыль есть непосредственная цель функционирования предприятия и одновременно это результат его деятельности. Если предприятие не укладывается в рамки такого поведения и не получает прибыли от своей производственной деятельности, то оно вынуждено уйти из экономической сферы, признать себя банкротом.

В общем виде *прибыль,* руб./год, можно рассчитать по формуле

П = В - (З + Н + Ш), (15.1)

где П — прибыль предприятия;

В — выручка от реализации созданной продукции; З — затраты на производство и реализацию созданной продукции; Н — сумма налогов, выплачиваемых предприятием; Ш — штрафные санкции.

Выручка от реализации определяется по формуле

В (15.2)

где Nj — количество произведенной и реализованной потребителям 1-й продукции в натуральном выражении;

Ц; — цена реализации i-й продукции, руб.;

п — число позиций реализуемой продукции, шт.

Если затраты и штрафы в существенной мере зависят от предприятия, то налоги, уплачиваемые предприятием, относятся к внешним условиям хозяйствования. Налоговая система, действующая в настоящее время в России, достаточно громоздкая и дифференцирована на федеральный, республиканский и местный уровни.

В первую очередь предприятие должно уплачивать: налог на добавленную стоимость, акцизы на отдельные виды и

группы товаров, отчисления на покрытие затрат по геологоразведочным и геолого-поисковым работам по полезным ископаемым; подоходный налог с юридических и физических лиц, налог на транспортные средства, гербовый налог, государственную пошлину; во вторую — налог на добычу природных ресурсов в виде акцизов, акцизы на бензин, моторное топливо, газ, налог на имущество предприятия, плату за воду, забираемую промышленными предприятиями из водохозяйственных систем; в третью — местные налоги: налог на строение, помещения и сооружения, земельный налог, промысловый налог, сбор за регистрацию предпринимательской деятельности физических лиц, налог на рекламу, лицензионный сбор за право проведения местных аукционов и лотерей, сбор с аукционных продаж и др.

В условиях рынка в своем стремлении максимизировать прибыль предприятие обладает четырьмя степенями свободы:

- ♦ свободой установления цен,
- ♦ формирования затрат,
- ♦ формирования объемов продукции,
- ♦ выбора номенклатуры и ассортимента продукции.

Но этими же степенями свободы обладают и все другие участники рынка, поэтому каждое предприятие должно учитывать не только свое поведение на рынке, но и поведение конкурентов. В условиях рынка производители продукции соревнуются за то, чтобы наиболее полно удовлетворить потребности покупателей, потребителей в широком смысле слова, только в этом случае они могут процветать как производители продукции.

15.6 Предприятие на рынке ценных бумаг

В условиях рыночной экономики наряду с традиционными формами накопления инвестиций на предприятии вступает в силу и фактор фондового рынка, т.е. *рынок ценных бумаг.* К этому располагает такая организационно-правовая форма предприятия, как акционерное общество, где уставный капитал поделен на части, и предприятие получает возможность выпускать ценные бумаги в виде акций и облигаций.

С точки зрения интересов предприятия выпуск (эмиссия) ценных бумаг — это важный рычаг аккумуляции капитала. Предприятие может выступать как *эмитентом,* т.е. выпускать акции, облигации, векселя, так и *инвестором* — вкладывать свои свободные средства в ценные бумаги других предприятий и получать дивиденды (доходы), обладая ценными бумагами других эмитентов.

Вкладывая средства в ценные бумаги других предприятий или банков, как коммерческих, так и государственных, предприятие тем самым формирует *портфель инвестиций,* который может быть:

- ♦ консервативным, когда предприятие заинтересовано в стабильном доходе;
- ♦ агрессивным, когда предприятие нацелено на высокий доход и рост капитала с большим рмском потерять свои капиталы.

Предприятие-инвестор, вкладывая средства в ценные бумаги, рассчитывает на:

- ♦ безопасность вложений;
- ♦ доходность вложений;
- ♦ рост капитала.

Между этими целями существуют противоречия, поскольку безопасность вложений, как правило, несовместима как с доходностью, так и с ростом капитала. Для достижения компромисса необходимо диверсифицировать вложения, т.е. распределить капитал между множеством ценных бумаг и компаний.

Инвестиционный портфель предприятия может быть:

- ♦ *диверсифицированным,* когда в каждый вид ценных бумаг вложено 10% общей стоимости всех вложений; эта доля может снижаться до 5%;
- ♦ *слабо диверсифицированным,* когда доля превышает 10%, и чем она выше, тем диверсификация слабее.

Например, предприятие распределило свой инвестиционный портфель так: 15% — в акции нефтедобывающих предприятий; 20% — в акции нефтеперерабатывающих предприятий; 17% — в акции предприятий, занимающихся транспортировкой и реализацией нефти и нефтепродуктов; 13% — в акции предприятий, производящих химическую продукцию на основе нефтепродуктов. Все эти предприятия связаны в единый технологический цикл. Можно ли считать удачным формирование такого портфеля инвестиций? Скорее всего, нет. Помимо высокого процента вложений в каждое конкретное предприятие, средства вложены и в предприятия, образующие единый технологический цикл. И единственным оправданием для такого рода вложений предприятия может послужить то, что это вложения в сырьевой комплекс — нефтяной, потребность в продукции которого чрезвычайно остра.

Вложения в ценные бумаги достаточно рискованные, поэтому необходимо постоянно отслеживать конъюнктуру фондового рынка, чтобы увеличить доходность вложений или вообще не потерять последние средства.

Отслеживать конъюнктуру фондового рынка предприятие может самостоятельно либо с помощью особых компаний — трастовых. *Трастовая компания* — это предприятие, которое обеспечивает наиболее выгодное и надежное вложение средств инвестора, **охраняет** его интересы, следит за финансовым положением тех предприятий, в чьи ценные бумаги вложены средства инвестора, обеспечивает своевременное получение процентов от вложенных средств.

Существует ряд правил, которыми должно руководствоваться предприятие-инвестор, вкладывая свои средства в ценные бумаги:

- ♦ следует помнить, что вложения денег в ценные бумаги — это самые рискованные вложения;
- ♦ деньги сегодня стоят дороже, чем завтра, поскольку полученные деньги можно инвестировать вновь;
- ♦ доход от вложений всегда прямо пропорционален риску, на который готов идти инвестор ради получения дохода;

♦ чтобы сгладить противоречие между риском вложений и доходностью, необходимо диверсифицировать вложения как среди ценных бумаг, так и среди эмитентов;

♦ лучшие вложения — в ценные бумаги компаний, на продукцию которых постоянно не удовлетворяется спрос.

Выводы

1. Прибыль предприятия — это и цель его функционирования, и главный результат деятельности.

2. В своем стремлении повысить прибыль предприятие обладает четырьмя степенями относительной свободы: установления цен, формирования затрат, выбора номенклатуры и ассортимента продукции и формирования объемов продукции.

3. Обеспечить получение прибыли предприятие может только в том случае, если наращиваются объемы реализации, которые в свою очередь зависят от работ по маркетингу, повышению качества выпускаемой продукции и от уровня издержек на продукцию.

4. Нерентабельная работа предприятия в течение долгого времени должна настораживать руководство, поскольку предприятие может попасть в разряд несостоятельных, а затем обанкротиться.

Вопросы для самоконтроля

1. В чем отличие поведения предприятия в условиях рынка от его поведения в условиях плановой экономики?

2. Какие виды ресурсов используются на предприятии?

3. В чем отличие ресурсов на входе от ресурсов на выходе?

4. Каковы основные положения новой стратегии управления качеством продукции на предприятии?

5. Что такое инвестиционный портфель предприятия?

Глава 16

Механизм управления предприятием. Организационная структура

16.1 Современные подходы к управлению предприятием

Организационно-экономическая перестройка народного хозяйства в нашей стране сказывается на работе основного субъекта рыночной экономики — предприятия.

Процесс функционирования экономики становится более динамичным. Это объясняется характером воздействия на организацию и функционирование предприятия трех основных групп факторов: технико-экономических, социально-экономических и региональных.

Воздействие *технико-экономических факторов* (внедрения новых машин, робототехники, ресурсосберегающих технологий, комплексной переработки сырья и т.п.), являясь основным источником роста производительности труда, приводит к необходимости быстрой смены схем организации производства, формированию новых типов производственных организаций, расширению хозяйственных и научно-технических связей. *Социально-экономические факторы* (ресурсный потенциал, методы управления, мотивация деятельности, квалификация работников и др.) определяют не только целесообразные формы организации производства, труда и управления, но и необходимость постоянного развития производственных отношений. Важное значение имеют реально воздействующие на производство *региональные факторы,* в том числе природно-климатические (при освоении новых территорий, реализации природоохранных мероприятий) и нормативные (местное законодательство, региональные системы налогообложения и др.). Они определяют необходимость развития социальной и производственной инфраструктуры, изменений в системе оплаты труда, обеспечения равновесного природопользования.

В процессе функционирования предприятие концентрирует в себе все эти факторы. Вместе с тем каждая из перечисленных групп факторов обладает различной динамикой по отраслям и регионам и разнообразием воздействия на производство: постоянным появле

ниям в структуре этих факторов новых элементов — знаний, видов продукции, потребителей, систем стимулирования, вновь осваиваемых регионов и т.д.

В то же время современное производство должно соответствовать повышенным требованиям к своей деятельности, что обусловлено рядом причин:

- ♦ необходимостью высокой гибкости производства, позволяющей быстро менять ассортимент изделий (услуг), поскольку жизненный цикл продукции (услуг) стал короче, а разнообразие изделий и объем выпуска разовых партий — больше;
- ♦ сложной технологией, требующей совершенно новых форм контроля организации и разделения труда;
- ♦ серьезной конкуренцией на рынке товаров (услуг), в корне изменившей отношение к качеству продукции, потребовавшей организовать послепродажное обслуживание и дополнительные услуги;
- ♦ резким изменением структуры издержек производства;
- ♦ необходимостью учета неопределенности внешней среды.

Одним из важных понятий менеджмента предприятий стала *неопределенность* как постоянная изменчивость условий поведения, быстрая и гибкая переориентация производства и сбыта. Таким образом, динамика и разнообразие этих факторов, требований к деятельности предприятий на каждом этапе развития экономики проявляются интегрально и требуют построения системы управления, адекватной их действию. Динамичное изменение технологий, борьба за потребителя и качество продукции (услуг), рост конкуренции заставляют предприятие по-новому рассмотреть весь комплекс вопросов управления. Управленческая деятельность в современных условиях выступает как один из важнейших факторов функционирования предприятий и организаций. Перестройка внутреннего управления в последнее время стала сердцевиной реорганизации всего хозяйственного механизма предприятий.

Гибкость в управлении, способность и умение быстро перестраиваться, не упустить новые возможности, открываемые нововведениями и рынком, в настоящее время становятся важнее, чем прямая экономия в области управленческих расходов. Ориентация на потребительский спрос, проведение маневренной научно- технической, инновационной и рыночной политики, стремление к нововведениям стали основополагающими идеями новой философии управления. В ее основу положено признание социальной ответственности управляющих. Специалисты полагают, что каждое предприятие, вне зависимости от его масштабов, должно иметь
определенные цели, которые оправдывают его существование в обществе.

Особое место управления в рыночной экономике обусловлено тем, что именно оно должно обеспечивать связанность, интеграцию экономических процессов на предприятии. Управление предприятием связывает воедино их внутренние ресурсы и внешнюю среду, наиболее существенными компонентами которой являются государственное регулирование экономики, конкуренция, состояние социальной среды и др.; управление усиливает адаптивность, конкурентоспособность бизнеса.

Рыночные отношения предоставляют достаточные возможности для эффективного управления предприятиями, но реальное положение дел в экономике, спад промышленного производства, негативные изменения ее структуры часто сводят на нет все усилия в области повышения качества управления предприятием. Однако и в этих трудных условиях идет работа по совершенствованию управления предприятиями в целом и по отдельным его функциям.

Современная теория управления отражает объективные условия развития производительных сил и производственных отношений. Характерно, что само понятие «менеджмент» и сами менеджеры отчетливо выделились с отделением капитала-собственности от капитала-функции. Когда управленческий труд стал наемным, появился кредит и стало возможным широкое развитие предпринимательства.

Школы «рационального управления» и поведенческого, психологического направления, существовавшие долгое время параллельно, но при этом во многом противостоявшие друг другу, демонстрируют в настоящее время активные поиски путей интеграции. Жесткое, строго формализованное стратегическое планирование трансформируется в концепцию стратегического управления, соответственно изменяются базовые принципы планирования и контроля, снижается численность занятых в различных службах предприятий. Упор на выработку четких и неизменных контрольных показателей во внутрифирменном планировании, регулярное проведение финансового контроля и другой отчетности, т.е. все те элементы, которые ассоциируются с «жестким» управлением, постепенно уступают место методам «мягкого», гибкого управления (вовлечению персонала в дела предприятия на основе большого взаимного доверия, поощрению предприимчивости в процессе трудовой деятельности и др.).

Дополнение «жесткого» административного руководства элементами «мягкого» управления открывает значительные резервы повышения прибыльности предприятий. На практике между этими элементами устанавливается своеобразный баланс: на этапах формирования идеи нововведения, ее разработки, сбыта и предоставления услуг потребителю доминируют поведенческие, гибкие подходы; при выполнении же рутинных операций, прежде всего производственных, применяются в основном методы «жесткого» управления, которые часто обогащаются приемами из арсенала «мягких» методов.

Другим важным итогом последних лет оказалось вычленение проблем организационной культуры (культуры организации, в том числе предприятия) и инновационного менеджмента. В настоящее время многие американские и японские специалисты в области менеджмента склонны ставить организационную культуру по силе воздействия на людей вровень с управленческой структурой.

Анализ показал, что главный потенциал, и в то же время главная опасность для прогрессивных изменений, кроется в человеке, а точнее, в его сознании, в культуре, в том числе в культурных стереотипах поведения на предприятии.

Большое внимание в последние годы уделяется формированию инновационного менеджмента — созданию организационных и экономических

условий для «выращивания» новинок (технологической и коммерческой новизны), целенаправленному управлению процессом нововведений в фирме.

В 1990-е годы на первое место вышли разработки по роли лидерства в управлении предприятием (фирмой, корпорацией). Специалисты понимают, что в современных условиях руководитель — это хозяйственный лидер, способный объединить усилия персонала и поощрить инициативу, преодолевать издержки бюрократических механизмов и гибко реагировать на изменения внешних условий.

Таким образом, обобщая разработки в области менеджмента предприятия, можно сформулировать следующие принципиальные положения (основные характерные черты) современного управления.

1. Постепенный отказ от управленческого рационализма классических школ менеджмента, согласно которому успех предприятия определяется прежде всего рациональной организацией производства, снижением издержек, развитием специализации, т.е. воздействием управления на внутренние факторы производства. Выдвижение на первый план проблем *гибкости* и *адаптируемости к постоянным изменениям внешней среды.* Значение факторов внешней среды резко повышается в связи с усложнением всей системы общественных отношений (экономических, политических, социальных), составляющих среду менеджмента на предприятии. Целесообразная, разумная интеграция методов «жесткого» и «мягкого» типов управления в единую, адекватную условиям среды систему управления.

2. Рассмотрение *предприятия как целостной системы,* позволяющей исследование предприятия в единстве его составных частей, которые неразрывно связаны с внешней средой, причем границы предприятия с внешней средой проницаемые. Предприятие как система не самообеспечивается, а зависит в своей деятельности от энергии, информации и других ресурсов, поступающих извне.

3. *Применение к управлению ситуационного подхода,* согласно которому вся организация внутри предприятия есть реакция на различные воздействия извне. Главное — это ситуации, т.е. конкретный набор обстоятельств, которые оказывают существенное влияние на работу предприятия в данный период времени.

4. Признание необходимости разработки и реализации *системы стратегического управления предприятием.* Суть ее состоит в том, что, с одной стороны, на предприятиях должно существовать четко выделенное и организованное так называемое стратегическое планирование. С другой стороны, структура управления предприятием, системы и механизмы взаимодействий его отдельных звеньев должны быть построены так, чтобы обеспечить выработку и гибкую реализацию долгосрочной стратегии для успеха в конкуренции при изменяющихся условиях внешней среды и создать управляющий инструментарий для превращения этой стратегии в текущие производственно-хозяйственные планы. Метод стратегического управления сочетает стратегический подход к постановке задач и программно-целевой подход к их реализации.

5. Поворот бизнеса к управлению *организационной культурой* как системой ценностей, разделяемых персоналом и связанных с конечными целями предприятия. Организационная культура предприятия включает и установление высоких

стандартов деятельности для каждого работника, и обеспечение гибкого лидерства с акцентом на личные контакты, создание атмосферы всеобщей вовлеченности в дела фирмы и др. Особое значение приобретают способность и готовность делегировать полномочия подчиненным ступеням структуры управления и исполнителям, продуктивное взаимодействие руководителей и подчиненных, заинтересованный подход к стратегии управления, использование современных информационных технологий.

6. Признание определяющего значения для будущего предприятия *формирования* и *функционирования инновационного менеджмента,* обеспечивающего восприимчивость предприятий ко всему новому, к достижениям научно-технической мысли. Основой инновационного менеджмента на предприятии являются создание соответствующего организационного климата, инициатива сотрудников, создание адекватных форм инновационной деятельности и ее стимулирование.

7. Осознание *ведущей роли лидера в организации* как носителя нового хозяйственного мышления, ориентированного на инновации и интеграцию усилий работников, на рациональный, оправданный риск, на использование культурно-этических инструментов руководства.

8. Признание *социальной ответственности управляющих* как перед обществом в целом, так и перед отдельными людьми, работающими на предприятии. Предприятие — это прежде всего социальная система, эффективность которой зависит от главного ее ресурса — человека. Задача менеджера состоит в том, чтобы организовать эффективную совместную работу, **в** процессе которой каждый человек способен в максимальной степени раскрыть свой потенциал.

Практическое воплощение этих принципов управления весьма сложно и требует коренного пересмотра всей философии бизнеса. изменения психологии работников (в том числе самих менеджеров), повышения их квалификации. Несмотря на это. все больше предприятий пытается отойти от прежних командно-иерархических отношений и усилить позиции, лучше используя сильные стороны персонала. Одновременно меняются подходы к формированию стратегии развития предприятия и его целей, к построению структуры предприятия и менеджмента, к процессу разработки и принятия управленческих решений, к работе с персоналом и к оценке эффективности работы предприятия, его подразделений и работающих.

Традиционное предприятие является ответом на стандартную технологию и неменяющуюся внешнюю среду. Современное (или новое) предприятие — это реакция на быстрые перемены, на непрерывно меняющиеся технологии и неопределенность внешней среды. Современный подход к предприятию представляет собой сбалансированное сочетание человеческих ценностей, организационных изменений и непрерывной адаптации к изменениям **внешней** среды.

Современная система управления должна быть простой и гибкой. Главным критерием ее построения является обеспечение конкурентоспособности и эффективности. Система управления должна отвечать следующим требованиям:

- иметь минимально необходимое число уровней управления;
- включать компактные подразделения, укомплектованные квалифицированными специалистами;
- базироваться на гибких структурах, основанных на командах специалистов;
- выпускать продукцию, ориентированную на конкурентный рынок;
- организация работы должна быть ориентирована на потребителя.

С этих позиций рассмотрим основные положения управления предприятием.

16.2 Механизм управления предприятием

С позиций менеджмента все предприятия имеют общую черту — все они являются организациями. Организация — это группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей. Все сложные организации имеют общие для всех них характеристики. К ним относятся: ресурсы, зависимость от внешней среды, горизонтальное и вертикальное разделение труда, подразделение, необходимость управления. Сущность и содержание процесса управления проявляются в его функциях. С этих позиций управление предприятием понимается как процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать и достичь целей предприятия. Управление в современном мире выступает не только как составная часть совместного, комбинированного труда, но и как функция реализации собственности. В центре управления — люди (кадры специалистов), составляющие основу любого предприятия. С этих позиций управление — это и умение добиваться поставленных целей, направляя труд, интеллект, мотивы поведения людей, работающих на предприятии.

С позиции системного подхода к предприятию и управлению им все предприятия являются открытыми системами, т.е. характеризуются взаимодействием с внешней средой. Если организация управления эффективна, то в ходе процесса преобразования образуется добавочная стоимость ресурсов на входе и появляются многие возможные дополнительные результаты на выходе (прибыль, увеличение доли рынка, увеличение объема продаж, рост предприятия и др.) Объектом управления на предприятии выступают несколько групп функциональных процессов: маркетинг, исследования и разработки, производство, финансы, персонал и др. На рис. 16.1 представлено упрощенное изображение процесса управления организацией как открытой системой. Для практической деятельности в

настоящее время большое значение имеют следующие элементы управления: стратегии, структуры, системы и процедуры работы, стиль, состав персонала, сумма навыков, совместно разделяемые ценности.



*Рис. **16.1. Схема процессауправления предприятием***

Эффективность деятельности предприятия, его положение на рынке принципиально зависят от выбранной стратегии развития предприятия и стратегических типов управления. Под *стратегией* понимается определенное направление развития предприятия, план достижения его целей.

К основным стратегиям развития предприятия относятся стратегии:

- ♦концентрированного роста (усиление позиции на рынке, развитие рынка, развитие продукта);
- ♦интегрированного роста (приобретение собственности; внутреннее расширение);
- ♦диверсифицированного роста (производство новых продуктов);
- ♦ сокращения (целенаправленное и сбалансированное сокращение бизнеса в связи с изменениями на рынке, в целом в экономике и т.п.).

Основные стратегические типы управления предприятиями:

- ♦ жесткое рационалистическое (директивное) управление;
- ♦ управление по отклонениям от заданного состояния (процесса);

- ♦ управление по целям, включающее простое целевое управление, программно-целевое управление, регламентное управление;
- ♦ управление с упреждением (управление по слабым сигналам, базирующееся на использовании адаптивных алгоритмов управления, анализа и прогноза будущих событий);
- ♦ управление по результатам (базируется на усилении функции координации и интеграции деятельности всех подразделений);
- ♦ управление на базе потребностей и интересов, основанное на стимулировании (мотивации) деятельности;
- ♦ управление на основе эффективной реализации корпоративной культуры и социальной ответственности;
- ♦ управление, ориентированное на стратегию возможного, позволяет уменьшить фактор неопределенности (управление по «принципу Родена»).

Эти и ряд других типов управления предприятием должны реализоваться на базе современных информационных технологий.

Чтобы иметь возможность эффективно формулировать цели и достигать их, руководство выполняет комплекс функций. Важнейшие связующие функции любых систем управления — выработка и принятие решений и обмен информацией (коммуникации), на основе которого руководитель получает данные, необходимые для принятия решений и доведения их до работников. К числу общих относятся функции планирования (включая стратегическое планирование, текущее планирование реализации стратегий), организации (включая организацию и координацию сотрудников), мотивации сотрудников к эффективному действию и контролю (включая учет и анализ деятельности предприятия).

Взаимодействие предприятия с внешней средой и его внутрифирменная деятельность могут происходить с использованием различных типов менеджмента и определенных структур управления.

Внутренняя среда предприятия включает людей, технику, технологии, информацию, экономику, организационную структуру и другие составляющие и формируется в зависимости от его миссии и целей, которые во многом определяются внешней средой. Внутреннюю среду предприятия можно рассматривать с точки зрения как

статистики, выделяя состав ее элементов и структуру, так и динамики — протекающих в ней процессов. Она включает все основные элементы и **подсистемы,** которые обеспечивают процесс производства товаров и услуг и процесс управления, состоящий в разработке и **реализации** управленческих решений. Деятельность предприятия охватывает также экономические, социальные, технологические, информационные и другие процессы.

Все внутриорганизационные процессы **протекают в** рамках орг**анизационной** структуры, которая отражает внутреннее строение предприятия, сложившееся на нем разделение труда, связи и взаимодействие его подразделений. Организационная структура закрепляет задачи, функции, права **и** обязанности **за** каждым структурным подразделением. Существуют различные варианты построения **предприятия** — от жесткого централизованного до гибкого, динамичного. От выбора типа организационной структуры, **умелого** проектирования и своевременного изменения во многом зависит эффективность деятельности предприятия в целом.

Организационные структуры, используемые при предпринимательском подходе, характеризуются гибкостью, небольшим числом иерархических уровней, **децентрализацией,** низкой степенью формализации.

Опыт ведущих предприятий показывает, что ключ к успешной деятельности предприятия — это прежде всего четкая организация управления предприятием. Она характеризуется рядом причинно- следственных связей (рис. 16.2).



Рис.** 16.2.Схемалогической последовательности**управленияпредприятием

. - ----- косвенная связь

Специалисты по менеджменту полагают, что наибольшего эффекта в работе предприятия способны добиться умелые, продуманные действия его руководителей. Квалифицированные действия руководства дают возможность направить в нужное русло поведение работников, создать необходимую производственную ориентацию и возбудить мотивацию их действий, содействовать эффективной работе. В результате производственная деятельность коллектива приобретает нужную целеустремленность, организованность и продуктивность. Таким образом, успех приходит тогда, когда качественное руководство порождает активное поведение работников, а их взаимодействие проявляется в эффективной производственной деятельности.

В современном менеджменте принято различать три основных вида (направления) деятельности:

- ♦ техническую деятельность по созданию и освоению, применению в производстве прогрессивных видов материалов, техники, технологии. Главное в этом виде деятельности — умение генерировать техническую идею. Задача менеджера — искать способных людей и обеспечивать им творческие условия (создавать инновационные группы, отделы, фирмы, венчурные отделения);
- ♦ управленческую деятельность по координации действий, обеспечению упорядоченности и согласованности производственных процессов. В управленческой деятельности успех достигается в основном умением получать результат за счет усилий подчиненных (собственно менеджмент — управление внутренними факторами производства);
- ♦ управленческую деятельность по организации действий предприятия на рынке товаров и услуг (система стратегического управления и тактика деятельности предприятия на рынке). Она получила особое название — маркетинговая управленческая деятельность (управление предприятием с учетом внешних факторов).

Маркетинг и менеджмент представляют собой две неразрывные стороны управления предприятием, при этом первый выступает в роли генератора идей, а второй призван обеспечить их достижение.

Рассмотрим содержание менеджмента предприятия и его основные задачи. Руководитель-менеджер должен:

1) знать, изучать и анализировать факты, связанные с деятельностью предприятия; регулярно проводить ретроспективный анализ; выявлять логику развития событий на предприятии и в среде, с которой приходится взаимодействовать; изучать потребителя; диагностировать внутренние проблемы производственного коллектива; прогнозировать действие внешних факторов;

2) намечать текущие и перспективные цели; держать текущие цели и задачи под постоянным контролем; вырабатывать стратегическую концепцию, разрабатывать конкурентоспособную стратегию действий, направленную на использование потенциальных возможностей коллектива; определять собственную социально-экономическую, производственную, предпринимательскую тактику;

3) организовывать, обеспечивать, объединять ресурсы и средства (работников, машины, материалы, финансы, информацию) для достижения целей; координировать производственные программы с позиций их общего ресурсного обеспечения; определять допустимые масштабы расходования ресурсов по сметам и балансам с использованием нормативной базы; уделять особое внимание контролю за ключевыми ресурсами;

4) создавать действенные исполнительские структуры; использовать программные управленческие структуры; сочетать децентрализацию с необходимой централизацией; в допустимых пределах делегировать полномочия по управлению; создавать временно или постоянно действующие специализированные структуры для реализации особо важных функций;

5) уметь выбирать людей, своевременно продвигать инициативных и способных специалистов; информировать коллективы о целях и задачах управления; обучать людей и развивать их способности, особое внимание уделяя талантам; уметь заинтересовать и заставить работать, избавляясь от заведомо ненужных и бесперспективных работников;

6) обеспечивать координацию и интеграцию деятельности всех подразделений и специалистов предприятия.

Эволюция систем внутрифирменного управления дает возможность понять, что сменившие друг друга системы рассчитывались на растущий уровень нестабильности (неопределенности), и в особенности на все большую непривычность (новизну) событий и все меньшую предсказуемость будущего.

В начале XX в. применяли два типа систем управления предприятиями:

- ♦ на основе контроля за исполнением (постфактум);
- ♦ на основе экстраполяции прошлого.

К настоящему времени сложились следующие типы систем управления:

1) связанные с определением позиции (управление на основе предвидения изменений, когда стали возникать неожиданные явления и темп изменений ускорялся, однако не настолько, чтобы нельзя было вовремя определить реакцию на них). Этот тип управления включает долгосрочное и стратегическое планирование и выбор стратегических позиций;

2) связанные со своевременной реакцией, дающие ответ на быстрые и неожиданные изменения в окружающей среде (управление на основе гибких экстренных решений). Этот тип включает управление на основе ранжирования стратегических задач: по сильным и слабым сигналам и в условиях стратегических неожиданностей.

Выбор сочетаний различных систем для конкретного предприятия зависит от среды, в которой оно действует или собирается действовать. Выбор необходимой системы определения позиций зависит от новизны и сложности задач. Выбор системы своевременной реакции определяется темпом изменений и предсказуемостью задач.

Интеграция этих систем управления позволяет сформировать метод стратегического управления, наиболее полно отвечающий условиям гибкости и неопределенности внешней среды.

16.3 Организационная структура управления предприятием

Организационный механизм управления предприятием имеет множество компонентов, но обязательно должен представлять единую систему, в которой функционирование отдельных элементов взаимозависимо и взаимообусловлено. В настоящее время в России в области организации менеджмента имеется особенно много проблем из-за особенностей современного состояния ее переходной экономики.

Организационный механизм управления представляет систему управленческих действий, приемов и процедур, направленных на реализацию функций предприятия, а также на теорию и практику менеджмента, опирающегося на приоритет общеорганизационных принципов и решение организационных проблем. Он включает: проектирование, создание и совершенствование организационных структур, четкое разграничение функций, распределение организационных задач, обязанностей, прав и ответственности структурных подразделений и отдельных исполнителей, установление взаимосвязей между ними, строгое соблюдение установленных правил организационного поведения, принятия управленческих решений.

Особое значение здесь имеет характеристика ряда важнейших параметров системы управления, прежде всего вопросов формирования организационных структур.

Структура управления предприятием, или организационная структура управления, - - одно **из** ключевых понятий менеджмента, тесно связанное с целями, функциями, процессом управления, работой менеджеров и **распределением** между ними полномочий. В рамках этой структуры протекает весь управленческий процесс (движение потоков информации и принятие управленческих решений), в котором участвуют менеджеры всех уровней, категорий и профессиональной специализации.

Под ***организационной структурой управления*** понимается *упорядоченная совокупность устойчиво взаимосвязанных элементов, обеспечивающих функционирование и развитие предприятия как единого целого.*

Организационная структура управления определяется так же, как форма разделения и кооперации управленческой деятельности, в рамках которой осуществляется процесс управления по соответствующим функциям,

направленным на решение поставленных задач и достижение намеченных целей. С этих позиций структура управления представляется в виде системы оптимального распределения функциональных обязанностей, прав и ответственности, порядка и форм взаимодействия между входящими в ее состав органами управления и работающими в них людьми. Ключевыми понятиями организационной структуры управления являются элементы (звенья), связи (отношения) и полномочия.

К элементам структуры относятся отдельные работники, службы и другие звенья аппарата управления, а отношения между ними поддерживаются благодаря связям, которые принято подразделять на горизонтальные и вертикальные. *Горизонтальные связи* носят характер согласования и являются, как правило, одноуровневыми. *Вертикальные связи* — это связи подчинения, и необходимость в них возникает при иерархичности управления, т.е. при наличии нескольких уровней управления. Связи в структуре управления могут носить линейный и функциональный характер. Линейные связи отражают движения управленческих решений и информации между так называемыми линейными руководителями, т.е. лицами, полностью отвечающими за деятельность предприятия или ее структурных подразделений. Функциональные связи образуются по линии движения информации и управленческих решений по тем или иным функциям управления. Соответственно используется такое понятие, как полномочия, т.е. право на принятие решений. Распределение полномочий делает структуру иерархической. Полномочия
весьма различны. Они разделяются по функциям, по масштабам управления и по объему полномочной деятельности.

К структуре управления предъявляется множество требований, которые учитываются в принципах формирования организационных структур. Главные из этих принципов могут быть сформулированы следующим образом.

- Организационная структура управления должна прежде всего отражать цели и задачи предприятия, а следовательно, быть подчиненной производству и меняться вместе с происходящими в нем изменениями.
- Организационная структура управления должна отражать функциональное разделение труда и объем полномочий работников управления. Эти полномочия определяются процедурами, правилами и должностными инструкциями и, как правило, расширяются в направлении более высоких уровней управления.
- Структура управления должна соответствовать социально- культурной среде предприятия, и при ее построении необходимо учитывать условия, в которых ей предстоит функционировать. На практике это означает, что попытки слепо копировать организационные структуры управления, успешно действующие на других предприятиях, обречены на провал, если условия работы различны.

В результате вертикального разделения труда образуются *уровни управления* — те части предприятия, в рамках которых и в отношении которых могут

приниматься самостоятельные решения без их обязательного согласования с выше или ниже расположенными частями.

Число уровней управления определяется иерархией предприятия — структурой власти. Число уровней управления на современных производственных предприятиях может достигать 12, а в непроизводственных — 9.

Вне зависимости от того, сколько существует уровней управления, руководителей традиционно делят на две категории: руководителей низового звена, или операционных управляющих; руководителей высшего звена.

Типология организационных структур рассматривает следующие виды структур: традиционную (линейные, линейно-функциональные, которые базируются на сочетании принципов линейной и функциональной департаментизации), дивизиональную, матричную (и ее разновидности) и комбинированную.

Линейная структура управления наиболее приемлема **для** простых форм производства, поэтому исторически она возникла первой. Отличительными чертами этой структуры являются прямое воздействие на производство и сосредоточение к одних руках всех функций руководства. Отсюда — невозможность выполнения противоречивых заданий и распоряжений, полная ответственность руководителя за результаты работы, обеспечение принципа единоначалия. Но эта структура имеет ряд недостатков, основной из которых — необходимость для руководителя обладать разносторонними знаниями по всем направлениям деятельности. чтобы иметь возможность эффективно руководить организацией в условиях отсутствия специалистов по реализации **отдельных** функций управления.

Функциональная структура управления базируется **на** иных принципах, она возникла с развитием **специализации** работы, **связанной** с получением и распределением ресурсов. Функциональная структура не имеет недостатков линейной, здесь вопросы **решаются** более компетентно, от линейных руководителей не требуется глубоких знаний всех сторон управления производством. Крупный недостаток **этой** структуры — нарушение единства распорядительности и ответственности за работу.

Линейно-функциональная структура включает специальные подразделения при линейных руководителях, которые помогают выполнять задачи организации. Первому (линейному) руководителю в разработке конкретных вопросов и подготовке **соответствующих** решений, программ, планов помогает специальный аппарат управления, состоящий из функциональных подразделений (управлений, отделов, групп, бюро). Такие подразделения проводят свои решения либо через высшего руководителя, либо (в пределах специальных полномочий) прямо доводят их до специализированных служб или отдельных исполнителей на нижестоящем уровне. Функциональные подразделения, как правило, не имеют права самостоятельно **отдавать** распоряжения производственным подразделениям.

Внутри *дивизиональной структуры управления* деление предприятия на элементы и блоки происходит по видам товаров или услуг, группам получателей или географическим регионам. Дивизионадь- ная структура способствует устранению

ряда проблем, возникающих в линейно-функциональной структуре. Она имеет преимущества в различных отраслях промышленности, в особенности там, где производство слабо подвержено колебаниям рыночной конъюнктуры и мало зависит от технологических нововведений, так как в этой структуре по-прежнему в основе взаимодействия с внешней средой лежит механистический подход.

В целом дивизиональная структура организации позволяет ей продолжать свой рост и эффективно осуществлять управление различными видами деятельности и на разных рынках. Руководители производственных отделений в рамках закрепленного за ними продукта или территории координируют деятельность не только «по линии», но и «по функциям», развивая тем самым требуемые качества общего руководства.

Но внутри производственных отделений наблюдается тенденция к «укорачиванию» целей. Из-за роста управленческого аппарата за счет создания отделений увеличиваются накладные расходы. Централизованное распределение ключевых ресурсов в случае их недостатка может привести к развитию организационных конфликтов.

Матричная структура управления — организация управления, сочетающая вертикальные линейные и функциональные связи управления с горизонтальными. Это сложная структура, но эффективная. Она считается наиболее гибкой, так как быстро приспосабливается к изменениям во внешней среде.

В матричной структуре наряду с постоянными функциональными отделами образуются временные проектные группы для решения конкретных проблем. Члены проектных групп часто остаются в штате функциональных подразделений, что дает возможность легко перемещать персонал при переходе от одного проекта к другому и лучше его использовать.

Матричная структура также имеет свои преимущества и недостатки. Создание матричной организационной структуры управления предприятием считается целесообразным, если существует необходимость освоения ряда новых изделий в сжатые сроки, внедрения технологических новшеств и быстрого реагирования на конъюнктурные колебания рынка.

На практике различают структуры двух типов:

- ♦ механистическую, характеризующуюся использованием формальных процедур и правил, жесткой иерархией власти на предприятии, централизацией принятия решений. Сюда можно отнести линейную, функциональную, линейно-функциональную, продуктовую, региональную, ориентированную на рынок, диви- зиональную структуру;
- ♦ органическую, характеризующуюся умеренным использованием формальных правил и процедур, децентрализацией, гибкостью структуры власти, участием в управлении низших уров-

ней. К этому типу относятся проектные, матричные, программно-целевые структуры.

Совершенствование организационной структуры — естественный, необходимый и постоянный процесс для всех предприятий и организаций. Он

обусловлен не только методическими рекомендациями, изложенными в экономической литературе, но и конкретной рыночной ситуацией, целями, ценностями, перспективами развития, а также опытом и знаниями руководителей. Практика изобилует комбинированными структурами, соединяющими в себе свойства традиционных, дивизиональных и матричных структур.

Факторы, оказывающие влияние на построение организационных структур управления, имеют ситуационный характер. Можно выделить следующие группы таких ситуационных факторов:

- ♦ состояние внешней деловой среды, т.е. всего того, что окружает предприятие;
- ♦ технология работы на предприятии;
- ♦ стратегический выбор руководства предприятия в отношении его целей.

Все перечисленные факторы могут по отдельности или в комбинации влиять на решение по проектированию предприятия через те компоненты, которые заключены в каждом из них.

Организационная структура — это и поведенческая система, люди и их группы, постоянно вступающие в различные взаимоотношения для решения общих задач. Такая многосторонность организационного механизма несовместима с использованием каких-либо однозначных методов — либо формальных, либо неформальных. Поэтому необходимо сочетание научных методов и принципов формирования структур (системного подхода) с большой экспертно-аналитической работой, изучением отечественного и зарубежного опыта.

Процесс *формирования организационной структуры* включает в себя формулировку целей и задач, определение состава и места подразделений, их ресурсное обеспечение (включая численность работающих), разработку регламентирующих процедур, документов, положений, закрепляющих и регулирующих формы, методы, процессы, которые осуществляются в организационной системе управления.

Весь этот процесс можно проводить по трем крупным стадиям.

1. *Формирование общей структурной схемы,* которое во всех случаях имеет принципиальное значение, поскольку при этом определяются главные характеристики предприятия, а также направления,
по которым должно быть осуществлено более углубленное проектирование как организационной структуры, так и других важнейших аспектов системы (способность переработки информации).

2.*Разработка состава основных подразделений и связей между ними.* Заключается в том, что предусматривается реализация организационных решений не только в целом по крупным линейно- функциональным и программно-целевым блокам, но и вплоть до самостоятельных (базовых) подразделений аппарата управления, распределения конкретных задач между ними и построения внутри-организационных связей. Под базовыми подразделениями понимаются самостоятельные структурные единицы (отделы, бюро, управления, секторы,

лаборатории), на которые организационно разделяются линейно-функциональные и программно-целевые подсистемы. Базовые подразделения могут иметь свою структуру.

3. *Регламентация организационной структуры.* Предусматривает разработку количественных характеристик аппарата управления и процедур управленческой деятельности. Она включает:

- ♦ определение состава внутренних элементов базовых подразделений (бюро, групп и должностей);
- ♦ определение проектной численности подразделений;
- ♦ распределение задач и работ между конкретными исполнителями;
- ♦ установление ответственности за их выполнение;
- ♦ разработку процедур выполнения управленческих работ в подразделениях;
- ♦ расчеты затрат на управление и показателей эффективности аппарата управления в условиях проектированной организационной структуры.

Каждое предприятие создает собственную, специфическую структуру, учитывая такие факторы, как:

- ♦ масштабы производства;
- ♦ структуру и емкость занимаемого рынка;
- ♦ особенности потребительского контингента;
- ♦ свойства и широту ассортимента выпускаемой продукции;
- ♦ тенденции и перспективы развития конкуренции.

В последние годы наблюдается активный процесс реорганизации управленческих структур как в крупных межотраслевых комплексах, так и в средних организациях, функционирующих в пределах одной отрасли или рыночной сферы. Важнейшими факторами, определяющими подобную реорганизацию, являются:

- ♦ активизация инновационных процессов в различных областях производственно-рыночной деятельности;

К*

- ♦ развитие предпринимательства, предполагающего конструктивное использование творческой инициативы членов коллективов предприятий и организаций;
- ♦ внедрение информационных технологий, видоизменяющих управленческий процесс;
- ♦ усилие конкуренции.

Образование новой компании, полное или частичное преобразование деятельности хозяйствующих субъектов, реструктуризация предприятий, разработка и реализация инвестиционных проектов требуют предварительного проектирования с тем, чтобы был эффективный механизм управления предприятиями. Формирование такого механизма должно опираться не только на опыт, аналогию, привычные схемы и интуицию, но и на научные методы организационного проектирования.

Организационное проектирование — это процесс нахождения соответствия между ключевыми элементами предприятия (структурой, работниками, задачами, системами решений и поощрений, а также неформальной организацией и культурой) и ее стратегия, которые приводят к успеху. Процесс проектирования предприятия не является средством избрания единственного проекта либо однажды принятым решением. Предприятия постепенно изменяются, и их структуры должны изменяться вместе с ними. Некоторые изменения нарастают и происходят в течение сравнительно долгого времени; другие изменения происходят быстро, стремительно. К обоим типам изменений предприятие должно приспосабливать свою структуру, чтобы иметь возможность эффективно продолжать работу.

В ходе организационного проектирования применительно к той или иной компании принимаются решения по поводу разделения труда и специализации; департаментализации и кооперации; связей между подразделениями и координации, масштабов управляемости и контроля. В результате проектирования устанавливаются: иерархия предприятия и его звенность; распределение полномочий и ответственности; централизация и децентрализация в управлении предприятием; дифференциация и интеграция элементов структуры и функций. Перечисленные задачи не могут быть решены без учета всех внешних и внутренних условий функционирования предприятия в их развитии и изменении.

В настоящее время при формировании организационных структур управления в России считается целесообразным использовать четыре основных метода. Метод *аналогии* применяется при разработке на основе анализа передовых типовых структур управления для предприятий, функционирующих в сходных условиях. *Экспертный метод* основан на изучении предприятия, определении его наиболее существенных особенностей, «узких мест» в работе аппарата и разработке рекомендаций на основе мнений экспертов, а также на обобщении результатов передовой практики в области организации управления. *Метод структуризации целей* — разработка системы целей предприятия и ее последующее совмещение с разрабатываемой структурой. Следовательно, структура базируется на основе системного подхода, анализа и обоснования вариантов ее построения и функционирования.

Актуален также *метод организационного моделирования,* в рамках которого осуществляется разработка формализованных математических, графических и машинных описаний распределения полномочий и ответственности на предприятии, чтобы на основе четко сформулированных критериев оценить степень рациональности разных вариантов организационных решений.

Быстрые изменения (динамизм) рыночной среды остро ставят проблему выживания, устойчивости предприятия. В целях повышения стойкости предприятия неблагоприятной рыночной конъюнктуре создаются новые организационные формы: холдинги (многофункциональные организации, уставный капитал которых составляют контрольные пакеты акций других предприятий) и финансово-промышленные группы (вертикально интегрированные технологические структуры).

На современном этапе идет формирование таких организационных структур управления, которые наиболее полно отвечают сложившимся принципам и функциям управления, соответствуют обстоятельствам и условиям, существующим на данном предприятии и в его внешнем окружении. Можно выделить ряд особенностей, которые будут определять тип структуры, более или менее подходящей и для этого предприятия: тип изделий (или услуг), технологические процессы, диверсификация деятельности предприятия, его масштабы, взаимодействие с внешней средой и др.

Современное информационное общество предъявляет новые требования к проектированию предприятия, которые выявили тенденцию к переходу от структур иерархического типа к органическим, обладающим гибкостью, адаптивностью, сокращенной иерархией, высоким уровнем горизонтальной интеграции, самоорганизацией персонала, инновационностью.

Среди новых типов предприятий, успешно действующих в информационной среде, выделяются: эдхократические, многомерные, партисипативные, предприятия предпринимательского типа и ориентированные на рынок, а также новый тип структур — сетевые.

Эдхократические' предприятия характеризуются высокой степенью свободы в действиях работников, их компетентностью и умением самостоятельно решать возникающие проблемы.

К *многомерным* предприятиям относятся те, в которых подразделения (рабочие группы) самостоятельно и одновременно выполняют три функции: управление снабжением, управление производством и управление сбытом. Такие автономные подразделения имеют статус центров прибыли.

Партисипативные предприятия ориентированы на участие работников в процессе управления (в постановке целей; в принятии решений; в решении тактических и оперативных задач). При этом обеспечивается более полная мотивированность их труда, формируется чувство собственника.

К *предпринимательским* предприятиям относятся такие, которые базируются на принципах предпринимательства (саморегулировании деятельности, приоритетности потребителя, конкурентности и др.).

Предприятия, *ориентированные на рынок,* интегрируют свойства всех рассмотренных предприятий. К ним можно отнести различные предприятия, придерживающиеся органического подхода, в которых все функции группируются вокруг конкретного рынка (или рынков).

Перенесение рыночных отношений на внутрифирменные связи (внутренние рынки), информатизация бизнес-деятельности вызвали к жизни *сетевые структуры.* В рамках этих структур в системе управления формируется один из основных компонентов ресурсного потенциала предприятия — управленческий.

Сетевые предприятия отличаются от предприятий других типов по ряду признаков. Во-первых, если в последние десятилетия предприятия, использующие традиционные формы организации, предпочитали содержать в своей структуре все необходимые ресурсы, то многие сетевые предприятия используют

коллективные активы нескольких предприятий, расположенные в различных точках ценностной цепи. Во-вторых, сетевые предприятия больше полагаются на рыночные механизмы, чем на административные формы управления потоками ресурсов. В-третьих, многие современные сети предполагают более действенную и заинтересованную роль их участников. В-четвертых, в растущем множестве отраслей (включая производство компьютеров, автомобилей и др.) сети представляют собой объединение предприятий, основанное на кооперации и взаимном владении акциями участников группы — производителей, поставщиков, торговых и финансовых компаний. Сетевое предприятие сочетает элементы специализации функциональной формы, автономность дивизиональной структуры и возможность переброски ресурсов матричного предприятия.

В последнее время среди общепринятых методов проектирования организационных структур управления появилось понятие «се- тизация», означающее способы форматирования компаний-сетей и сетей из компаний с использованием новейших информационных технологий. Отдельные виды деятельности в процессе сетизации могут быть переданы другим компаниям, специализирующимся, например, на маркетинговых исследованиях, обеспечении сырьем и материалами, составлении бухгалтерской отчетности, подборе кадров и повышении их квалификации, послепродажном обслуживании продукции одной отрасли или группы компаний.

Наиболее ярким примером сетевого предприятия может служить сеть магазинов («Седьмой континент», «Пятерочка» и т.д.).

16.4 Направления развития внутрифирменного управления

Анализ опыта развития промышленно развитых стран свидетельствует о том, что переход от узкой специализации к интеграции наблюдается в содержании и характере управленческой деятельности. Изучение тенденции развития общественного производства показывает постоянное усложнение его технологической составляющей, структуры реализуемых социально-экономических целей, появление новых форм собственности и, как следствие, наращивание объема внутренних и внешних связей производственных предприятий. Соответственно растут объем и разнообразие «стыков» при решении производственно-технологических и социально-экономических задач управления. Каждый такой «стык» — потенци&1ьный источник управленческих ситуаций, требующих интеграции всех составляющих (всех элементов) системы. По оценке специалистов, конец XXв. — время динамичных условий конкуренции. Шла уже не просто борьба предприятий за свою рыночную нишу, а гонка за каждую позицию на всех направлениях: ускорение нововведений, поиск высококвалифицированных кадров, вовлечение потребителей в сферу корпоративного влияния. Новые

подходы все более увязываются с глобализацией бизнеса, переходом к новой модели экономического роста.

В настоящее время на рынке успеха смогут добиться те предприятия, которые:

- ♦ смогут сконцентрироваться на главных направлениях своей деятельности и опереться на ключевые ценности организации;
- ♦ эффективно распоряжаются временем, ускоряющимся потоком нововведений, идей;
- ♦ учитывают, что в информационном обществе созрели условия для гибких форм организации режимов работы, различных комбинаций ресурсов и усилий работников, групп;
- ♦ считают, что совместный труд должен приносить удовлетворение всем участникам и служить морально-этическим резервом предприятия;
- ♦ имеют высокий уровень управления с позиций нововведений, **прибыльности** и ответственности.

Выделим *главные тенденции* развития управления предприятием.

1. Осознание важности (значения) материальной, технологической базы современного производства **и** оказания услуг. Это вызвано не только компьютеризацией управления производственными процессами, но и общим усилением влияния технического прогресса на достижение целей организации, повышением роли производительности и качества для успеха в конкуренции путем синтеза деятельности людей и использования технологических факторов производства.

2. Усиление внимания не только к организационной культуре, но и к различным формам демократизации управления, участие рядовых работников в прибылях, в осуществлении управленческих функций, в собственности; внимание к вопросам этики в бизнесе, что особенно актуально в практике нашей страны в условиях рынка, экономической свободы.

3. Организационные поиски менеджмента. Здесь налицо многообразие структурных решений: от сетевых организационных форм и групповой работы до максимальной хозяйственной самостоятельности отделений, полностью отвечающих за прибыль и убытки. В относительно небольшом органе корпоративного управления концентрируется решение только стратегических вопросов развития, связанных с крупными инвестициями, сосредоточиваются функции интеграции деятельности фирмы, а каждое отделение полностью финансирует свою деятельность, вступает на коммерческой основе в партнерские отношения с любыми организациями. Наблюдается тенденция к уменьшению жесткости иерархичности сложившихся структур, дальнейшему развитию программно-целевого управления.

4. Особое значение функции координации, так как очень сильна взаимозависимость предприятий в масштабах региона, страны. В координации развиваются несколько ее эффективных видов:

- ♦ превентивная координация, когда прогнозируются проблемы, трудности и пути их преодоления;

- ♦ устраняющая, нацеленная на ликвидацию перебоев в хозяйственной системе;
- ♦ регулирующая, предназначенная для поддержания установленной схемы взаимодействия субъектов хозяйствования;
- ♦ стимулирующая, повышающая эффективность деятельности при отсутствии видимых отклонений.

5. Интенсивное развитие интеграционных процессов во всех сферах управленческой деятельности как внутри предприятия, так и с внешней средой. В настоящее время проведение интеграционной политики служит главным резервом повышения устойчивости и эффективности деятельности предприятия в сложной обстановке рыночных отношений.

6. Усиление международного характера управления (интернационализация управления). В связи с переходом бывших республик СССР к открытой экономике, резким усилением международной конкуренции и в то же время кооперации производства интернационализация управления ставит много новых вопросов: что есть общего и особенного в управлении, что в управлении универсально (формы, методы), в чем состоят особенности национального стиля в управлении и др.

Выводы

1. Современные тенденции развития рыночной экономики требуют новых, нетрадиционных подходов к управлению предприятием.

2. Ориентация на потребительский спрос, проведение маневренной научно-технической инновационной политики, стремление к нововведениям, оправданному риску стали основополагающими идеями новой философии управления.

3. В современном управлении идет интенсивное преобразование традиционных методов «жесткого» и «мягкого» управления, поведенческого управления в новую концепцию управления, ориентированную на ведущую роль человека в деятельности предприятия (основной ресурс организации), ориентация на нововведения, гибкость во всех сферах деятельности, стремление к стратегическому управлению.

4. Логика эффективного современного управления требует квалифицированного руководителя.

5. **Управление** предприятием — целенаправленное воздействие, необходимое для согласования совместной деятельности людей; это процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для формирования и достижения поставленных целей. Управление характеризуется формированием стратегии развития предприятия, целями управления, типами управления, задачами, процессом **и** структурой управления. Все компоненты системы управления определяются влиянием внешней среды и внутренними характеристиками организации.

6. Основной принцип, определяющий специфику современного менеджмента, — адаптивность фирм производителей к динамичным условиям рыночной среды во всем многообразии их проявлений. Реализация данного принципа предусматривает в первую

очередь адаптивность организационной структуры к соответствующим целям и задачам системы управления.

7. Структура управления — это совокупность устойчивых связей объектов и субъектов управления предприятием, **реализуемых** в конкретных организационных формах и обеспечивающих целостность и эффективность управления. Структура управления находится в тесной взаимосвязи с функциями. При совершенствовании производства и управления структура служит базой для модернизации набора функций.

8. В развитии управления предприятием наблюдаются тенденции: развития функции координации, поддержки риска в управленческих решениях, интенсивного развития интеграционных процессов.

Вопросы для самоконтроля

1. Дайте краткую характеристику современных подходов к управлению предприятием.
2. Кратко опишите эволюцию систем управления.
3. Сравните «жесткое», «мягкое» и гибкое управление, направления их интеграции.
4. Охарактеризуйте основные типы управления.
5. Что такое открытая система применительно к предприятию?
6. Раскройте логику управления предприятием.
7. Каковы основные задачи менеджмента организации?
8. Какие функции управления вы **знаете?**
9. Какие принципы лежат в основе формирования организационных структур?
10. Какие виды структур вы знаете?
11. Какие факторы учитываются по созданию организационных структур?
12. Раскройте основные тенденции **развития** управления предприятием.

Глава 17 Реструктуризация предприятий в условиях рыночной экономики

17.1 Факторы, влияющие на реструктуризацию

Реструктуризация предприятий в рыночных условиях преследует цель быстрой адаптации к изменяющимся условиям внешней среды, мобильности управления, роста показателей эффективности и конкурентоспособности. Трансформационный характер российской экономики определяет зависимость процесса реформирования предприятий от ряда факторов:

1) организационно-правовой формы предприятий;
2) приоритетов и целей их деятельности;
3) типа управления;
4) уровня специализации и развития кооперационных связей;
5) динамики внутренних и внешних инвестиций;
6) степени государственной поддержки;
7) системы национальных приоритетов в экономике.

Рассмотрим основные факторы, влияющие на характер и эффективность реструктуризации (реформирования) предприятий.

1. *Организационно-правовая форма предприятий.* Российские предприятия, получив самостоятельность в производственно- хозяйственной деятельности, выстраивают свою структуру в индивидуальном порядке. Следовательно, структуру определяет совокупность целей, стоящих перед предприятием, и методов их достижения. Структура предприятия может иметь самую различную конфигурацию, меняясь во времени и пространстве. Она может быть представлена, например, хозяйственными товариществами и

обществами, финансово-промышленными группами, многоуровневыми компаниями акционерного типа, транснациональными компаниями, включающими в себя предприятия, имеющие различную структуру (табл. 17.1).

Таблица 17. /. ***Классификация организационно-правовых форм предприятий***

Коммерческие предприятия	*Некоммерческие предприятия*
1. Государственные и муниципальные предприятия на праве хозяйственного ведения на праве оперативного управления 2. Производственные кооперативы (артели) 3. Хозяйственные товарищества полные товарищества товарищества на вере 4. Хозяйственные общества акционерные общества: открытого типа (АООТ) закрытого типа (АОЗТ) общества с ограниченной ответственностью (ООО) общества с дополнительной ответственностью (ОДО)	1. Потребительские кооперативы 2. Фонды 3. Учреждения 4. Общественные и религиозные организации 5. Объединения юридических лиц

Предприятия и организации функционируют в постоянно изменяющейся рыночной среде. Следовательно, организационно-правовая форма также не может быть статичной. Она может измениться в соответствии со стратегическими целями деятельности, **в** связи с тенденциями борьбы с коррупцией и сокращением бюрократического аппарата, в связи со слиянием с другими предприятиями или выделением в самостоятельный бизнес.

Организационно-правовая форма оказывает влияние на комплекс мероприятий по реструктуризации. Например, в полном товариществе первоочередными мерами будут модернизация оборудования, контроль над качеством продукции, повышение производительности труда и снижение текучести кадров, учет и контроль над использованием финансовых ресурсов и т.п. В акционерном обществе реструктуризация начнется с перераспределения собственности, т.е. пакетов акций, в целях эффективного управления. В холдингах, ФПГ и других видах корпораций — с «чистки» портфеля ценных бумаг: исключения ценных бумаг нежелательных (убыточных или малоэффективных) предприятий из портфеля, перестановки акцентов **в** портфеле

(покупки дополнительных пакетов ценных бумаг предприятий, в которых заинтересована корпорация) и т.п.

Организационно-правовые формы предприятий и организаций базируются на формах и правах собственности. Демография предприятий и организаций[25] разных форм собственности в российской экономике в 2003 г. представлена в табл. 17.2.

[25] Новая отрасль статистики, занимающаяся проблемами «рождения» и «смертности» предприятий.

Таблица 17.2. Демография предприятийразныхформ собственности

Форма собственности	Число вновь зарегистрированных предприятий		Числе) официально ликвидированных предприятий	
	всего	на 1000 организаций, учтенных в ЕГРПО*	всего	на 1000 организаций, учтенных в ЕГРПО*
Всего	362 887	94,7	65 303	17,0
В том числе	355 974	94,9	64 576	17,2
Российская собственность государственная	6377	53,5	3487	29,3
В ее составе	3371	55,8	1483	24,5
Федеральная Собственность субъектов РФ	2945	51,4	1960	34,2
Муниципальная собственность	10 841	46,4	3615	15,5
Частная собственность	323 900	106,3	50 577	16,6
Собственность российских граждан, постоянно проживающих за границей	13	79,0	2	12,2
Собственность потребительской кооперации	863	63,9	455	33,7
Собственность общественных и религиозных организаций (объединений)	11 333	49,3	3234	14,1
Смешанная российская собственность	2647	25,2	3206	30,5
Иностранная собственность	4147	116,0	225	6,3
Совместная российская и иностранная собственность	2766	62,2	502	11 3

* ЕГРПО — Единый государственный регистр предприятий и организаций

Таблица показывает, что в российской экономике преобладают предприятия различных организационно-правовых форм, основанных на частной собственности. В числе предприятий частной формы собственности 77,5% составляют предприятия, учрежденные отдельными гражданами РФ, 22,5% — учрежденные юридическими лицами. При этом доля предприятий, учрежденных гражданами России, в торговле и общественном питании составляет 87,4%, строительстве — 83,7, промышленности — 81,9, сфере операций с недвижимостью — 80,1, сфере финансов, кредита,

страхования и пенсионного обеспечения — 55,4%. Следовательно, процесс реструктуризации во многом будет зависеть от их целей и задач функционирования на рынке.

2. *Приоритеты и цели деятельности предприятий и организаций.* В планово-административной экономике основной целью деятельности предприятий было выполнение директивных заданий Госплана. В рыночной экономике главная цель любого предприятия — максимизация прибыли, в связи с чем постоянно усиливается роль транснациональных корпораций на мировом рынке. В условиях смешанной экономики основной целью деятельности становится конкурентоспособность продукции, предприятия и экономики в целом.

Российская экономика относится к смешанному типу, поэтому на первый план выдвигаются критерии конкурентоспособности. Конкурентные преимущества предприятий или организаций обеспечивают не разовую максимальную прибыль, а оптимальный доход в среднесрочной и долгосрочной перспективе. На рынке производимой продукции выживает тот, у кого больше конкурентных преимуществ, а не тог, у кого максимальная прибыль. Основной задачей реструктуризации в этих условиях становится адаптация к новым условиям хозяйствования, а также преобразование предприятий в гибкую систему, способную в короткие сроки перестраиваться в зависимости от изменений во внешней среде.

3. *Тип управления.* Большая часть ошибок в управлении российскими предприятиями, которые проявляются в низких показателях эффективности, связана с наследием отраслевого принципа управления. На многих предприятиях отсутствует стратегия деятельности, вследствие чего они ориентированы на краткосрочные

результаты в ущерб среднесрочным. Руководство не всегда в должной мере знакомо с конъюнктурой рынка; эффективность финансового менеджмента и управления издержками производства довольно низка. Низкий уровень управления персоналом сказывается на увеличении утомляемости работников, снижении их заинтересованности в производстве, снижении производительности труда и увеличении текучести кадров. Низкий уровень ответственности руководителей за последствия принимаемых решений приводит к неэффективности использования ресурсов и снижению эффективности деятельности. Одним из важнейших аспектов реструктуризации является переход от отраслевого типа управления предприятиями и организациями к корпоративному. Отличия этих типов управления представлены в табл. 17.3.

Таблица 17.3. Отличия корпоративного и отраслевого типов структуры промышленности

Отраслевой тип	*Корпоративный тип*
Наличие ряда отраслей, включающих в себя совокупность предприятий	Наличие крупных корпораций на рынке
Преобладание горизонтальной интеграции в рамках кооперированного производства	Преобладание внутренней вертикальной интеграции филиалов, отделений и дочерних фирм
Узкая специализация продукции	Диверсификация продукции
Централизованное директивное планирование на основе общего государственного плана	Развитое внутрикорпоративное программное целевое и текущее оперативное планирование
Технологическая специализация с наличием одной—трех высоких технологий в отрасли	Наличие в корпорации более пяти высоких технологий, постоянное их совершенствование
Очень высокий уровень межотраслевого обмена продуктами производства	Малый объем межкорпоративных связей

4. *Уровень специализации и развития кооперационных связей.* Разрыв хозяйственных связей между предприятиями разных регионов в начале экономических реформ способствовал углублению промышленного кризиса 1990-х годов. В результате одним из направлений реструктуризации стало восстановление хозяйственных связей на базе кооперированного производства и внутрикорпоративной специализации. Так, производственные предприятия одной отрасли объединяются в холдинги, ассоциации, концерны. Предприятия **из разных** секторов экономики объединяются в финансово-промышленные группы, которые **включают** в себя производственные предприятия, финансовые и торгово-посреднические предприятия. Предприятия и организации могут также объединяться на временной основе для достижения того или иного конкурентного преимущества в предпринимательские союзы.

5. *Внутренние и внешние инвестиции.* **Объем** инвестиций **в** основной капитал **на** протяжении последних десяти лет постоянно снижался. Это привело к износу и увеличению среднего возраста производственного оборудования (табл. 17.4). Так, за десять лет экономических реформ средний возраст оборудования увеличился примерно **в** 1,5 раза.

*Таблица 17.4. Возрастная структура основного капитала**

Год	*Объем основного капитала определенноговозраста, % к общему объему*			*Средини |во граетоборудования,лёт*
	до 10 и[1]/»	*от 11 до 20 лет*	*бомч- 20 лёт*	
1990	28.9	13.7	15.0	10.9
1991	27,Я	14,2	16.1	111
1992	26,0	15,1	17.9	12.0
1993	23,0	16,3	21,6	13.2
1994	21.4	17,5	22.2	13.7
(995	20,К	18.5	21,5	13.8
19%	16,0	23.2	21.6	14.6
1497	14.8	24.9	20,7	14.8
1998	13,5	25,6	21,9	15.2
1999	! 0.4	26,5	26,3	16.3
2000	9.7	26,8	27,2	16.6
2001	7,5	27.0	31.2	16,3
2002	6.7	27,3	32.0	16.5
2003	6,6	25,9	34,9	16,8

* По данным **Госкомстата.**

В настоящее время большую **часть** основного объема **инвестиций** в основной капитал вкладывают предприятия, в **том** числе **за** счет привлеченных средств. Более половины **этих** вложений **приход**ится на естественные федеральные монополии. Это отражает процесс деградации обрабатывающей промышленности, испытывающей острый недостаток инвестиций при отсутствии внутренних источников накоплений. Следствием становится ухудшение структуры российской экономики, снижающее ее эффективность и замедляющее темпы экономического роста. Низкая инвестиционная активность внутренних контрагентов сопровождается значительным оттоком капитала из национальной экономики. Все это сказывается на инвестиционном климате России в целом.

Динамика инвестиций, направленных на развитие секторов экономики, отражена в табл. 17.5.

*Таблица 17.5. Инвестиции в основной капитал, направленныенаразвит ие отраслейэкономики **

Сектор жономи/iu	*2003 г.*		*2002 г.*
	млрд руб.	*в % к итогу*	*в % к итогу*
Инвестиции и основной капитал экономики в целом	1774,9	100	100
В том числе:	863,5	48,7	49,5
Сектор производства товаров			
Сектор рыночных и нерыночных услуг	91 !,4	51,3	50,5
Промышленность	752,1	42,5	41,7
В том числе:			
Электроэнергетика	92,7	52	5,0
Топливная	363,0	20,5	19,7
Нефтедобывающая	2353	13,3	125
Нефтеперерабатывающая	27,4	1,5	1,8
Газовая	87,5	4,9	4,5
Угольная	12,7	0,7	0,9
Химическая и нефтехимическая	31,4	1,8	1,7
Черная металлургия	34,1	1,9	1,9
Цветная металлургия	52,3	3,0	3,2
Машиностроение и металлообработка	59,2	3,3	3,1
Лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная	24,3	1,4	1,3
Производство строительный материалов	11,8	0,7	0,8
Стекольная и фарфорофаянсовая	5,2	0,3	0,4

Продолжение табл. 17.5

Сектор экономики	*2003 г.*		*2002 г.*
	млрд руб.	в % *к итогу*	*в % к итогу*
Легкая	2,9	0,2	0,2
Пищевая	64,1	3,6	3,8
Мукомольно-крупяная и комбикормовая	2,4	0,1	0,1
Медицинская	3,5	0,2	0,2
Полиграфическая	2,9	0,2	0.2
Строительство	56,4	3,2	4,4
Сельское хозяйство	52,1	2,9	3,2
Лесное хозяйство	0,5	0,03	0,03
Транспорт	318,2	18,0	18,6
Связь	95,1	5,4	3,9
Торговля и общественное питание, оптовая торговля продукцией производственно-технического назначения	49,4	2,8	2,5
Жилищно-коммунальное хозяйства	253,8	14,3	13,8
Здравоохранение, физкультура и социальное обеспечение	50,8	**7 o Z, J**	**7 o**
Образование	29,5	**1,7**	**1,7**
Культура и искусство	17,6	**1.0**	**0,9**
Наука и ее обслуживание	11,6	**0,7**	**0,8**
Финансы, кредит, страхование, пенсионное обеспечение	21 1	**1 3**	**1 |**
Управление	37,1	**2,1**	**2,4**

* Поданным Госкомстата.

Таблица 17.5 показывает, что инвестиции в сферу услуг преобладают над вложениями в реальный (производственный) сектор. Вложения в топливную промышленность и транспорт более существенны, чем в других секторах, однако уровень их невысок (20,5 и 18% соответственно).

Иностранные вложения от прямых инвесторов направляются в основном в нефтедобывающую промышленность, торговлю и общественное питание, общую коммерческую деятельность по обеспечению функционирования рынка, пищевую промышленность, машиностроение и металлообработку, лесную, деревообрабатывающую и

целлюлозно-бумажную промышленность. Общая сумма прямых инвестиций в эти отрасли экономики составляет 4,8 млрд долл. (71,3% всех прямых инвестиций). В 2003 г. в экономику России поступили инвестиции из 117 стран. Основные страны-инвесторы, осуществляющие значительные вложения в российскую экономику, — Германия (17,9%), Кипр (14,2), Великобритания (12,7), США (9,3), Франция (8,4), Нидерланды (6,3).

Средства, поступившие из-за рубежа в форме иностранных инвестиций, прежде всего направляются на инвестиции в основной капитал (13,1%), покупку ценных бумаг (13,3%), оплату сырья, материалов и комплектующих изделий (22,3%).

Мобилизовать инвестиции в объемах, необходимых для реструктуризации, можно с использованием двух подходов: государственного (административных ограничений и усиления государственного контроля) и рыночного (создания неблагоприятных экономических условий для вывоза капитала).

6. *Степень и характер государственной поддержки.* Переход от политики мягкого бюджетного финансирования к жесткой системе налогообложения подорвал инвестиционный потенциал предприятий. Реформирование налоговой системы позволяет государству аккумулировать огромные финансовые ресурсы, что открывает широкие возможности для формирования и осуществления государственной инвестиционной программы. Политика целевого кредитования и режим государственных гарантий по инвестиционным проектам в приоритетных секторах экономики обеспечат системность реструктуризации, повысят ее эффективность.

Реструктуризация распространяется и на ряд предприятий, имеющих низкую экономическую эффективность, но имеющих важное социальное значение. Вмешательство государства в процесс реструктуризации таких предприятий крайне важно. Даже в развитых рыночных экономических системах инвестирование развития в подобных случаях осуществляет государство.

Использование государством при проведении реструктуризации предприятий как прямых, так и косвенных методов инвестирования должно осуществляться посредством оптимальной комбинации налоговой, кредитной и ценовой политики. Кроме того, в условиях высокой конкурентной среды мирового рынка необходимо регулярно проводить протекционистские мероприятия (в разумных размерах и по стратегическим направлениям). Так, в 2003 г. Россия приняла ряд мер, касающихся импорта товаров:

- ♦ ввела тарифные квоты на импорт свинины и мороженой **говядины** (временные до конца года);
- ♦ ввела квоты на импорт мяса птицы (на четыре года);
- ♦ ввела антидемпинговую пошлину на оцинкованный плоский прокат из Украины;

♦ ввела комбинированную ставку пошлины на туалетное мыло;

♦ повысила пошлину на кремний;

♦ сохранила ставку пошлины на импорт автомобилей и автобусов, с момента выпуска которых прошло более семи лет.

От правительственных органов требуется разработка долгосрочной инвестиционной программы в области реструктуризации предприятий, направленной в конечном итоге на достижение макроэкономического равновесия, соответствующего законам рыночной экономики. Тем более что реформы последних лет показали, что монетаристские методы решения экономических проблем не всегда срабатывают в условиях российской действительности. В этом случае альтернативой становится государственная инвестиционная программа, направленная на структурную перестройку.

7. *Система национальных приоритетов.* При крайней ограниченности инвестиционных средств возникает проблема выбора национальных приоритетов в ее осуществлении.

Проведение структурных преобразований промышленности ставит вопрос о новой системе ранжирования секторов экономики по группам:

♦ базовые секторы, которые являются ведущими **в** структуре ВНП и определяют независимость национальной экономики на мировом рынке;

♦ перспективные секторы, определяющие базу экономического роста;

♦ неперспективные секторы, подлежащие частичному свертыванию или ликвидации.

Особую важность приобретает проблема создания механизма доведения инвестиционных ресурсов до приоритетных секторов и обеспечения ответственности за эффективное их использование. Одним из элементов механизма является разработка правительством приоритетных государственных программ, финансирование которых может осуществляться на целевой основе и на льготных условиях. Это будет способствовать росту экономической активности и развитию национальной промышленности. Акцент на развитие добывающих отраслей (являющихся базовыми секторами на сегодняшний день) должен расцениваться только как временное средство накопления экспортных ресурсов. Долгосрочная программа национальных приоритетов должна ориентироваться на развитие наукоемкого производства, без которого невозможно достигнуть уровня промышленно развитых стран.

17.2 Направления реструктуризации предприятий

Эффективность мероприятий по реструктуризации во многом зависит от двоякой направленности их проведения. Субъекты хозяйствования, долгое время функционирующие в административно-плановой экономике с

отраслевым типом управления, сильно зависят от влияния государства на экономические процессы. В связи с этим реструктуризация должна проводиться на микро- и макроуровне.

Рассмотрим основные направления реструктуризации.

Макроуровень. 1. Реструктуризация задолженности предприятий может включать такие мероприятия, как отсрочка задолженности по перечислению средств в бюджет и во внебюджетные фонды; договоры о поставках продукции в счет его задолженности бюджету; оформление задолженности в виде государственного низкопроцентного кредита и т.п.

2. Регулирование цен крупных монополий — это установление диапазона транспортных тарифов на все виды перевозок; регулирование системы тарифов на все виды энергоносителей (нефть, газ, уголь, электроэнергия); усиление антимонопольного воздействия на деятельность крупных монополий.

3. Реструктуризация собственности с увеличением доли государства в структуре капитала предполагает: дополнительную эмиссию ценных бумаг предприятия; использование средств, вырученных от продажи ценных бумаг, для погашения задолженности перед государством; формирование портфеля ценных бумаг в рамках корпораций (создание холдингов, финансово-промышленных групп и других интегрированных структур).

4. Разумная протекционистская политика базируется, как правило, на использовании основных инструментов — таможенных пошлин, субсидий, квот и эмбарго, специальных требований к товарам и технических барьеров.

5. Обеспечение благоприятного инвестиционного **климата включает** в себя следующие мероприятия: разработку целевых программ по использованию инвестиций, а также контроль над их реализацией; создание экономически неблагоприятных условий для вывоза капитала; систематизацию государственных гарантий по внутренним **и** внешним инвестициям; борьба с коррупцией в органах государственной, региональной и местной власти; разработку законодательных параметров (а также контроль над их исполнением) открытости, доступности **и** достоверности информации о состоянии предприятий для потенциальных инвесторов.

6. Система управления экономическим ростом предполагает: благоприятный налоговый климат в регионах; создание фондов экономического развития регионов; стимулирование развития малого бизнеса; субсидирование инновационной деятельности предприятий и организаций; разработка и реализация программ с целью повышения уровня занятости населения; контроль над денежно-кредитной политикой, а также над использованием бюджетных средств.

Микроуровень. Разработка и реализация комплекса мер, направленных на внутреннюю реструктуризацию, предполагает использование экономического потенциала предприятия по следующим направлениям.

1. Производство: обновление основных фондов предприятий; контроль над качеством производства; ориентация на порог безубыточности и сопоставление с ним производственной программы; инвентаризация производственных помещений и территории, опенка уровня их использования, выявление резервных площадей; ориентация стратегического планирования на конъюнктуру рынка и **потребности** потребителей.

2. Инновации: разработка и внедрение инновационной **стратегии;** производство продукции на базе технологии, соответствующей уровню развития НТП; организация НИОКР; усиление позиций в области получения патентов, лицензий, ноу-хау и т.п.

3. Персонал: учет состава и квалификации кадров; степень адаптации к переменам; борьба с текучестью кадров через систему альтернативной мотивации труда; повышение уровня гибкости и оперативности управленческого персонала; оценка психологического климата в организации и соответствия его корпоративной культуре; разработка оптимального соотношения стоимостных и нестоимостных форм стимулирования труда.

4. Финансы: формирование эффективной системы оценки структуры активов, анализа рентабельности, финансовой устойчивости, ликвидности и платежеспособности предприятия; совершенствование системы финансового менеджмента с учетом современных требований; оптимизация управления финансовыми потоками.

5. Маркетинг: использование конкурентных преимуществ при разработке стратегии поведения организации на рынке; анализ текущего и платежеспособного спроса и его динамики; разработка и реализация товарной стратегии, а также оптимальной ценовой стратегии; совершенствование организации сбыта с использованием методов продвижения продукции на рынок; расширение системы послепродажного обслуживания (как гарантийного, так и послегаранти й ного).

6. Информация: контроль над объемом, составом, достоверностью, оперативностью, насыщенностью, открытостью информации; исключение пересечения или дублирования информационных потоков; исключение из информационной системы потоков избыточной (лишней) информации.

7. Внешнеэкономическая деятельность: определение системы приоритетов во внешнеторговой деятельности предприятия или организации; использование методов специализации или кооперирования производства для обеспечения конкурентных преимуществ на внешних рынках; разработка направлений инвести-ционного сотрудничества; производство продукции, соответствующей международным стандартам качества; исключение из ценовой политики демпинговых методов ценообразования; оптимизация управления внешнеэкономическими финансовыми потоками.

8. Планирование, нормирование, прогнозирование: разработка планов развития с учетом реальности их выполнения; четкая иерархия целей (дерево целей); совершенствование системы технико- экономических норм и нормативов; составление прогнозов на основе данных из достоверных источников; приспособление системы нормативов труда к специфике трудового коллектива; формирование корпоративной культуры как комплекса норм и нормативов производственного поведения, традиций коллектива.

9. Безопасность: прогнозирование возможных направлений негативного изменения факторов внешней и внутренней среды; разработка профилактических мер по устранению потенциальных угроз безопасности предприятия; выявление реальных действий конкурентов, партнеров и

персонала, наносящих ущерб предприятию; создание системы мер по пресечению выявленных нарушений и повышению уровня безопасности; разработка системы обнаружения и устранения фактов мошенничества как со стороны рядового персонала, так и со стороны менеджеров.

Мероприятия реструктуризации на макро- и микроуровне могут осуществляться комплексно или выборочно. Это зависит от потребности в реструктуризации, от факторов воздействия внешней среды и от стратегической направленности развития предприятия. Применение мероприятий реструктуризации по основным направлениям позволит каждому конкретному предприятию использовать конкурентные преимущества и бороться с конкурентными недостатками более эффективно.

17.3 Параметры эффективности реструктуризации

Эффективность проведения реструктуризации предприятий связана с определением ее критериев. Целесообразно выделить два типа критериев: жесткие, которые поддаются количественному измерению, и эластичные, которые не могут быть измерены количественно (рис. 17.1).

Согласно *жестким критериям* предприятия и организации должны реализовывать рекомендованные инвесторами изменения таким образом, чтобы они привели к позитивным результатам, которые могут быть измерены и подтверждены документально. Однако в российских экономических условиях применение этих критериев имеет ряд ограничений, связанных с отсутствием стимулов к максимизации прибыли, что способствует ее сокрытию; снижением издержек за счет сокращения численности персонала, использованием в производстве низкокачественного сырья и материалов; нецелевым использованием инвестиционных ресурсов; отсутствием контроля над потоками финансовых ресурсов и распределением прибыли и т.п.

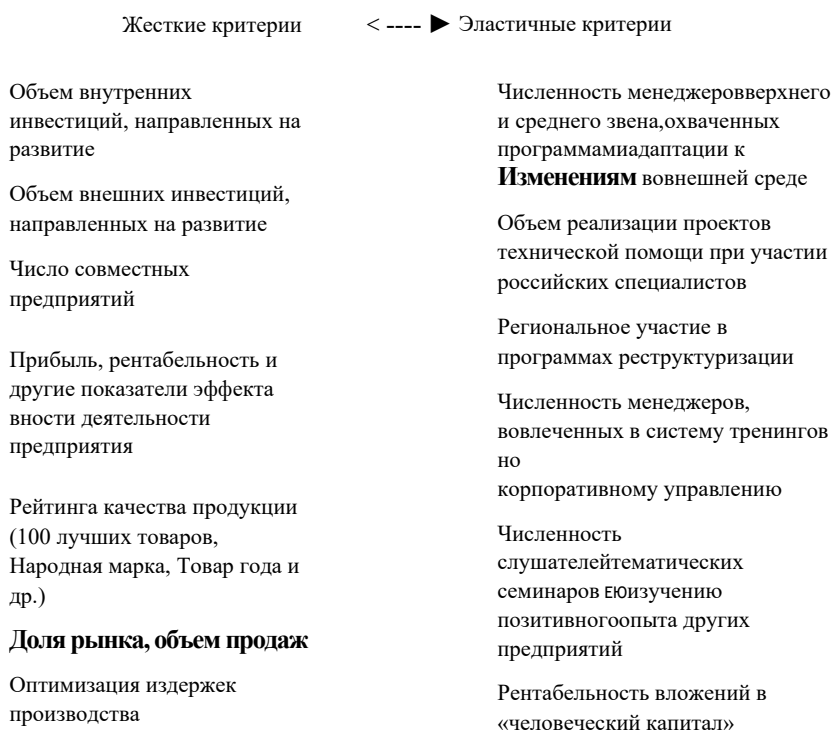


Рис. 17.1. ***Критерииэффективностиреструктуризации***

Таким образом, логично считать реструктуризацию предприятия эффективной, если можно документально доказать, что осуществление рекомендованных изменений привело к достижению стратегических целей в среднесрочной перспективе, например к расширению рынков сбыта, повышению качества продукции и увеличению объемов продаж. Если же доходы предприятия внезапно выросли в результате распродажи товарно-материальных запасов, то это не может являться критерием эффективности реструктуризации, так как носит одноразовый характер.

Эластичные критерии учитывают позитивные результаты реструктуризации, которые не поддаются прямому измерению, но могут быть отнесены к долгосрочным инвестициям в «человеческий капитал». Поскольку у большинства руководителей российских предприятий не хватает разнообразных управленческих и профессиональных навыков, необходимых для работы в рыночных условиях, важным элементом реструктуризации становится ознакомление управляющих с возможными путями решения проблем, получение навыков стратегического планирования, использования конкурентных преимуществ и снижение негативного влияния конкурентных недостатков.

Жесткие и эластичные критерии эффективности в той или иной мере влияют' друг на друга. Например, повышение квалификации управляющего персонала в области финансов позволит более эффективно контролировать и распределять финансовые ресурсы предприятия, что отразится на оптимизации издержек, прибыльности и рентабельности предприятия. Поэтому несмотря на то что эластичные критерии трудно оценить, они могут отражать гораздо более позитивные процессы в деятельности предприятия по резуль- та там реструктуризации.

Выводы

1. На процесс реструктуризации предприятии и его эффективность в условиях переходной экономики России оказывают воздействие организационно-правовая форма предприятий, приоритеты и пели их деятельности, тип управления, уровень специализации и развития кооперационных связей, динамика внутренних и внешних инвестиций, степень государственной поддержки, система национальных приоритетов в экономике.

2. Один из важнейших аспектов реструктуризации — переход от отраслевого к корпоративному типу управления предприятиями и организациями. Это связано с изменением социально- экономической, правовой и политической среды, в которых функционируют предприятия.

3. .Для мобилизации внутренних и внешних инвестиций в объемах, необходимых для реструктуризации, следует использовать два подхода: государственный (административные ограничения и усиление государственного контроля) и рыночный (создание неблагоприятных экономических условий для вывоза капитала).

4. Наибольшая эффективность мероприятий по реструктуризации может быть достигнута при комплексном взаимодействии на макро- и микроуровне.

5. На макроуровне проводится реструктуризация задолженностей предприятий, а также обеспечиваются гарантии по рыночным механизмам свободной конкуренции.

6. На микроуровне используется экономический потенциал предприятия по основным функциональным блокам (производство; инновации; персонал;

финансы; маркетинг; информация; внешнеэкономическая деятельность; планирование, прогнозирование и контроль; безопасность).

7. Результаты реструктуризации можно оценить на основании жестких и эластичных критериев. Жесткие критерии могут быть измерены и подтверждены документально. Эластичные критерии не поддаются прямому измерению, но могут быть отнесены к долгосрочным инвестициям в «человеческий капитал». Эластичные критерии могут отражать более позитивные процессы в деятельности предприятия по результатам реструктуризации, поскольку отражают динамику и тенденции прежде всего в менталитете менеджеров высшего, среднего и низшего звена.

Вопросы для самоконтроля

1. С какой целью проводится реструктуризация предприятий в российской экономике?
2. Чем отличаются мероприятия по реструктуризации, проводимые на предприятиях различных организационно-правовых форм?
3. Приведите примеры из российской истории и современности отраслевого и корпоративного типов управления предприятиями.
4. Как влияет на конкурентоспособность предприятия уровень кооперационных связей?
5. В какие секторы экономики России на современном этапе направляются внешние инвестиции?
6. Какую роль играет государство в построении системы национальных приоритетов? Как это отражается на реструктуризации предприятий?
7. Перечислите основные направления реструктуризации на макро- и микроуровне, покажите их взаимосвязь.
8. По каким критериям можно оценить эффективность реструктуризации предприятий?

Глава 18 Управление персоналом предприятия

18.1 Основные элементы системы управления персоналом предприятия

Управление персоналом — это *совокупность принципов, методов и средств целенаправленного воздействия на персонал, обеспечивающих максимальное использование интеллекту альныхи физическихспособностейработников при выполнении трудовых функций для достижения целей предприятия.*

Персонал — это личный состав предприятия, **включающий** всех наемных работников, а также работающих собственников и совладельцев.

Обеспечивая единое и комплексное воздействие на **персонал** предприятия в целом, управление персоналом:

- ♦ интегрируется **в** общую систему управления предприятием, увязывая ею со **стратегическими** установками и корпоративной культурой, а также **с** планированием НИР, производства, сбыта, повышения качества и т.д.;
- ♦ включает развернутую систему постоянных и программных мероприятий по регулированию занятости, планированию рабочих мест, организации отбора, расстановки и подготовки кадров, прогнозированию содержания работ и др.;
- ♦ требует тщательного учета качеств и профессиональных характеристик работников, а также оценки их деятельности;
- ♦ требует централизации управления трудом в руках одного из руководителей предприятия, а также совершенствования механизма кадровой работы.

Построение системы управления персоналом опирается на определенные принципы, которые реализуются во взаимодействии: комплексность, оперативность, научность, специализация, ритмичность и т.д.

Методы управления персоналом предприятия подразделяются на три группы: административные (формирование структуры управления персоналом; подбор и отбор персонала и др.), экономические (материальное стимулирование и установление материальных дотаций;

установление экономических норм и нормативов и др.) и социально-психологические (социально-психологический анализ работников коллектива; моральное стимулирование персонала и др.). При их помощи вырабатываются способы воздействия на коллективы и отдельных работников для осуществления их деятельности.

18.2 Службы управления персоналом на предприятии

Специальные подразделения, занимающиеся проблемами персонала, возникли в 1920-х—1930-х годах. Они выполняли работу, связанную с ведением документооборота, разбором конфликтов, присутствием в судах. Их функции были вспомогательными, а все основные решения по кадровым проблемам принимались руководством предприятия.

Сегодня в силу возросшей важности и многопрофильности работы прежние кадровые службы преобразовываются в *службы управления персоналом, или* человеческими ресурсами.

Службы управления персоналом являются функциональными и не участвуют напрямую в управлении основной деятельностью персонала, а лишь помогают руководству предприятия и подразделений решать вопросы о приеме на работу, увольнениях, перемещениях, повышении квалификации и т.д. Поэтому на практике важно оптимальное сочетание прав линейных руководителей и специалистов по персоналу.

В настоящее время произошли существенные изменения в деятельности кадровых служб:

- ♦ переход от подбора и расстановки кадров к участию в формировании стратегии бизнеса и организационных изменений;
- ♦ оказание помощи линейному руководству;
- ♦ профессионализация сферы управления персоналом и сокращение в ней роли технических исполнителей;
- ♦ участие в формировании и реализации политики социального партнерства;
- ♦ работа по всестороннему развитию персонала.

Во многих случаях на крупных предприятиях службы управления персоналом возглавляют руководители, занимающие вторые места в управленческой иерархии, либо директор по управлению персоналом (HR-директор). Функции HR-директора в современных условиях значительно отличаются от привычных функций начальника отдела кадров: он входит в руководство предприятия (совет директоров, правление и т.д.) и участвует в разработке планов развития предприятия, вносит предложения по оптимизации организационной структуры предприятия, дает оценку действиям руководства компании с точки зрения службы по управлению персоналом.

Словосочетания «директор по управлению персоналом» или «HR-директор» вошли в язык российских управляющих в **начале** 1990-х годов, после появления на нашем рынке большого количества западных компаний.

Менеджер по персоналу должен защищать интересы работников, быть советником по проблемам отношений между работниками, координатором взаимодействия **персонала,** профсоюзов и администрации.

Как и другие подразделения, служба по управлению персоналом имеет собственную иерархию должностей, являющуюся составной частью общеорганизационной структуры (рис. 18.1).



*Рис. **18.1. Типовая структура** службы **поуправлению персоналом***

Рассмотрим основные направления деятельности службы управления персоналом предприятия исходя из представленной структуры.

Отдел планирования трудовых ресурсов:

- определение потребностей в кадрах на определенный промежуток времени;
- оценка будущих потребностей в рабочей силе;
- оценка предложения рабочей силы на основе анализа текущих ресурсов с учетом потерь за **счет** текучести кадров;
- разработка плана действий по предотвращению прогнозной нехватки или избытка рабочей силы.

Отдел кадров:

- ♦ организация набора и отбора персонала;
- ♦ ввод в должность новых работников;
- ♦ организация прохождения службы и планирование карьеры;
- ♦ проведение профессиональной ориентации;

♦ проведение оценки деятельности;

♦ собеседование с увольняемыми. *Отдел организации заработной платы:*

♦ анализ должностных обязанностей;

♦ классификация работ и их тарификация;

♦ разработка системы оплаты труда и премирования;

♦ пересмотр тарифных ставок и индивидуальной оплаты. *Отдел профессионального обучения и переподготовки:*

♦ организация и контроль производственного обучения, включающего инструктаж работников;

♦ формирование учебных материалов;

♦ заключение договоров на подготовку работников с учебными заведениями;

♦ ведение учета и статистики по программам обучения. *Отдел трудовых отношений:*

♦ участие в разработке коллективных соглашений;

♦ проведение работы по жалобам и разбору споров;

♦ содействие развитию связей и отношений между администрацией и работниками.

Отдел исследований по персоналу:

♦ изучение вопросов кадровой политики и трудовых отношений;

♦ обследование состояния морально-психологического климата на предприятии;

♦ разработка правил, процедур кадровой работы, а также форм документооборота;

♦ подготовка справочных материалов.

Отдел социального развития — создание социальной инфраструктуры предприятия:

♦ коллективное добровольное страхование; предоставление социальных льгот;

♦ пенсионное обеспечение;

♦ выплата компенсаций при увольнениях;

♦ организация питания и отдыха работников. *Отдел безопасности труда имедицинской помощи:*

♦ разработка стандартов безопасности;

♦ осуществление экспертизы товаров, оборудования на соответствие стандартам безопасности;

♦ проведение расследований несчастных случаев;

♦ оказание медицинской помощи, консультирование;

♦ информирование персонала в **области** безопасности груда.

Численность сотрудников службы по управлению персоналом зависит от множества факторов: масштабов предприятия, вида его деятельности, специфики стоящих перед ним задач, ценностей **и** традиций, финансового состояния, стадии развития. По результатам различных исследований численность

колеблется от 30 до 2000 человек на одного сотрудника службы по управлению персо налом. В среднем на одного специалиста приходится 200 работников предприятия.

Численность сотрудников по управлению персоналом, необходимых для выполнения работ по управлению персоналом, можно рассчитать по следующей формуле:

где Ч — численность сотрудников отдела управления персоналом;

Т — суммарная трудоемкость работ, рассчитанных по типовым нор мам за год (квартал);

К — численность персонала предприятия;

$Ф_о$ — фонд оплаты труда.

Для успешного выполнения своих должностных обязанностей специалистам по управлению персоналом необходимо:

1) иметь профессиональные знания в области управления пер соналом;

2) понимать специфику деятельности предприятия (сферы деятельности предприятия);

3) быть лидером и уметь управлять.

Для эффективной работы служб управления персоналом необходимо также методическое, ресурсное, организационное, информационное и правовое обеспечение.

Методическое обеспечение содержит все теоретические, методические подходы и практические традиции осуществления персоналом предприятия своей трудовой деятельности, изложенные в соответствующих нормативно-методических документах предприятия.

Ресурсное обеспечение нацелено на своевременное обеспечение сотрудников предприятия всеми материальными ресурсами, необходимыми для осуществления ими трудовой деятельности.

Организационное обеспечение предполагает наличие организационно-технологической структуры предприятия и взаимосвязей между его должностными лицами и структурными подразделениями, максимально способствующих достижению целей предприятия.

Информационное обеспечение управления персоналом представляет собой совокупность реализованных решений по объему, размещению и формам организации информации, циркулирующей на предприятии. Оно включает оперативную информацию, нормативно-справочную информацию, технико-экономическую информацию и системы документации. Для реализации информационного обеспечения создаются и разрабатываются компьютерные программы для совместного пользования.

Составление и оформление кадровой документации регламентируется соответствующими законодательными и подзаконными актами, а также нормативно-методическими документами. При подготовке приказов по личному составу предприятия необходимо руководствоваться Трудовым кодексом РФ.

18.3 Процесс управления персоналом предприятия

Рассмотрим важнейшие этапы процесса управления персоналом предприятия:

- ♦ кадровое планирование;
- ♦ подбор и отбор персонала;
- ♦ адаптацию персонала;
- ♦ профессиональную подготовку кадров и повышение квалификации;
- ♦ оценку персонала предприятия;
- ♦ управление конфликтами на предприятии.

1. *Кадровое планирование* является элементом общей системы планирования предприятия, в рамках которого решаются задачи обеспечения его рабочей силой необходимой численности и качества, а также совершенствования социальных отношений.

Кадровое планирование позволяет определить: сколько работников, какой квалификации, когда и где будут необходимы; какие требования предъявляются к тем или иным категориям работников; каким образом привлечь нужный и сократить ненужный персонал; как использовать персонал в соответствии с его потенциалом; как обеспечить развитие этого потенциала, повысить квалификацию работников; как обеспечить справедливую оплату труда, мотивацию

персонала **и** решить его социальные проблемы; каких затрат потребуют проводимые мероприятия.

2. На основании сравнения плана численности персонала с уже работающими работниками на предприятии определяют число вакантных рабочих мест, которые необходимо заполнить. Если такие месга существуют, начинается *процесс подбора **и** отбора персонала,* состоящий из нескольких стадий — детализации **требований** к вакантному рабочему месту и к кандидату на вакансию, подбора кандидатов, отбора кандидатов и приема па работу.

Формализация требований к кандидатам является обязательным условием серьезного отбора. Наиболее **распространенной** формой такой формализации является подготовка должностной инструкции, т.е. документа, описывающего основные требования и функции сотрудника, занимающего данное рабочее место. На предприятиях должностная инструкция подготавливается управлением пер-

сонала совместно с руководителем подразделения, в котором существует вакантная должность.

Определив требования к кандидату, управляющие персоналом могут приступить к следующему этапу -..... подбору кандидатов. Для этого предприятие может использовать ряд методов: поиск внутри предприятия; подбор с помощью сотрудников; самопроявившиеся кандидаты; объявления в средствах массовой информации (на телевидении, радио, в прессе); выезд в институты и другие учебные заведения; государственные службы занятости; частные агентства по подбору персонала; интернет.

Оптимального метода подбора **кандидатов** не существует, поэтому следует использовать их все в зависимости от конкретной задачи.

Подбор кандидатов является основой **следующего** этапа — отбора будущих сотрудников предприятия. На этапе отбора происходит: первичное знакомство с претендентами (собеседование); сбор и обработка информации о них по определенной системе; оценка качеств и составление достоверных «портретов»; сопоставление фактических качеств претендентов и требований должности; сравнение кандидатов на одни должности и выбор наиболее подходящих; назначение или утверждение кандидатов в должности, заключение с ними трудового договора.

На предварительном лапе отбора происходит первичное выявление кандидатов, способных выполнять требуемые функции, максимальное сужение круга претендентов и формирование из них резерва, с которым и проводится в дальнейшем работа по отбору. **Для** этого проводится анализ **документов** (анкет, резюме, характеристик, рекомендаций) на соответствие будущих сотрудников требованиям предприятия. Его методы зависят от бюджета, стратегии, культуры предприятия, относительной важности должности. Но из документов можно получить ограниченную информацию, и в этом главный недостаток метода.

Если принимается решение о личной встрече с претендентом, приглашение на нее может быть предварительно сделано по телефону, но желательно подтвердить его письменно.

Перед собеседованием, происходящим в рамках такой встречи, стоят следующие основные задачи:

- ♦ предварительная оценка компетенции и личных качеств претендента, его заинтересованности в работе;
- ♦ информирование его о предприятии и преимуществах работы на нем, содержании работы, процессе адаптации и необходимых для этого сроках;
- ♦ выяснение интересов и ожиданий обеих сторон, их различия и совпадения, возможности компромиссов;

Результаты ознакомительного собеседования обычно позволяют отсеять сразу же до 80—90% кандидатов, а для оставшихся выбрать наиболее подходящие способы дальнейшей проверки и изучения психологических и профессиональных качеств.

Один из способов проверки претендентов — тестирование, предназначенное как для отбора лучших кандидатов, так и для отсева слабых. С помощью тестов

можно оценить скорость и точность выполнения работы, устойчивость внимания, зрительную память, владение смежными операциями, аналитичность мышления, аккуратность, умение быстро ориентироваться, усидчивость, исполнительность, интерес к работе, умение общаться с людьми, личные склонности.

Но окончательный выбор происходит с помощью менее формализованных методов, так как тесты слабее выявляют позитивные качества людей, чем негативные, и, как показывают исследования, не всегда достоверны (надежность общих тестов составляет менее 50%). Кроме того, проведение тестов связано с лишними издержками.

Завершает отбор собеседование с линейным руководителем, который с помощью специалиста по персоналу и штатного психолога на основе сопоставления различных кандидатов выбирает наиболее подходящего из них. Такое собеседование проводится обычно с группой лучших претендентов (двое-трое на каждую должность), направляемых кадровыми службами. При согласии сторон заключается трудовой договор и оформляется назначение на должность.

3. После зачисления на предприятие нового работника вводят в должность, помогая ему сократить период *адаптации в коллективе* — приспособления к содержанию и условиям трудовой деятельности, к непосредственной социальной среде.

Если предприятие крупное и вновь принятых много, то введение в должность может быть не только индивидуальным, но и коллективным. Обычно оно происходит с помощью специального курса ориентации, организация которого лежит на службе управления персоналом. В процессе общей ориентации, осуществляемой службой управления персоналом, происходит ознакомление работника с предприятием, его политикой, условиями труда, об отношениях с профсоюзами, о решении бытовых проблем, об охране труда и технике безопасности и т.д.

При индивидуальном введении в должность непосредственный руководитель представляет нового работника коллективу (рассказывает биографию, отмечая достоинства), знакомит с подразделением и обстановкой в нем, подробно излагает требования, сообщает о трудностях, которые могут встретиться, и наиболее распространенных ошибках в работе. В результате каждый новый работник должен знать общие правила, требования к работе, стандарты ее выполнения, процедуры подачи жалоб; действия в случае опоздания или болезни, необходимости взять отгул, отпроситься; как принято одеваться, какое поведение считается неприемлемым и т.д.

Руководитель инструктирует нового работника, контролирует его первые шаги, выявляет сильные и слабые стороны его подготовки, определяет реальную потребность в дополнительном обучении, оказывает всестороннюю помощь в адаптации.

По уровню различают первичную (для лиц, не имеющих трудового опыта) и вторичную адаптацию, а по направленности — профессиональную, психофизиологическую и социально-психологическую.

Профессиональная адаптация заключается в активном освоении профессии, ее тонкостей, специфики, необходимых навыков, приемов, способов принятия решений для начала в стандартных ситуациях. Она начинается с того, что после выяснения опыта, знаний и характера новичка для него определяют наиболее приемлемую форму подготовки, например направляют на курсы или прикрепляют наставника.

Психофизиологическая адаптация к условиям труда, режиму работы и отдыха особых сложностей не представляет, протекает достаточно быстро и в большой мере зависит от здоровья человека, его естественных реакций, характеристики самих этих условий. Тем не менее большинство несчастных случаев происходит в первые дни именно из-за ее отсутствия.

Социально-психологическая адаптация — это адаптация к коллективу и его нормам, к руководству и коллегам, к экономическим реалиям. Она может быть связана с немалыми трудностями, к которым относятся обманутые ожидания быстрого успеха, обусловленные недооценкой трудностей, важности живого человеческого опыта и переоценкой значения теоретических знаний и инструкций.

Помимо адаптации человека к работе сегодня необходимо обратное — *адаптация работы к человеку:* организация рабочих мест в соответствии с требованиями эргономики; гибкое регулирование ритма и продолжительности рабочего времени; построение структуры предприятия (подразделения) и распределение трудовых функций и конкретных заданий исходя из личных особенностей и способностей работников; индивидуализация системы стимулирования.

Большинство людей в первые дни работы больше всего опасаются не справиться с новой должностью, обнаружить недостаток опыта и знаний, показать некомпетентность, не найти общего языка с руководителем и коллегами и их расположения, не быть воспринятым в целом и в итоге потерять работу или перспективы продвижения. Поэтому первое задание новому работнику должно быть не слишком простым и не слишком сложным, чтобы он сумел с ним справиться и при этом почувствовал удовлетворение.

4. Одной из основных функций системы управления персоналом являются *профессиональная подготовка (обучение) и повышение квалификации работников предприятия.* Существует несколько видов обучения:

- ♦ без отрыва от производства в специализированных учреждениях;
- ♦ с отрывом от производства в специализированных учреждениях;
- ♦ через экстернат с аттестацией в специализированных учреждениях;
- ♦ самообразование без аттестации;
- ♦ на рабочем месте.

Внутрипроизводственное обучение относится к непосредственным задачам линейного руководителя и составляет неотъемлемую часть стратегии развития

потенциала кадров, что требует создания эффективной системы подготовки и переподготовки персонала. Для каждой категории работников необходимо разработать собственную подсистему подготовки и переподготовки.

ДЛЯ организации процесса обучения специалиста используют модель систематического обучения, которая может применяться менеджерами по управлению персоналом в качестве основы для работы (рис 18.2).



Рис. 18.2. Модель систематического обучения

Определение потребностей в обучении может проводиться на различных уровнях (предприятия, подразделения, рабочие места). Они зависят от результатов освоения новой работы, перевода на новую работу, продвижения по службе, внесения изменений в законодательство, при реорганизации, аттестации и т.п. Заключительный этап состоит в оценке результатов обучения, которая включает итоги обучения, определение степени подготовки, экономическую эффективность обучения, сроки окупаемости затрат.

Весьма важно знать существующие методы, приемы обучения и уметь рационально их использовать в управленческой деятельности: рабочие инструкции — для работ, не требующих специального или длительного обучения; переходное обучение — на курсах с использованием тренажеров; имитация — аналогия или воспроизведение реальной системы, если обучение сопряжено с опасностью или отличается большой сложностью (например, подготовка летчиков); ролевые игры; обучение претендентов для расширения кругозора и улучшения мыслительного процесса, фильмы и телепередачи, лекции; дискуссии; ротация — временное использование кадров на других постах (важна для обучения менеджеров); использование персонала, особенно менеджеров, для работы в других отраслях промышленности; дистанционное обучение.

Руководство предприятия должно решить, какой из методов обучения наиболее приемлем для той или иной категории работников или отдельного работника.

Руководители служб по управлению персоналом обязательно должны оценивать результаты обучения. Для этого используется балльная шкала оценки ответов на ряд вопросов. Прежде всего это непосредственная реакция участников учебного процесса — насколько понравилось им содержание учебного курса? Была ли профамма интересной? Далее важно контролировать, появились ли у обучающихся лиц новые полезные знания. Приоритетными качественными ориентирами являются профессионализм, коммуникации, технические навыки.

Сущность *повышения квалификации* состоит в расширении и углублении теоретических и практических знаний по той же профессии или специальности. Потребность в повышении квалификации — закономерный и объективный процесс, связанный с развитием производительных сил. Квалификационный уровень работника должен соответствовать или даже быть выше требований, предъявляемых производством.

Основные формы повышения квалификации: производственно- технические курсы, школы по изучению передовых методов труда, курсы по овладению вторыми и совмещаемыми профессиями и специальностями, курсы целевого назначения на предприятиях, институты и факультеты повышения квалификации инженерно - технических работников и др.

5. *Оценка персонала* на предприятии представляет собой традиционную аттестацию, которая проводится в несколько этапов (рис. 18.3).



Рис. 18.3.Процесс аттестации

В соответствии с принятой в России практикой аттестация должна проводиться периодически не реже **одного** раза **в** три — пять лет. Периодическая оценка сотрудников побуждает руководителей к более интенсивному критическому рассмотрению их потенциальных возм**ожност**ей.

Подготовка к проведению аттестации организуется службой управления **персоналом** при участии профсоюзной организации (если она имеется). Она включает: подготовку необходимых документов на аттестуемых; выработку графиков проведения аттестации; определение состава аттестационных комиссий и

их подготовку; подготовку сотрудников — разъяснительную работу о целях и порядке проведения аттестации.

На каждого работника, подлежащего аттестации, не позднее чем за две недели до **начала** ее проведения его непосредственным руководителем подготавливается представление, содержащее всестороннюю оценку: соответствия профессиональной подготовки работника квалификационным требованиям по должности и размеру оплаты его труда; профессиональной компетентности; отношения к работе; выполнения должностных обязанностей; показателей результатов работы **за** прошедший период.

Аттестуемый работник должен быть заранее, не позднее чем **за** две недели **до** аттестации ознакомлен с представленными материалами.

Конкретные сроки, а также график проведения аттестации, составы аттестационных комиссий **утверждаются** руководителем предприятия и доводятся до сведения аттестуемых работников не позднее чем за две недели до начала аттестации.

В состав аттестационных комиссий включаются руководители подразделений, высококвалифицированные специалисты, представители профсоюзных организаций. Председателем аттестационной комиссии назначается, как правило, **заместитель** директора предприятия.

Аттестационная комиссия рассматривает представление, **заслушивает** аттестуемого и руководителя подразделения, в котором он работает. Оценка деятельности работника и рекомендации комиссии принимаются открытым голосованием в отсутствие аттестуемого.

Результаты аттестации (оценка и рекомендации) заносятся в **аттестационный** лист, который подписывается председателем и членами аттестационной комиссии.

Директор предприятия с учетом рекомендаций аттестационной комиссии в месячный срок принимает решение об установлении работникам соответствующих разрядов оплаты труда.

Служба управления персоналом готовит справку и приказ об итогах аттестации, составляет совместно с руководством предприятия план вытекающих из них мероприятий.

Обычно в очередную аттестацию не включаются лица, проработавшие на предприятии менее года, молодые специалисты в течение трех лет после окончания учебного заведения, беременные и женщины, имеющие детей в возрасте до трех лет.

При неявке аттестуемого на заседание комиссии без уважительных причин аттестация его может проводиться и в его отсутствие (если причина уважительная, аттестация переносится).

Аттестация персонала позволяет сделать достаточно надежный вывод о возможности поощрения или наказания работника, целесообразности, сроках и направлениях его служебного продвижения либо о нецелесообразности последнего.

6. Весьма важной функцией управления персоналом выступает умение *управлять конфликтами на предприятии.* Конфликт — столкновение противоположно направленных целей, интересов, позиций, мнений, взглядов двух или нескольких людей. В основе любого конфликта лежит ситуация, включающая либо противоречивые позиции сторон по какому-либо поводу, противоположные цели или средства их достижения, либо несовпадение интересов, желаний оппонентов и т.д.

Существует много причин возникновения конфликтов. Обычно это недостатки в организации производства, управления и труда, неправильные действия руководителя и подчиненных, психологическая несовместимость людей, нарушение трудового законодательства и т.д.

По направленности конфликты делятся на горизонтальные, вертикальные и смешанные. К горизонтальным относятся конфликты, в которых не участвуют лица, находящиеся в подчинении друг у друга; к вертикальным — те, в которых участвуют лица, находящиеся в подчинении один у другого.

По значению для предприятия конфликты делятся на конструктивные (созидательные) и деструктивные (разрушительные). Первые бывает тогда, когда оппоненты не выходят за рамки этических норм, деловых отношений, вторые — когда нарушаются нормы поведения, не учитываются интересы сторон и т.д. Кроме того, конфликты могут быть деловыми и личностными.

Разрешение конфликта представляет собой полное или частичное устранение причин, их породивших, либо изменение целей участников конфликтов. Для этого требуется:

- постоянная работа по улучшению условий труда, совершенствованию его оплаты, улучшению организации производства;
- строгое следование трудовому законодательству;
- соблюдение служебной этики;
- учет ожиданий подчиненных.

Для управления конфликтом также можно использовать две стратегии: предупреждения и разрешения.

Стратегия предупреждения конфликта представляет собой мероприятия организационного и разъяснительного характера.

Стратегия разрешения конфликта направлена на то, чтобы заставить или убедить конфликтующие стороны прекратить враждебные действия и, начав переговоры между собой, найти решение, которое не только исключает чье-то поражение, но и указывает направления дальнейших действий. Реализуя ее, руководитель начинает с демонстрации невозможности добиться с помощью конфликта желаемых целей. Затем он определяет причины возникновения конфликта, его границы, позиции сторон, их цели и вместе с участниками пытается найти пути выхода из сложившегося положения. При необходимости он применяет административные меры, если стороны не желают следовать убеждениям и доводам.

Разрешение конфликта во многом зависит от уровня профессиональной компетенции руководителя, его умения взаимодействовать с людьми, что не в последнюю очередь определяется его общей культурой.

Выводы

1. Управление персоналом — это совокупность принципов, методов и средств целенаправленного воздействия на персонал, обеспечивающих максимальное использование интеллектуальных и физических способностей работников при выполнении трудовых функций для достижения целей предприятия.
2. Под системой управления персоналом предприятия понимают упорядоченную совокупность взаимосвязанных элементов, которая обладает индивидуальными качествами, не присущими каждому из входящих в нее элементов.
3. Служба управления персоналом — это функциональное подразделение предприятия, занимающееся вопросами управления персоналом.
4. Цель кадрового планирования состоит в том, чтобы предоставить работникам рабочие места в нужное время и в необходимом количестве в соответствии с их способностями, склонностями и требованиями предприятия.
5. Процесс приема на работу состоит из детализации требований к вакантному рабочему месту и к кандидату, подбора кандидатов, отбора кандидатов и приема на работу.
6. Для разработки программы по профессиональному обучению персонала на предприятии необходимо выработать конкретный план работ и определить, какие виды обучения необходимы в зависимости от способностей и знаний работников.
7. Для поддержания работоспособности персонала необходимо разработать системы оценки эффективности его труда.
8. Для управления конфликтом используются две стратегии: предупреждения и разрешения.

В о п р о с ы д л я с а м о к о н т р о л я

1. Какие основные элементы включает система управления персоналом предприятия?
2. Какой может быть структура службы управления персоналом?
3. Опишите процесс подбора персонала на предприятии.
4. Какие источники набора персонала наиболее эффективны?
5. Как на практике реализована взаимосвязь подбора и оценки персонала?
6. Дайте характеристику основных методов и приемов обучения персонала.
7. Каков порядок проведения аттестации персонала?
8. Какие меры применяются по разрешению трудовых конфликтов?

.AQГлава ----------

1^ Планирование на предприятии.- стратегическое, текущее, оперативное

19.1 Стратегическое планирование

Система планирования производственной и сбытовой деятельности любого предприятия включает три тесно взаимосвязанные подсистемы стратегического, текущего и оперативного планирования.

Целью разработки стратегии развития предприятия является выявление главных направлений дальнейшего его развития на основе максимального использования научно-технического, производственного и кадрового потенциала. Стратегическое планирование, как правило, включает разработку долгосрочных планов, рассчитанных на 10—15 лет. При разработке долгосрочных планов определяются главные направления, по которым будет развиваться предприятие, устанавливаются содержание и последовательность выполнения важнейших организационно-экономических и тех нических мероприятий, обеспечивающих достижения поставленных главных целей. Стадии процесса стратегического планирования предприятия, ориентированного на рынок, представлены на рис. 19.1 \ Как видно из рисунка, процесс стратегического планирования предприятия начинается с определения цели предприятия, его положения в деловой среде с помощью портфельного анализа сфер деятельности.

Важной частью процесса стратегического планирования является выработка целей для существующих и новых сфер деятельности.

Следующая стадия — разграничение и анализ рынков по сферам деятельности, определение сегментов рынка и основной концепции сочетания элементов маркетинга.

[1] См. *Говорим А.А.* Инфраструктура современного предпринимательства: проблемы теории и практики. — М.: Финстатинформ, 1999. — С. 46.



Рис. ***19.1. Стадии процесса стратегического планирования предприятия, ориентированного нарынок***

Важное место в процессе стратегического планирования предприятия займет определение уровня стратегических сфер деятельности. В их числе четыре стадии:

- ♦ продуктовая стратегия;
- ♦ коммуникационная стратегия;
- ♦ ценовая стратегия;
- ♦ распределительная стратегия.

Процесс стратегического планирования предприятия, ориентированного на рынок, завершает маркетинговый контроль.

На основе стратегического долгосрочного плана развития предприятия, рассчитанного на **10—15** лет, разрабатываются перспективные планы развития на 5—10 лет. В дореформенный период широко были распространены 5-летние перспективные планы развития предприятий. В них содержались более детализированные показатели из долгосрочных 10—15-летних стратегических планов развития.

На основе 5-летних перспективных планов развития предприятия, с учетом произошедших за тот или иной период изменений разрабатываются планы на год. Такие планы носят название текущих. В современных условиях наиболее актуальным видом текущего планирования, учитывающим как действующие сферы функционирования предприятия, так и новые сферы, служит бизнес-план.

19.2 Текущее планирование на предприятии. Разработка плана развития

Строго регламентированного по разделам плана развития предприятия не существует. Исходя из практики работы предприятий и рекомендаций ряда авторов план развития может включать следующие разделы:

- ♦ план производства продукции (производственная **про1рамма);**
- ♦ план по маркетингу;
- ♦ план научных исследований и разработок;
- ♦ план инвестиций и капитального строительства;
- ♦ план по внешнеэкономической деятельности;
- ♦ план материально-технического обеспечения;
- ♦ план по труду и кадрам;
- ♦ план по издержкам производства и реализации продукции;
- ♦ финансовый план;
- ♦ план природоохранных и экологических мероприятий.

I. Центральный раздел плана развития предприятия — *план производства продукции* (производственная программа), в котором устанавливаются задания по производству отдельных видов продукции в натуральном и стоимостном выражении, предусматривается дальнейшее повышение качества продукции. Для определения объема продукции в стоимостном выражении используются показатели реализуемой, товарной и валовой продукции. **Существенное** место в разделе занимает планирование

специализации, кооперирования и комбинирования промышленного производства.

2. План по *маркетингу* — относительно новый раздел плана развития. В нем приводится прогноз развития целевого рынка, определяются наиболее значительные преимущества и существенные недостатки деятельности предприятия на этом рынке, выявляются основные проблемы, требующие нео тожного решения.

В плане формулируются основные виды используемых предприятием маркетинговых стратегий: диверсификация, т.е. расширение номенклатуры продукции, производимой предприятием; более глубокая сегментация рынка; масштабы и темпы расширения деловой активности и др. Раскрываются различные аспекты выбора ценовой стратегии для конкретных условий производства и сбыта продукции. В плане также содержатся мероприятия по проведению рекламы.

3. Важная часть плана развития предприятия — *план научных исследований и разработок.* Он включает мероприятия по научно- исследовательским работам, освоению производства новых видов продукции, внедрению прогрессивной технологии, механизации и автоматизации производственных процессов, научной организации труда.

Большое значение в современных условиях приобретает внедрение вычислительной техники. В плане развития науки и техники предусматриваются важнейшие мероприятия по созданию автоматизированных систем управления; концентрации средств вычислительной техники на важнейших объектах; увязке проводимых мероприятий. Неотъемлемая часть этого раздела — планирование стандартизации и метрологического обеспечения.

Показатели плана научных исследований и разработок: продукция, осваиваемая производством впервые в стране; уровень механизации и автоматизации труда с выделением основного и вспомогательного производства; относительное уменьшение численности работников, рост производительности труда и снижение себестоимости товарной продукции в планируемом периоде в результате мероприятий, повышающих технический уровень производства, а также специфические для предприятий промышленности и производств показатели качества выпускаемой продукции, использования оборудования, материалоемкости производства, производительности труда в натуральном выражении и др.

4. *План инвестиций и капитального строительства* предусматривает вложения в строительство новых, расширение и реконструкцию действующих предприятий, строительство и расширение цехов и объектов на действующих предприятиях, техническое перевооружение действующего производства — модернизацию оборудования, замену устаревшего оборудования новым, более производительным, совершенствование технологии производства, механизацию и автоматизацию производственных процессов.

Основные показатели плана: объем требуемых инвестиций, ввод в действие основных фондов и производственных мощностей, отдельных объектов и сооружений производственного назначения; прирост производственных мощностей на действующих предприятиях в результате их технического перевооружения и осуществления организационно-технических мероприятий; объем капитальных вложений и строительно-монтажных работ; объем незавершенного производства.

5. Каждое предприятие в той или иной форме может осуществлять внешнеэкономическую деятельность. Планирование этой деятельности происходит в соответствующем разделе плана развития предприятия — *плане по внешнеэкономической деятельности.* Формами такой деятельности могут быть:

- ♦ внешняя торговля;
- ♦ международное инвестиционное сотрудничество;
- ♦ международное перемещение трудовых ресурсов;
- ♦ международное производственное сотрудничество;
- ♦ валютные и финансово-кредитные операции.

По нашему мнению, наиболее перспективно международное производственное сотрудничество. Оно включает передачу лицензий на использование прав, продажу и покупку комплектующих деталей, узлов и изделий, совместное проведение научно- исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР). создание совместных предприятий, осуществление кооперации между предприятиями и пр.

6.*План материально-технического обеспечения* представляет собой систему материальных расчетов, отражающих производство и потребление важнейших видов промышленной продукции, планов их реализации.

Потребности производства в материальных ресурсах, их распределение и использование должны определяться на основе прогрессивных, технически обоснованных норм расхода сырья, материалов, топлива и энергии, а также научно обоснованных нормативов использования оборудования, машин, механизмов. План материально-технического обеспечения разрабатывается с расчетами по снижению удельных расходов сырья, материалов, топлива, энергии.

7. При разработке *плана по труду и кадрам* главная задача — предусмотреть систематическое повышение производительности труда как основного условия увеличения объема производства и повышения его эффективности. Показатель производительности труда рассчитывается как годовая выработка нормативно-чистой, товарной (валовой) продукции в сопоставимых ценах в расчете на одного среднесписочного работника промышленно-производственного персонала. Другой важный показатель этого раздела — фонд заработной платы. Здесь же рассчитывается и средняя заработная плата работников. Для определения потребности предприятий в рабочей силе разрабатывается балансовый расчет дополнительной потребности в рабочих и служащих и источников ее обеспечения.

8. Все разделы плана развития предприятия тесно взаимосвязаны. Обобщающим разделом плана, где находят отражение результаты предыдущих разделов, является *план по издержкам производства и реализации продукции.* При его разработке ставится задача всемерного повышения эффективности производства, наиболее рационального использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Непосредственная цель планирования себестоимости — экономически обоснованное определение затрат на производство, необходимых для изготовления предусмотренной планом продукции, а задача планирования прибыли — исчисление дохода, получаемого в результате производственной и иной деятельности.

План по издержкам составляется на основе плана производства и реализации продукции, научных исследований и разработок и других разделов.

9. В *финансовом плане* устанавливаются важнейшие финансовые показатели: расчет потребности в собственных оборотных средствах и задание по ускорению их оборачиваемости; взаимодействие предприятия с государственным бюджетом; создание и использование основных производственных фондов, задание по прибыли. Важная часть финансового плана — кредитный план.

10. Важное значение для предотвращения загрязнения окружающей среды, а также рационального использования природных ресурсов имеет заключительный раздел плана развития предприятия — *план природоохранных и экологических мероприятий,* включающий такие направления, как охрана и рациональное использование водных ресурсов, охрана воздушного бассейна, охрана и рациональное использование земель, охрана и рациональное использование минеральных ресурсов. Этот план предусматривает широкое внедрение малоотходных и безотходных технологических про

процесса, развитие комбинированных производств, обеспечивающих полное и комплексное использование природных ресурсов, сырья и материалов, исключающих или существенно снижающих вредное воздействие на окружающую среду.

19.3 Разработка бизнес-плана предприятия

Начало деятельности предприятия предваряет важный документ — предпринимательский бизнес-план. Его структура и содержание строго не регламентированы. По нашему мнению, наиболее предпочтительным можно считать бизнес-план, включающий семь разделов (рис. 19.2).

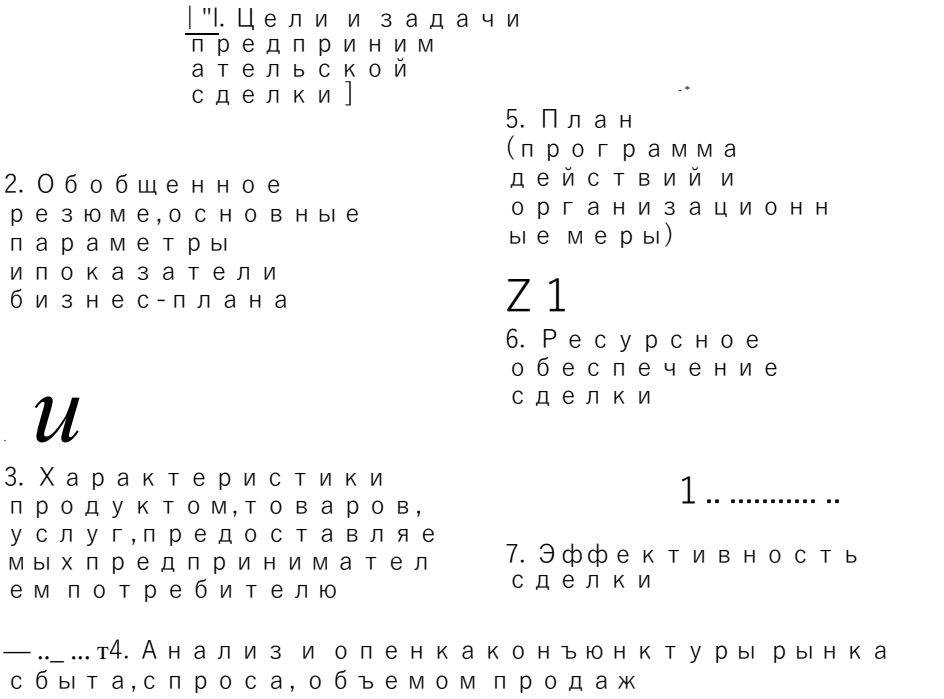


Рис. 19.2. Предпринимательский бизнес-план

Раздел 1 «Цели и задачи предпринимательской сделки» — центральный в бизнес-плане. Главная цель предпринимательского бизнеса — получение прибыли. Планируя намеченную сделку, следует прежде всего определить, на какую сумму прибыли можно рассчитывать, и убедиться в том, что проект вообще способен

принести желаемую прибыль. Важно при этом, как и вообще при формировании бизнес-плана, учесть фактор времени. Другими словами, наряду с размером ожидаемой прибыли необходимо знать, как она распределится во времени, не окажется ли прибыль

слишком запоздалой с учетом потребности предпринимателя в денежных средствах и воздействия инфляции, умаляющей абсолютный прирост денег.

При первоначальной оценке целесообразности предпринимательского проекта необходимо также учесть, что сумма получаемой прибыли должна быть существенно выше той, которую мог бы получить предприниматель, помещая затрачиваемые денежные средства на то же время в сберегательный банк. Иначе просто есть смысл свести дело к этой простейшей финансовой сделке.

Наряду с главной, определяющей целью в поле зрения составителей бизнес-плана должны находиться и другие цели и задачи: социальные, повышение статуса предпринимателя, специальные цели и задачи; особые задачи предпринимательства, в частности благотворительность.

Раздел 2 «Обобщенное резюме, основные параметры и показатели бизнес-плана» является сводным и представляет собой основные идеи и содержание плана в миниатюре. Он создается и уточняется по мере проработки плана, а завершается лишь после составления бизнес-плана в целом.

В сводном разделе представлены: генеральная цель проекта (сделки); краткая характеристика предпринимательского продукта, конечного результата намечаемого плана и их отличительные особенности; пути и способы достижения поставленных целей; сроки осуществления проекта (сделки); затраты, связанные с его реализацией; ожидаемая эффективность и результативность; область использования результатов.

Показатели обобщенного резюме: общие сводные — объемы производства и реализации продукции и услуг, выручка, собственные и заемные средства, прибыль, рентабельность; специальные — качество реализуемых товаров и услуг, их отличительные свойства, приспособленность к особым вкусам и запросам потребителя, срок окупаемости вложений, низкая степень риска, гарантированность получения планируемого результата.

В разделе 3 «Характеристики продуктов, товаров, услуг, предоставляемых предпринимателем потребителю» должны быть зафиксированы: наглядные данные, позволяющие с требуемой полнотой «осязать» предпринимательский продукт (опытный образец), или его характеристики (описания, модели, фотографии, сведения о круге потребителей предпринимательского товара и потребностях, которые он будет удовлетворять, — прогноз платежеспособного спроса на товар); данные о регионах, группах населения, организациях, которые предпочтительно исходя из анализа и прогноза станут покупателями и потребителями товара; данные о динамике ожидаемого потребления товара по временным периодам с учетом факторов, влияющих на изменение потребностей в данном товаре; прогноз цен, по которым предполагается реализовать продукт предпринимательской деятельности.

Раздел 4 «Анализ и оценка конъюнктуры рынка сбыта, спроса, объемов продаж» — непосредственное продолжение изучения потребностей и прогнозирования цен. Он предопределяет объемы производства и продаж товаров по временным периодам реализации предпринимательского проекта.

Исследование, анализ, оценка рынка в процессе подготовки бизнес-плана опираются, с одной стороны, на предположения, т.е. носят прогностический характер, а с другой — на предварительную договоренность с потенциальным покупателем или с торговыми, сбытовыми организациями.

Разные ситуации возникают в зависимости от масштабов и сроков проектов. В случае краткосрочных мелких проектов можно с высокой степенью достоверности установить круг покупателей, потребителей предпринимательского продукта, что позволяет **сделать** вывод об объемах продаж.

При долговременных крупных предпринимательских проектах возникает более сложная ситуация — определение изменения спроса на предпринимательский товар, его продажи, потребления будет проходить при составлении бизнес-плана на основе предположений, оценок, расчетов и прогнозов.

Наряду с расчетно-аналитической оценкой рынка сбыта бизнес- план должен предусматривать способы активизации рынка **посредством** маркетинговой и других видов деятельности.

При разработке этого раздела необходимо также учитывать деятельность других предпринимателей, конкурентов, их возможности, способности и ценовую политику. С этой целью работа над бизнес- планом должна включать корректировку прогнозируемого объема продаж с учетом конкуренции.

Содержание раздела 5 «План (программа) действий и **организационные** меры» во многом зависит от вида предпринимательской деятельности (производственная, коммерческая, финансовая). Программа предпринимательских действий обычно включает: маркетинговые усилия (рекламу, определение рынка сбыта, контакты с потребителем, учет его запросов); осуществление производства продукции (в случае производственного предпринимательства); закупку, хранение, транспортировку, реализацию товаров (в особенности применительно к коммерческому предпринимательству); обслуживание покупателя в процессе продажи товара и после продажи.

Организационные меры составляют неотъемлемую часть программы действий и включают: способы управления реализацией бизнес-плана; организационные структуры управления проектом; методы координации действий исполнителей, а также меры по установлению специальных форм оплаты труда, стимулирования, подбора и подготовки кадров, учета, контроля и др.

Раздел 6 «Ресурсное обеспечение сделки» содержит сведения 0 видах и объемах ресурсов, необходимых для осуществления предпринимательского проекта, об источниках и способах получения ресурсов.

Ресурсное обеспечение охватывает: материальные ресурсы (материалы, полуфабрикаты, сырье, энергию, здания, оборудование и др.); трудовые, финансовые (текущие денежные средства, капиталовложения, кредиты, ценные

бумаги); информационные ресурсы (статистическую, научно-техническую информацию).

Раздел 7 «Эффективность сделки» завершает бизнес-план. В нем приводится сводная характеристика эффективности предпринимательской сделки. В числе сводных показателей эффективности основные — прибыль и рентабельность сделки. Кроме того, учитывается социальная и научно-техническая эффективность (получение новых научных результатов). Здесь целесообразно проанализировать долговременные последствия предпринимательской сделки.

Известный экономист А.С. Пелих подтвердил, что не существует жестко регламентированной формы и структуры бизнес-плана и предложил следующую последовательность составления бизнес- плана[26] (рис. 19.3).

Международная практика обоснования проектов применяет несколько обобщающих показателей для подготовки решения о целесообразности вложения средств:

- ♦ чистую текущую стоимость;
- ♦ рентабельность;
- ♦ внутренний коэффициент эффективности; период возврата капитальных вложений;
- ♦ максимальный денежный отток;
- ♦ норму безубыточности.

[26] *Пелих А.С.* Бизнес-план, или Как организовать собственный бизнес. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Ось-89, 2001. — С. 5.

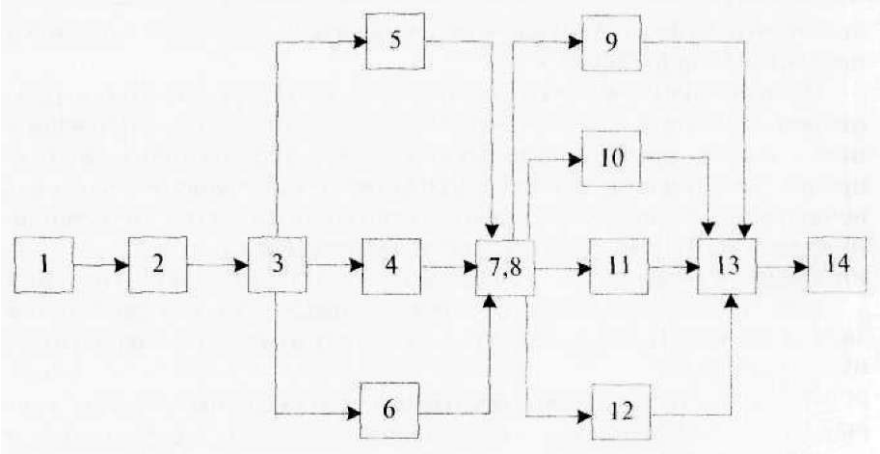


Рис. 19.3. Последовательность составления бизнес-плана:
I — принятие решения о создании нового предприятия или совершенствовании действующего; 2 — анализ собственных возможностей и способности **взяться** за реализацию задуманного проекта; 3 — выбор изделия или услуги, **производство** (или оказание) которых будет являться целью задуманного проекта; 4 — исследование возможного рынка сбыта; 5 — составление прогноза объемов сбыта **(для** первого года — помесячно, для второго — поквартально); 6 — выбор места **для** осуществления производственной или коммерческой деятельности; 7 — разработка плана производства; 8 — разработка плана маркетинга; 9 — разработка организационного плана; 10 — разработка юридической формы будущей коммерческой деятельности; 11 — организация бухгалтерского учета; 12 — страхование; 13 — разработка финансового плана; 14 — составление резюме к бизнес-плану.

Чистая текущая стоимость (в отечественных источниках нередко называемая интегральным экономическим эффектом) представляет собой разность совокупного дохода от реализации продукции, рассчитанного за период реализации проекта, и всех видов расходов, суммированных за тот же период, с учетом фактора времени (т.е. с дисконтированием разновременных доходов и расходов).

Рентабельность исчисляется как отношение прибыли к **капитальным** вложениям или как отношение прибыли к акционерному капиталу; для каждого года реализации предпринимательского проекта рентабельность рассчитывается как среднегодовое значение. При этом учитывается и налогообложение.

Внутренний коэффициент эффективности определяется как **такое** пороговое значение рентабельности, которое обеспечивает равенство нулю интегрального эффекта, рассчитанного за экономический срок жизни инвестиций. Проект считается рентабельным, ее- ли внутренний коэффициент эффективности не ниже исходного порогового значения.

Период возврата капитальных вложений широко применяется в отечественной практике как срок окупаемости капитальных вложений. Он

представляет собой число лет, в течение которых доход от продаж за вычетом функционально-административных издержек возмещает основные капитальные вложения. Остается дискуссионным вопрос о том, рассчитывать период возврата с дисконтированием или без него.

Максимальный денежный отток — наибольшее отрицательное значение чистой текущей стоимости, рассчитанной нарастающим итогом. Этот показатель отражает необходимые размеры финансирования проекта и должен быть увязан с источниками покрытия всех затрат.

Норма безубыточности — минимальный размер партии выпускаемой продукции, при котором обеспечивается нулевая прибыль, т.е. когда доход от продаж равен издержкам производства. Определяется по формуле

Норма безубыточности = *Постоянные издержки* / (*Удельная цена* − *Удельные переменные издержки*)

Несколько иная структура бизнес-плана принята при получении кредитов в западных банках. В этом случае бизнес-план включает, как правило, следующие разделы.

1. Введение и общая информация. В разделе указывается юридическая форма предприятия, даются краткое описание его деятельности, история недавних и текущих важных событий.
2. Оценка вклада. Показываются отдельные важные характеристики деятельности предприятия: позиции на рынке, репутация, система продаж и др.
3. Описание продукции и рынка сбыта.
4. Исследования и разработки. Отражаются основные направления исследований, включая важнейшие программы и инициативы.
5. Производство и производственные мощности. Описывается состояние производства и производственных мощностей предприятия.
6. Персонал и трудовые отношения.
7. Организация и управление. Помимо общих организационных схем приводятся краткие биографические данные высших должностных лиц и других руководящих сотрудников.
8. Юридические материалы. Кратко описываются наиболее значимые прошлые и настоящие судебные и арбитражные дела в связи с производственной деятельностью.
9. Финансовая информация. Рассматриваются финансовые отчеты за последние пять лет и приводится пятилетний прогноз финансового состояния.
10. Ликвидность. Приводятся результаты анализа задолженности, состояния оборотных средств, описание статей налогообложения компании, ее долгов.
11. Договоры. Даются описания всех договоров или соглашений, в которых участвует предприятие.
12. Другие вопросы бухгалтерского учета. Кратко характеризуется незарегистрированное имущество (квартиры, гостиницы, больницы, профилактории и др.).

Еще более краткая схема бизнес-плана предлагается Г. Берлом [27]. Она включает в себя следующие разделы.

1. Цель заявки, включая необходимую сумму средств, способы погашения займа и его обеспечение[28].

2. Личные средства. Здесь важно показать собственный вклад основателя дела, его партнеров, членов его семьи.

3. Описание бизнеса. Приводятся количественные показатели, указываются организационно-правовая форма предприятия, его местонахождение, адрес, число занятых. Здесь надо показать товары или услуги, которые будут производиться или выполняться, изложить краткую историю предприятия, перспективы развития, представить зону маркетинга, конкуренцию потребителей и поставщиков фирмы.

4. Управление. Раздел включает сведения об образовании и предыдущем опыте каждого из владельцев, а также тех, кто непосредственно будет управлять предприятием.

5. Финансовые прогнозы и показатели предприятия. Если это новое предприятие, то необходимо показать собственный капитал владельца, составить плановый баланс, привести прогнозные оценки. При этом следует зарезервировать определенные средства для неожиданных взлетов и падений. По действующему предприятию потребуется представить балансовые отчеты о прибылях и убытках за последние два-три года, а также данные о его сегодняшнем состоянии.

К этим пяти разделам необходимо составить 11 вспомогательных форм.

Форма 1. Цель и обоснование заявления на предоставление займа.

Форма 2. Личная финансовая декларация.

Форма 3. Подробное описание предприятия.

Форма 4. Анализ рынка.

Форма 5. Конкуренты.

Форма 6. Размещение предприятия.

Форма 7. Работники предприятия.

Форма 8. Управление.

Форма 9. Финансовая информация для создаваемого или расширяющегося предприятия.

Форма 10. Финансовая информация при покупке действующего предприятия.

Форма 11. Краткое резюме для руководителя. В своей книге «Руководство по составлению бизнес-плана», выдержавшей семь изданий, Дэвид Г. Бэнгз называет предлагаемую им структуру бизнес-плана «ориентиром при написании

---

[27] *Бе/и Г.* Создать свою фирму. — М.: Дело, 1994. — С. 20—21.

[28] В зарубежной литературе бизнес-план нередко представляется как заявка на получение кредита.

бизнес-плана»[29]. Автор предлагает и рассматривает структуру бизнес-плана, состоящую из трех крупных разделов. Раздел 1. Предприятие Описание предприятия Товары/услуги Информация по маркетингу Местонахождени е Конкурентная среда Управление Кадры

Целевое назначение кредита и его предполагаемая отдача Резюме
Раздел 2. Финансовые сведения

Источники финансирования и назначения средств

Перечень основных средств

Баланс

Анализ безубыточности

Планируемые доходы:

- ♦ сводка на предстоящие три года;
- ♦ помесячная разбивка на первый год;
- ♦ поквартальная разбивка на второй и третий годы;
- ♦ пояснительные записки

Раздел 3. Вспомогательные документы

В составе вспомогательных документов форма заявки на получение финансирования, образец резюме, образец письма о намерениях, образец рекомендательного письма и др.

Многие западные авторы обращают внимание на оформление бизнес-плана: качество бумаги, печати, папки, крепления листов. Его внешний вид может произвести на читающего документы определенное впечатление. Безукоризненно написанный, напечатанный без ошибок документ должен демонстрировать уверенность в успехе и вызывать доверие.

Г. Берл приводит характеристику образцового бизнес-плана, которую одобрил предпринимательский форум — мозговой трест деловых руководителей девяти районов различных штатов США[1].

Объем — не более 40 страниц.

Спиральное крепление.

На обложке — название компании.

На титульном листе — название компании, адрес и номер копии.

Оглавление.

План начинается кратким резюме на двух страницах, рассказывающим о сегодняшних операциях компании и о ее планах.

В тексте приведены подробные сведения о ведущих работниках и инвесторах.

Приводятся отзывы консультантов по бухгалтерскому учету и юрисконсульта, подтверждающие прогнозы развития.

У бизнес-плана, признанного образцовым, была еще одна особенность: каждая страница была напечатана только с правой стороны. Левая сторона

---

[29] *Бэнгз Д.Г.* Руководство по составлению бизнес-плана: Пер. с англ. / Под ред. Л.М. Макаревича. — М.: Финпресс, 1998. — С. 26.

оставалась пустой, за исключением небольшого параграфа, где слева в коротких, четких предложениях перечислялись особенности содержания текста, помещенного в правой части страницы. Прочитав текст на левой стороне, интересующийся мог получить полное представление о содержании всего бизнес-плана. При желании он мог вернуться назад и прочитать весь текст, помещенный на страницах справа.

Особое внимание при разработке бизнес-плана следует обращать на краткое резюме, т.е. сжатое изложение всего, что содержится в бизнес-плане. Этот документ определяет, будет ли заинтересованное лицо или банковский работник читать остальные разделы бизнес-плана. Резюме должно быть кратким, охватывать все разделы бизнес-плана и содержать следующую информацию.

Берл Г. Ука'. соч. — С. 46.

Название предприятия, его юридический адрес.

Лицо для контакта, его телефон.

Тип бизнеса.

Цель бизнеса.

Необходимый (требуемый) заем.

Цель займа.

Имеющиеся активы.

Продукт — рынок (краткая характеристика продукта, реальные возможности для его реализации).

Управление (краткая характеристика основного владельца и его помощников).

Финансовые планы.

Цели роста объема продаж.

Прибыли.

9.4 О п е р а т и в н о е п л а н и р о в а н и е н а п р е д п р и я т и и

Оперативное планирование на предприятии, как правило, называется оперативно-производственным. В основе системы оперативно-производственного планирования (ОПП) лежит разработанная в текущем плане или в бизнес-плане и принятая к исполнению производственная программа выпуска готовой продукции на год, квартал, месяц. Все расчеты, связанные с системой ОПП, в основном базируются на данных технической подготовки производства. Они увязываются с экономическими и финансовыми стоимостными показателями предприятия, а также с показателями выпуска продукции в натуральном выражении из производственной программы.

Считается, что оперативно-производственное планирование на предприятии целесообразно осуществлять в три этапа.

Первый этап называется этапом *объемного планирования.* Годовая производственная программа предприятия распределяется по кварталам и месяцам для каждого цеха. При этом сопоставляются ресурсы, минимально необходимые для выполнения плана и имеющиеся в наличии. Речь идет о рабочей силе, основном производственном оборудовании и производственных площадях. При разработке плана организационно-технических мероприятий цеха на соответствующий период предусматриваются мероприятия, обеспечивающие покрытие недостатка в тех или иных видах ресурсов.

На втором этапе оперативно-производственного планирования выполняется детализация и дифференциация выпуска продукции по срокам, уточняются разработанные на первом этапе плановые задания по каждому цеху. Этот этап нередко называется этапом *календарного планирования* производства. Теперь объектами планирования являются отдельные детали и узлы (сборочные единицы) **и** их движение в пределах данного цеха и между цехами данного предприятия. Общие сроки изготовления деталей и узлов, установленные на первом этапе, уточняются и корректируются путем доведения их до каждого участка или бригады, по каждой сборочной единице, детали и даже деталеопера- ции технологического процесса.

На втором этапе составляется подробный календарный план производства продукции по всем стадиям технологического процесса в связи с распределением работ по производственным участкам и рабочим местам каждого цеха.

Наиболее сложны и трудоемки на этом этапе нормативные расчеты размеров партий **деталей и** длительности производственных циклов, внутрицеховых и межцеховых запасов заготовок, **деталей** сборочных единиц в объеме, **требуемом** для бесперебойной работы цехов и производственных участков.

Третий этап заключает оперативно-производственное планирование. На этом этапе окончательно уточняются производственные задания, организуется их выполнение. Разрабатываются и осуществляются оперативные мероприятия по регулированию работ между рабочими местами, обеспечению рабочих мест всеми необходимыми материальными ресурсами (заготовки, детали, инструмент и т.д.). Отклонения от плана выпуска продукции немедленно регистрируются, вносятся коррективы в графики работ, принимаются необходимые меры для восстановления запланированного выпуска.

Этапы оперативно-производственного планирования складываются в единый **и** непрерывный процесс планирования. Они взаимосвязаны, и каждый этап уточняется и при необходимости исправляет содержание предыдущего этапа.

Различаются также межцеховое и внутрицеховое оперативно-производственное планирование. Межцеховое планирование — установление оперативного плана выпуска продукции каждому цеху. При внутрицеховом

планировании определяются программы выпуска для производственных участков, как правило, более **детали-** зированно, чем это определено для цеха. Задание определяется не только производственным участкам, но и отдельным группам оборудования в пределах участка, срокам запуска деталей и прохождения их по операциям, а также срокам их выпуска.

На предприятиях с различным типом производства методы оперативно-производственного планирования различны, они имеют свою специфику. Только с учетом этого можно построить на предприятии эффективно действующую систему оперативно-производственного планирования.

Зыводы

1. В условиях рыночной экономики эффективное функционирование предприятия в значительной степени зависит от разработки оптимального плана развития.
2. Система планирования производственной и сбытовой деятельности любого предприятия включает три тесно взаимосвязанные подсистемы: стратегического, текущего и оперативного планирования.
3. При стратегическом планировании определяются главные направления, по которым будет развиваться предприятие, устанавливаются содержание и последовательность выполнения важнейших организационно-экономических и технических мероприятий, обеспечивающих достижение поставленных главных целей.
4. Текущее планирование состоит в разработке плана развития и бизнес-плана. Не существует строго регламентированных разделов этих планов, однако практика показывает, какие разделы при их разработке предпочтительны.
5. Важное значение имеет не только содержание, но и оформление бизнес-плана. Безукоризненно написанный, напечатанный без ошибок документ должен демонстрировать уверенность в успехе и вызывать доверие у читающего бизнес-план.
6. В основе системы оперативно-производственного планирования лежит разработанная в текущем плане или в бизнес-плане и принятая к исполнению производственная программа выпуска готовой продукции на год, квартал, месяц.

{ о п р о с ы д л я с а м о к о н т р о л я

1. В какой степени эффективная деятельность предприятия зависит от оптимального плана развития?
2. Какие три подсистемы включает в себя система планирования производственной и сбытовой деятельности любого предприятия?
3. Что представляет собой стратегическое планирование предприятия?
4. В чем состоит текущее планирование на предприятии?

5. В каких случаях разрабатывается бизнес-план предприятия и каковы его примерная структура и содержание?

6. Как следует оформить бизнес-план? Какое значение имеет оформление?

7. Что лежит в основе системы оперативно-производственного планирования?

Глава 20 Маркетинг на предприятии

20.1 Маркетинг: сущность и содержание

В странах с развитой рыночной экономикой **маркетинг** рассматривается как ведущая функция управления, определяющая рыночную и производственную стратегии предприятия и основанная на знании потребительского спроса. В этих условиях ***маркетинг*** — это *система организации деятельности предприятия, фирмы, корпорации по разработке, производству и сбыту товаров на основе изучения запросов потребителей* ***в*** *целях получения высокой прибыли.*

Маркетинг — это деятельность в сфере рынка, сбыта.

Основным в маркетинге является взаимодополняющий подход — тщательное и всестороннее изучение рынка, а также активное воздействие на него, формирование потребностей и покупательских предпочтений. Связать изготовителя и потребителя, помочь им найти друг друга — в этом и состоит основная цель любой маркетинговой деятельности.

Потребности людей практически безграничны, **а** ресурсы для их удовлетворения ограничены. Человек будет выбирать те товары, которые доставят ему наибольшее удовлетворение **в** рамках финансовых возможностей. Все товары, способные удовлетворять нужду покупателя, называются товарным ассортиментом выбора. Чем полнее соответствует товар желаниям потребителя, тем большего успеха добьется производитель. Он должен отыскивать **потенциальных** потребителей, выяснять их потребности, а затем создавать товары, как можно полнее удовлетворяющие эти потребности.

В условиях маркетинговой деятельности различают два вида рынков.

Рынок продавца ~ это, как правило, дефицитный рынок, на котором продавцы имеют больше власти и наиболее активными приходится быть покупателям. *Рынок покупателя* — это, как правило, насыщенный рынок, на котором больше власти имеют покупатели и наиболее активными приходится быть продавцам.

Любой продавец сталкивается с проблемой **реализации,** т.е. доведения продукции до покупателя. Основная задача каждого изготовителя-продавца и потребителя — получение **удовлетворительного** коммерческого итога. Коммерческий успех непосредственно зави

сит от глубокого и всестороннего изучения форм, типов и видов рынков. Изучение рынка осуществляется с двух позиций, его характерных особенностей, потребностей и возможностей и его емкости, степени насыщенности, состояния конкуренции, вероятности появления товаров-аналогов и т.п. Предпочтение той или иной позиции приводит либо к маркетингу, ориентированному на продукт, либо к маркетингу, ориентированному на потребителя.

Маркетинг, ориентированный на продукт, применяется в случае, когда деятельность предприятия нацелена на создание нового товара или усовершенствование уже выпускаемого. Основная задача при этом сводится к побуждению потребителей приобретать новые или усовершенствованные товары.

Маркетинг, ориентированный на потребителя, используется, когда деятельность предприятия нацелена на удовлетворение потребностей, непосредственно исходящих от рынка. Здесь главная задача маркетинга — изучение потенциальных потребностей, поиск рыночной ниши. Маркетинг этого типа — важнейшая часть коммерческой деятельности в целом, так как без изучения запросов потребителей предприниматель обойтись не может. Что же касается маркетинга первого типа, то он не всегда необходим, ибо без «атак на потребителей» в ряде случаев можно обойтись, особенно если речь идет о дефицитном рынке.

Для хозяйственной деятельности промышленного предприятия целесообразно применять оба типа маркетинга одновременно. Только всесторонний анализ возможностей предприятия со стороны производства и со стороны рынка способен обеспечить настоящий коммерческий успех. Такая комбинированная маркетинговая деятельность получила название *интегрированного маркетинга.*

В рамках маркетинга решаются следующие задачи:

- ♦ комплексное изучение рынка;
- ♦ выявление потенциального спроса и неудовлетворенных потребностей;
- ♦ планирование товарного ассортимента и цен;
- ♦ разработка мер для наиболее полного удовлетворения существующего спроса;
- ♦ планирование и осуществление сбыта;
- ♦ разработка мер по совершенствованию управления и организации производства.

Маркетинг не начинается там, где завершается производство. Напротив, характер и масштабы производства диктуются маркетингом. Эффективное использование производственных мощностей,

новою высокопроизводительного автоматического оборудования и прогрессивной технологии предопределяется маркетингом.

В рамках маркетинга разрабатывается и применяется система мер воздействия на рынок, на потребительский спрос с **учетом** возможности получения прибыли за счет **максимального** удовлетворения запросов потребителей.

Фирма, базирующая свою деятельность на принципах маркетинга, разрабатывает программу по новым товарам, производство **и** сбыт которых она намечает осуществить в результате **маркетинговых** исследований рынка. «Не пытайтесь сбывать то, что вам уда лось выпустить, а производите то, что у вас безусловно будет **куплено»** — основополагающий принцип маркетинга. Другими словами, работа предприятия на принципах маркетинга меняет философию производителя товара или поставщика услуги. **Вместо** привычного принципа: главное — произвести продукцию в возможно большем объеме, а уж продать ее потребителю — дело второе, надо суметь экономично произвести столько продукции, сколько обязательно будет реализовано.

Опыт зарубежных фирм свидетельствует, что успех продажи того или иного товара на рынке зависит не столько **от** производственных и финансовых возможностей фирм, сколько от использования маркетинга, ориентированного на установленный платежеспособный спрос, т.е. на потребителя.

Сбытовая деятельность **в** условиях **маркетинга** состоит **в том,** чтобы доводить товары до потребителя в том месте, в таком коли честве и такого качества, которые требуются.

Схематично концепция сбыта и маркетинг выглядят следующим образом:

Концепция сбыта

Товары — -> продажи

Сбыт и стимулирование продажи

Получение прибыли за счет увеличения объемов [ролажи

Концепция марк етиига

Потребители

Интегрированный маркетинг

fKшучение прибыли>путем удовлетворения потребностей Пожупателей

При наличии маркетинга достижение целей производства **происходит** через оценку и удовлетворение требований потребигелей.

Маркетинг создает условия для выхода (или, как иногда говорят, «прорыва») на рынок.

Основной принцип маркетинга — *всеобщая нацеленность,* т.е. ориентация конечных результатов производства на реальные требования и пожелания потребителей. Из этого основополагающего принципа вытекает ряд других:

1) знать рынок, всесторонне изучать состояние и динамику потребительского спроса на данный товар (услугу), использовать полученную информацию в процессе разработки и принятия научно- технических, производственных и хозяйственных решений;

2) максимально приспособить производство к требованиям рынка для повышения эффективности функционирования предприятия; производить то, что продается;

3) развивать и поощрять на предприятии творческий подход к решению возникших в результате проведения маркетинговых исследований технических и хозяйственных проблем, в первую очередь по совершенствованию и повышению качества продуктов и услуг;

4) разбивать рынок на относительно однородные группы потребителей (осуществлять сегментацию рынка) и ориентироваться на те сегменты, на которых предприятие обладает наилучшими потенциальными возможностями; выпускать продукцию с учетом особенностей отдельных сегментов рынка, характеризующихся определенным типом покупателей и их потребностями;

5) добиваться преимуществ в конкурентной борьбе в результате повышения технического уровня и качества продукции, предоставления покупателю большего объема и лучшего качества сопутствующих услуг;

6) оказывать помощь и содействие торговым посредникам, обеспечивать их складами готовой продукции для ее немедленной поставки потребителям, помогая в решении технических проблем и обучении персонала;

7) ориентировать стратегию маркетинга на перспективу, ставя конкретные задачи по завоеванию рынка, расширению объема продаж, особенно на перспективных секторах рынка.

Главное в маркетинге — целевая ориентация и комплексность, т.е. соединение предпринимательской, хозяйственной, производственной и сбытовой деятельности. Цель маркетинга — обеспечение высокой рентабельности производства и реализации производственных товаров.

Комплексность означает, что применение маркетинга обеспечивает эффект только в том случае, если он используется как система.

Применение отдельных маркетинговых действий, как правило, не дает положительных результатов. Целевая ориентация и комплексность маркетинга — это слияние в один поток всех составляющих маркетинговой деятельности для достижения устойчивой рентабельности в заданных временных пределах, как правило, на 5—7 лет и более. Практика применения маркетинга показывает, что использование только отдельных

составляющих, например изучения **товара** или прогнозирования рынка, не дает должного эффекта. Лишь комплексный подход позволяет эффективно прорваться на рынок с товарами и услугами, особенно с новыми товарами и оригинальными услугами.

20.2 Изучение потребителей. Сегментация рынка

Производство и потребление — это **неотъемлемая** часть жизни и деятельности людей. Производство и потребление взаимосвязаны. Нельзя потреблять больше, чем произведено **(не** считая поставок по импорту). Поэтому производство служит некоторым регулятором потребления продукции, товаров, благ и услуг.

В экономической литературе рассматриваются три уровня потребления: личное и семейное, производственное, общественное.

Личное и семейное потребление — это потребление продуктов и предметов одежды, личного транспорта, бытовых услуг, духовных ценностей для удовлетворения личных и семейных потребностей. *Производственное потребление* — потребление основных и оборотных фондов, информации. *Общественное потребление* состоит в использовании духовных и материальных ценностей в целях удовлетворения потребностей народного хозяйства, общества и каждого человека как члена общества (образование, культура, искусство, спорт и др.).

Различают конечное и промежуточное потребление.

Конечное потребление — это использование законченных производством орудий и предметов труда, а также продуктов потребления.

Промежуточное (текущее) потребление — потребление во время производства, когда изделие находится еще в обработке (незавершенное производство). Примером текущего потребления может служить трата средств предприятием на текущие (по мере производства продукции) нужды. Рациональное потребление чаще всего регламентируется нормативами, которые носят рекомендательный характер. В то же время каждый человек может сам определять для себя рациональные нормы потребляемых продуктов.

Между производителем и потребителем продукции возникают сложные взаимоотношения. Производитель, например, может создать дефицит продукции и поставить потребителя в зависимость («бери что предлагают»); в свою очередь потребитель может пойти к другому производителю, если первый установит высокие цены или снизит качество продукции.

В условиях рыночной экономики, неустойчивости общей конъюнктуры рынка стратегия управления призвана способствовать стабилизации производственно-хозяйственной деятельности предприятия. Устойчивость

дохода предприятия и его успех напрямую зависят от качества стратегических решений. Однако добиться устойчивого роста доходов без маркетинговых исследований невозможно.

Существует несколько основных принципов, позволяющих формировать правильное представление о поведении потребителей:

- потребитель независим;
- мотивация и поведение потребителя постигаются с помощью исследования;
- поведение потребителей поддается воздействию;
- потребительское поведение социально законно.

Независимость потребителя проявляется в том, что его поведение ориентируется на поставленную им цель. Товары и услуги могут им приниматься или отвергаться в той мере, в какой они соответствуют его запросам. Они достигают успеха, если предоставляют потребителю выбор и реальную выгоду. Понимание этого и постоянное приспособление к поведению потребителя — одно из важных требований для выживания предприятия в условиях конкуренции.

Исследование мотивации и поведения потребителей необходимо, так как поведение различных потребителей (конечного потребителя — предприятий и учреждений) на рынке соответственно различается по потребностям и целям закупок, действиям на рынке, мотивации поведения и т.п.

Предприятие не может добиться успеха, если не выполняется одна из функций маркетинга — исследование поведения потребителей. В самом широком понимании поведение потребителей определяется как действия, непосредственно связанные с получением товаров и услуг, их потреблением и распоряжением ими, включая принятия решений, которые предшествуют и следуют за этими действиями.

В качестве потребителей на рынке выступают конечные потребители, а также предприятия-потребители. Конечные потребители — это лица (индивидуальные потребители), семьи (малые общности, основанные на браке или кровном родстве), домашние хозяйства (одна или несколько семей, объединенных общим хозяйством). Предприятия-потребители — это производственные предприятия, предприятия оптовой и розничной торговли, государственные и другие учреждения.

Конечные потребители приобретают товары и услуги для производства товарной продукции и перепродажи ее другим потребителям. В качестве потребителей предприятия оптовой торговли приобретают крупные партии различных промышленных и потребительских товаров для оптовой реализации, а также складские помещения, транспортные средства, страховые услуги и др. Предприятия розничной торговли приобретают товары у предприятий-производителей и оптовой торговли для перепродажи их конечным потребителям. Они нуждаются в торговых площадях и оборудовании, средствах рекламы товаров и т.п.

Государственные предприятия как потребители приобретают самый широкий круг товаров и услуг для деятельности государственных сфер экономики (военной, транспортной, связи, экологической и др.), а также для формирования материально-технической базы министерств и ведомств, правительственных и муниципальных учреждений. К последним относятся и некоммерческие учреждения (культуры, образования, общественные организации, политические партии и др.).

Поведение конечных потребителей обусловлено прежде всего характером и степенью самостоятельности самих потребностей.

Исследование рынка предполагает необходимость его рассмотрения как дифференцированной структуры в зависимости от групп потребителей и потребительских свойств товара, что в широком смысле определяет понятие рыночной сегментации.

Под *сегментацией рынка* понимается разделение рынка на сегменты, различающиеся по своим параметрам или по своей реакции на те или иные виды деятельности на рынке — рекламу, методы сбыта и т.д. С одной стороны, это метод для нахождения частей рынка; он служит для становления объектов, на которые направлена маркетинговая деятельность предприятий. С другой стороны, — это управленческий подход к принятию решений предприятием на рынке, основа для выбора правильного сочетания элементов маркетинга. Сегментация проводится в целях максимального удовлетворения запросов потребителей в отношении разновидностей товара, а также рационализации затрат предприятия-изготовителя на разработку, выпуск и реализацию товара.

Объектами сегментации могут быть потребители, товары, каналы распределения, географические зоны и др. Выделенные особым образом и обладающие определенными общими признаками, они составляют *сегмент рынка.*

Основное внимание в маркетинге уделяется поиску однородных групп потребителей. Поэтому сегментировать рынок можно и по однородным группам потребителей, имеющих сходные предпочтения и одинаково реагирующих на маркетинговые предложения.

Необходимое условие сегментации — неоднородность ожидания покупателей и покупательских состояний. Для успешной реализации принципов сегментации необходимы следующие условия:

- способность предприятия (организации) осуществлять дифференциацию структуры маркетинга цен, способов стимулирования сбыта, места продажи, продукции;
- достаточные устойчивость, емкость и перспективы роста выбранного сегмента;
- возможность предприятия получать данные о выбранном сегменте, изменять его характеристики и требования;
- доступность выбранного сегмента для предприятия, т.е. наличие соответствующих каналов сбыта и распределения продукции, системы доставки изделий потребителям;

- ♦ возможность предприятия осуществлять контакт с сегментом (например, через каналы личной и массовой коммуникации);
- ♦ оценка защищенности выбранного сегмента от конкуренции, определение сильных и слабых сторон конкурентов и своих собственных преимуществ в конкурентной борьбе.

Сегментация рынка может проводиться с использованием различных критериев. Основные критерии сегментации рынка товаров народного потребления: географические, демографические, социально-экономические, психографические.

К *географическим критериям* относятся; масштаб региона, плотность и численность населения, климатические условия, административное деление (город, село), удаленность от предприятия-производителя. Этот критерий был использован на практике раньше других, что связано с необходимостью определения пространства деятельности предприятия. Его применение особенно необходимо.

Демографические критерии — это возраст, пол, размер и жизненный цикл семьи, количество детей. Они применяются наиболее часто, что обусловлено их однозначностью, доступностью характеристик, а также наличием, как правило, между ними и спросом (объем продаж) существенной корреляционной связи. Поэтому, проводя сегментацию рынка по демографическому критерию, необходимо прежде всего ориентироваться на общность **специфических** запросов к качеству, ассортименту и цене со **стороны соответствующего** сегмента. В настоящее время по этому критерию **выделяют** такие группы потребителей, как дети, молодежь, лица среднего возраста, пожилые, пенсионеры, многодетные семьи. Очень часто демографические критерии применяются в комбинации.

Сегментация **по** *социально-экономическому критерию* **заключается** в выделении групп потребителей по общности социальной **и** профессиональной принадлежности, уровню образования, уровню доходов. Все эти переменные рекомендуется рассматривать во взаимосвязи друг с другом или с переменными других критериев, например демографических. В этом отношении заслуживает внимания объединение выделенных групп по доходу **с** группами по возрасту, в том числе глав семьи.

Рассмотренные три группы критериев представляют собой общие объективные критерии сегментации рынка. Однако довольно часто однородные по общим объективным критериям сегменты оказываются значительно дифференцированы с точки зрения их поведения на рынке. Так, данные о переписи населения **содержат** полезные сведения о группах населения, но не объясняют причин, по которым товары находят свои собственные «ниши» на рынке, привлекая к себе какую-то часть покупателей. Очевидно, что применения одних объективных критериев явно недостаточно.

В этих случаях используют субъективные специфические критерии описания потребителей. Эти критерии связаны со **спецификой** рассматриваемого рынка и конкретной ситуацией на нем, с субъек тивной оценкой покупателем

того или иного продукта. Один и **тот** же человек может купить недорогой телевизор, но курить самые дорогие сигареты. Владелец дорогого автомобиля может носить недорогую одежду.

Так, по мотивам совершения покупки выделяют группы потребителей с ориентацией на низкую цену, на долгий срок службы изделий, высокое качество, приверженность к определенной марке товара.

Сегментация служит базой для разработки **маркетинговой** программы (включая выбор вида товара, ценовую и рекламную политику, каналы сбыта), ориентированной на конкретные группы потребителей. Процесс сегментации проходит в несколько этапов:

- ♦ формирования критериев сегментации:
- ♦ выбора метода и осуществления сегментации рынка;
- ♦ интерпретации полученных сегментов;
- ♦ выбора целевых рыночных **сегментов;**
- ♦ позиционирования товара;
- ♦ разработки плана маркетинга.

В качестве единицы наблюдения для построения сегментации, как правило, используется отдельный индивидуум, если товар относится к предметам индивидуального использования, или семья, если исследуется товар общесемейного пользования.

Выбор единицы наблюдения критериев сегментации зависит от товара и фазы развития рынка, на котором осуществляется сегментация. На начальных этапах развития конкретного товарного рынка предприятие концентрирует усилия на уровне товара; с увеличением числа конкурентов предприятие вынуждено дифференцировать предложение. Начинается поиск сегментов для определения различий в предпочтениях у потребителей одного и того же товара. Сегменты могут быть сформированы на основе предпочтений различных свойств товара. Следовательно, с развитием товарного рынка повышается степень необходимости выделения отдельных сегментов, а также повышаются требования к обоснованности выбора критериев сегментации.

На этапе формирования критериев сегментации рынка необходимо прежде всего ответить на вопросы: кто является основными потребителями товара и в чем их сходство и различие?

Контингент основных покупателей определяется на основе анализа демографических и социально-экономических характеристик, делается попытка связать интенсивность приобретения товара с определенными показателями.

Для определения потребительских предпочтений применяются три группы оценок: альтернативные, прямые балльные и относительные. Структура потребительских предпочтений относительно изделий-аналогов, выпускаемых различными предприятиями, определяется с помощью *альтернативных* оценок. Эти оценки основываются на подсчете положительной и отрицательной реакции населения на каждый оцениваемый товар («нравится—не нравится», «да—нет» и

т.д.). Определение той же структуры с помощью *балльных* оценок проводится по соответствующей шкале, например пятибалльной, десятибалльной.

При использовании *относительных* оценок определяется степень соответствия изучаемых изделий запросам потребителей по следующей шкале возможных вариантов ответов: соответствует полностью, соответствует в основном, соответствует частично, не соответствует (изделие может быть оценено как очень хорошее, хорошее, среднее, плохое). Наряду с оценкой соответствия каждого изделия может проводиться оценка важнейших параметров товара,

поскольку набор заданных параметров изделия по-разному воспринимается различными потребителями.

Выявление потребительских опенок изучаемого ассортимента товаров позволит получить комплексную информацию о степени его соответствия требованиям различных групп потребителей.

20.3 Определяющая роль производства продукции в удовлетворении потребностей общества

Производство — это центральное звено предприятия, **в** котором создается конечный продукт, обладающий заданными потребительскими свойствами.

Производственный процесс — совокупность отдельных процессов, осуществляемых для получения из сырья, материалов, полуфабрикатов, комплектующих изделий продукции, предназначенной для удовлетворения общественных потребностей **и** получения прибыли.

Определяющая роль производства продукции, товаров, услуг состоит в наиболее полном удовлетворении потребностей общества **в** высококачественных средствах производства, предметах потребления и других экономических благах жизнеобеспечения. Нормально развивающееся производство должно получать достаточную прибыль, повышать материальное благосостояние работников.

Решая проблему выпуска продукции, производство одновременно решает проблему развития социальной сферы.

К социальной сфере принято относить виды экономической деятельности, непосредственно связанные и касающиеся образа жизни людей, потребления населением **материальных и** духовных благ, удовлетворения запросов человека, семьи, коллектива и общества в целом. Это учреждения культуры, медицины, искусства, науки, образования и т.д., для которых производство создает материально-техническую базу.

Возрастает объем потребления продукции более высокого качества, что подталкивает производство к увеличению объемов выпуска изделий, обладающих **повышенными** потребительскими свойствами. Таким образом, потребление стимулирует превращение простого производства в расширенное.

К основным факторам непрерывно повторяющегося процесса воспроизводства материальных благ относятся: рабочая сила (труд), основные производственные фонды (основной капитал), материальные ресурсы (оборотный капитал), научно-информационный потенциал.

Подбор кадров — одна из главных проблем успешной работы предприятия. От качества их работы зависит его судьба. Правильный подбор сотрудников может создать благоприятные отношения между руководителем и коллективом.

20.4 И н с т р у м е н т ы м а р к е т и н г а

К главным инструментам маркетинга относятся учет, прогнозирование спроса, анализ конъюнктуры рынка, реклама.

Учет — это система регистрации данных, используемая для отражения хозяйственной деятельности в целях получения массива информации для эффективной организации процесса управления. Существуют три основных вида учета: оперативный, бухгалтерский и статистический.

Прогнозирование спроса — форма научного предвидения, результат специального исследования перспектив. Прогнозирование может быть пассивным (описание, слежение, мониторинг) и активным. Активное прогнозирование включает программу практических действий для достижения определенных, заранее поставленных целей. Прогнозирование помогает вырабатывать рекомендации, например, для разработки продукции, исследования рынка, установления цен, развертывания службы сервиса, повышения эффективности управления. По времени упреждения будущих событий прогнозирование подразделяют на краткосрочное, среднесрочное, долгосрочное и сверхдолгосрочное (рассчитанное на длительную перспективу).

Анализ конъюнктуры рынка — анализ сложившихся в определенный период и в конкретном месте — регионе — социально- экономических, торгово-организационных и других условий реализации продукции.

Успех фирмы утверждается высоким качеством продукции и услуг, постоянным их совершенствованием и обновлением, установлением научно обоснованных цен, работой с заказчиками, поставщиками и потребителями продукции.

Реклама — это комплекс средств и приемов, направленных для достижения конечной цели — реализации товаров и услуг и создания спроса на них. Она предполагает установление контакта между продавцом и

потенциальным покупателем предлагаемой продукции в целях побуждения последнего приобрести эту продукцию. Реклама продукции имеет четкие цели: создание и расширение рынка сбыта продукции, создание имиджа предприятия, повышение уровня собственной организации производства (внутрифирменная реклама). Для реализации этих целей **подбираются** соответствующие способы воздействия на клиента.

Реклама должна доносить до потенциального покупателя аргументы в пользу продукции, убеждать в необходимости ее приобретения и использования, подтверждать верность **решения** о приобретении именно данного продукта. Наиболее распространенные способы рекламы: прямая почтовая реклама, лично вручаемые информационные письма, листовки на переговорах **и** презентациях; выступления на семинарах, личные посещения руководителей и специалистов предприятий; реклама в прессе, по радио и телевидению.

Реклама решает не только торговую задачу. Она строит фундамент уважения и доверия не только к фирме, но и к стране, которую представляет. Никакая реклама не поможет продать продукцию вторично, если в первый раз она обманула ожидания покупателя. В этом случае чем больше размах рекламной работы, тем больше убытки.

Для того чтобы реклама имела успех, она должна быть правдивой, соответствовать действительности и выделять только те качества и достоинства, которыми обладает рекламируемый товар.

Выводы

1. В условиях рыночной экономики маркетинг представляет собой систему организации деятельности предприятия по разработке, производству и сбыту продукции. Основополагающие принципы в его деятельности — производить то, что продается, а не продавать то, что производится. В результате производство продукции предприятия перестраивается в соответствии со спросом на нее.

2. Успех на рынке может быть достигнут только в том случае, если предприятие изучает рынок, спрос, вкус и желания потребителей, выпускает товары, пользующиеся спросом, воздействует на рынок и спрос в своих интересах.

3. Промышленное производство материализует научные разработки, занимается воспроизводством материальных и духовных благ. Его задача — наиболее полное удовлетворение потребностей человека и общества в целом высококачественными орудиями, предметами труда и предметами потребления.

4. Эффективная работа производства обеспечивается высоким техническим уровнем производства, организацией производства и труда, подбором, расстановкой, воспитанием и повышением квалификации кадров,

высокой производственной, трудовой и исполнительской дисциплиной работников.

5. Весьма важен выбор партнеров и компаньонов. Недооценка их личностных, потенциальных и коллективистских качеств в предпринимательстве может привести к краху дела, фирмы, к потере авторитета или проблемам с Уголовным кодексом.

6. Большое значение для эффективности производства имеют информационные ресурсы. Своевременное использование данных научной, технической информации и прогнозирования помогает разрабатывать технологические конструкции изделий, изготовляемых в производстве, сертифицировать их и организовывать сбыт на отечественном и международном рынках.

7. Особая роль в повышении эффективности производства отводится новейшим технологиям, позволяющим снижать трудоемкость обработки продукции, себестоимость изделий, повышать производительность труда и качество выпускаемой продукции.

8. Производство регулирует потребление продукции. Нельзя потреблять товаров, благ и услуг больше, чем произведено.

Вопросы для самоконтроля

1. Раскройте понятие социально-экономической сущности и содержания маркетинга.
2. Какие факторы определяют поведение потребителей на рынке?
3. В чем заключается сегментация рынка?
4. Какое влияние оказывают кадры, компаньоны, партнеры дела на его эффективность?
5. Какую роль играют основные производственные фонды в предпринимательской деятельности? Какова роль предметов труда в осуществлении предпринимательской деятельности?
6. Как сказываются техника, технология и организация производства на эффективности производства?
7. Какая связь существует между производством и потреблением?

Глава

21 Снабжение и логистика на предприятии

21.1 Организация материально-технического обеспечения на предприятии

Материально-техническое обеспечение (МТО) представляет собой вид коммерческой деятельности по обеспечению материально-техническими ресурсами процесса производства, осуществляемой, как правило, до начала производства. Основная цель МТО — доведение материальных ресурсов до конкретных производственных предприятий в заранее определенное договором место потребления.

Функции МТО классифицируются на основные и вспомогательные, которые в свою очередь делятся на коммерческие и технологические.

К *основным коммерческим функциям* относятся непосредственная покупка и аренда материальных ресурсов промышленными предприятиями, сопровождаемая изменением формы стоимости.

Вспомогательные коммерческие функции — это маркетинговые и юридические. Маркетинговые функции включают вопросы определения и выбора конкретных поставщиков материальных ресурсов. В ряде случаев в качестве поставщиков могут выступать посреднические структуры. Юридические функции связаны с правовым обеспечением и защитой прав собственности, подготовкой и ведением деловых переговоров, юридическим оформлением сделок и контролем за их исполнением.

Технологические функции включают вопросы доставки и хранения материальных ресурсов. Им предшествует ряд вспомогательных функций по распаковке, расконсервации, заготовке и предварительной обработке.

Потребляемые материальные ресурсы на промышленных предприятиях можно разделить на основные и вспомогательные. К *основным* относятся сырьевые материалы, не прошедшие первичной обработки. Исходные материалы, прошедшие небольшую степень обработки, и предварительно смонтированные детали, составляющие значительную часть конечного продукта, относят к полуфабрикатам. Их закупка не отличается от закупок обычного сырья и материалов.

Вспомогательные материалы занимают обычно небольшую часть в составе конечного продукта. К ним можно отнести всевозможные металлические изделия, проволоку, монтажные болты и др.

Существует и группа *производственных* материалов, которые обеспечивают ввод в эксплуатацию машин и оборудования. К ним относятся различного рода горюче-смазочные материалы, охлаждающая жидкость, электроэнергия и др.

К числу *комплектующих* изделий относятся продукты, которые не требуют дополнительной обработки.

Различные виды материальных ресурсов представлены на рис. 21.1.

Исходные материалы

Сырье и материалы

Сырье
Полуфабрикаты
Вспомогательные материалы

Энергия
Прочие материалы
Комплектующие изделия

Рис. ***21.1. Классификацияматериалов***

Напомним, что в зависимости от системы обеспечения и особенностей движения материальных ресурсов от поставщиков к потребителям различают транзитную и складскую формы материально-технического обеспечения.

МТО предприятий направлено на обеспечение сокращения издержек производства и создание условий для бесперебойного процесса производства. Оно предполагает решение следующих задач:

- ♦ обеспечение доставки материалов на каждое рабочее место;
- • поддержание запасов на предприятии на оптимальном уровне.

Решение этих задач требует применения логистических подходов.

Логистика охватывает все виды деятельности по перемещению материальных ресурсов во времени и в пространстве. Функции логистики реализуются на всех стадиях производства и движения материальных ресурсов. Поэтому разделяют логистику производства, снабжения и сбыта. *Логистика снабжения и сбыта* охватывает не вопросы внутрипроизводственного перемещения материалов, а в значительной мере движение материальных ресурсов вне предприятия. Поэтому функции логистики тесно переплетаются с другими функциями по обеспечению движения материальных потоков.

Логистика *выполняет комплексную функцию и представляет собой самостоятельную область, охватывающую проблемы физического перемещения материальных ресурсов во времени и в пространстве на всехстадияхдеятельности предприятия.*

Организация МТО — это организация системы обеспечения производственного предприятия материально-техническими ресурсами.

Каждая организационная структура материально-технического обеспечения промышленного предприятия имеет в составе инфраструктуру снабжения и организационную структуру управления МТО. Рассмотрим каждую из этих составляющих.

Инфраструктура **МТО** включает подразделения складского, транспортного и заготовительного хозяйства. На отдельных предприятиях могут быть также подразделения по переработке отходов производства и **тарного** хозяйства.

Складское хозяйство — это основное структурное подразделение службы МТО предприятия. Его собственная организационная структура устанавливается в зависимости от производственной структуры самого предприятия. Поэтому состав складского хозяйства может быть представлен сетью общезаводских складов или складами отдельных производств, сетью цеховых складов и складских участков на крупных специализированных участках.

По выполняемым функциям склады на промышленных **предприятиях** могут быть материальными, производственными, сбытовыми и прочими специшшзированными складами.

Материальные склады, или склады материально-технического обеспечения, в основном предназначены для осуществления складских операций со всеми поступающими материально-техническими ресурсами. Это могут быть сырье, материалы, полуфабрикаты, комплектующие изделия и др.

Производственные склады предназначены для осуществления складских операций с материалами собственного производства. Это могут быть склады для размещения собственного оборудования и инструментов.

Сбытовые склады предназначены для размещения готовой продукции **предприятия.**

Прочие специализированные склады на предприятии предназначены **для** осуществления складских операций с материалами специального назначения.

Общезаводские склады могут быть разделены также и по уровню специализации. Для специальных материалов, преимущественно одного назначения, создаются специализированные склады, для многономенклатурных материалов — универсальные.

Склады могут быть устроены под стеллажное и штабельное хранение материалов или их сочетание. По устройству склады можно разделить на закрытые, открытые площадки и навесы (полузакрытые).

В целом структура складское хозяйства на промышленных предприятиях может обусловливаться: отраслевым характером производства, масштабом и размером предприятия, масштабами и типом производства, а также организацией производства и управления.

Структура складов МТО на промышленных предприятиях характеризуется также номенклатурой хранимых материалов, объемами,

функциональным назначением, потребительскими свойствами и особенностями их производственного потребления.

Для выполнения технологических функций по предварительной обработке материалов, заготовке и подготовке продукции к производственному потреблению на промышленных предприятиях создается *заготовительное хозяйство,* которое входит в организационную структуру службы МТО предприятия.

Таким образом, МТО предприятия материальными ресурсами включает выполнение следующих функций:

- ♦ заготовку и доставку материалов;
- ♦ складирование и обеспечение их сохранности;
- ♦ обработку и подготовку материалов к производственному потреблению;
- ♦ управление МТО.

21.2 Организационная структура материально-технического обеспечения

В основу определения организационной структуры управления МТО должны быть положены принципы, которые обеспечивают весь спектр функций управления совокупностью подразделений. Это прежде всего малозвенность в управлении, гибкость, эффективная система связи, принцип единоначалия и четкое разграничение функций.

Существуют три формы организации управления МТО: централизованная, децентрализованная и смешанная.

Централизованная система управления предусматривает сосредоточение функций в пределах единой службы МТО, которая обусловлена территориальной целостностью предприятия, производственным единством предприятия и относительно узкой номенклатурой потребляемых материалов.

Децентрализованная система управления предусматривает рассредоточение функций, что обусловлено территориальной разобщенностью предприятия, производственной самостоятельностью подразделений и относительно широкой номенклатурой материалов.

Смешанная система **МТО** объединяет обе приведенные выше структуры.

На промышленных предприятиях существуют различные схемы организационного построения службы МТО. Систематизация этих структур позволяет выделить наиболее типичные: функциональная, по товарному принципу и комбинированная.

Функциональная структура управления **МТО** предусматривает специализацию отдельных подразделений на выполнение конкретных функций.

Такая структура приемлема в основном для предприятий с единичным и мелкосерийным типом производства, относительно узкой номенклатурой и небольшими объемами потребляемых материалов и выпускаемой продукции.

Структура управления по товарному принципу предусматривает специализацию отдельных подразделений службы **МТО** на выполнение всего комплекса работ по обеспечению предприятия определенными видами материальных ресурсов. *Товарная специализация* отдельных подразделений службы МТО предусматривает выполнение всего комплекса функций по обеспечению предприятия определенными видами материальных ресурсов. Товарная специализация характерна для предприятий с крупносерийным и массовым типом производства, относительно широкой номенклатурой **и** большими объемами потребляемых материалов и выпускаемой продукции.

И, наконец, *комбинированная* структура управления МТО предусматривает определенные подразделения предприятия, в которых весь спектр функций осуществляют закрепленные за ними группы специалистов по материальным ресурсам, **а** также осуществляются все функции внешнего ресурсообеспечения.

Другие структурные подразделения, такие, как отдел главного механика, отдел главного энергетика и т.д., осуществляют все функции внутрипроизводственного перемещения в части закрепленных за ними материалов в силу специализации этих подразделений.

Складское хозяйство, как правило, специ&тизировано по видам материалов и находится под централизованным или **децентрализо**ванным управлением в общей системе функциональных связей с другими подразделениями промышленного предприятия.

21.3 Планирование материально-технического обеспечения

Планирование МТО предприятия является основанием для принятия решения о закупке материальных ресурсов. При организации закупки материальных ресурсов на предприятиях необходимо определять потребность в материальных ресурсах по специфицированной номенклатуре на плановый период.

Процесс планирования предусматривает следующие этапы: исследование рынка сырья и материалов, определение потребности предприятия по всей номенклатуре потребляемых материалов, составление плана закупок материалов и стоимостный анализ заготовительного предприятия.

Исследование рынка сырья и материалов — один из элементов планирования МТО предприятия. Изучение рынка сырья и материалов

предполагает систематические сбор, обработку, анализ и оценку информации о предложении конкретных видов материалов, ассортименте и ценах на сырье, материалы, топливо и полуфабрикаты. При исследовании рынка сырья и материалов предприятие должно дать количественную оценку предложений необходимых ему материальных ресурсов в ассортименте и по предлагаемым ценам. Важное место в изучении этого рынка занимает анализ издержек по доставке материалов.

При анализе конкретных поставщиков сырья и материалов важная роль принадлежит информации о состоянии портфеля заказчика.

Исследование рынка сырья и материалов носит стратегический характер, поскольку решается вопрос о закупке материальных ресурсов. Вырабатывая стратегию снабжения, предприятие сравнивает собственные расходы на производство необходимых деталей с ценой аналогичных деталей у поставщика.

Определение потребности в материальных ресурсах — центральное звено в планировании материально-технического снабжения предприятия. Потребность в материальных ресурсах складывается из потребности в ресурсах на основное производство, на создание и поддержание переходящих запасов на конец планового периода и потребности на другие виды хозяйственной деятельности, включая и непроизводственную.

При расчете потребности в материальных ресурсах необходимо учитывать наличие средств для их покрытия. Источники покрытия могут быть собственными или заемными. Потребность в материальных ресурсах планируется по всей номенклатуре материалов в стоимостном и натуральном выражении. Объемы и сроки поставок материалов на предприятие обусловливаются режимом их производственного потребления, созданием и поддержанием необходимого уровня производственных запасов.

Объем требуемых материальных ресурсов складывается из потребности в материалах, необходимых для внедрения новой техники, для изготовления оснастки и инструмента, на эксплуатационные и технологические нужды, на создание необходимого задела незавершенного производства и на образование переходящих запасов. Потребность в материальных ресурсах определяется на основе баланса МТО предприятия с учетом остатков и внутренних источников обеспечения.

Определение потребности в материальных ресурсах можно осуществить тремя методами: детерминированным — на основе планов производства и нормативов расхода; стохастическим — на основе вероятностного прогноза с учетом потребностей за прошлые периоды; оценочным — на основе опытно-статистической оценки. Выбор метода зависит от особенностей материальных ресурсов, условий их потребления и наличия соответствующих данных для проведения необходимых расчетов.

Наиболее распространен метод прямого счета, основанный на программе выпуска продукции и нормах расхода материалов на единицу выпускаемой продукции. Его называют *поиздельным.* Расчеты при этом методе производятся по формуле

где Р — общая потребность в материале;

$Н_{,,}$ — норма расхода на изделие;

$П_{,,}$ — программа производства данного изделия.

Статистические методы определения потребности в материальных ресурсах основываются на использовании данных о фактическом расходе материальных ресурсов за прошлые периоды с учетом изменения структуры и объемов производства, а также норм расходов ресурсов, обусловленных использованием новой техники и совершенствованием организации производства. Потребность в материальных ресурсах определяется по формуле

г*jiP„*.Р^р плановая потребность и фактический расход материальных ресурсов соответственно в планируемом и прошлом периодах;

Хцр, $К_{п}$ — коэффициенты динамических изменений соответственно производственной программы и расхода материальных ресурсов.

Этот метод применяется преимущественно при значительной номенклатуре материальных ресурсов и относительно небольших расходах.

Баланс материально-технического обеспечения предприятия включает потребность в материалах на:

- производство продукции (/'ц);
- внедрение новой техники t!',., i:
- ремонтно-эксплуатационные нужды(/р>);
- образование задела незавершенного производства! /■',.):
- образование переходящих запасов (!\).

Источниками покрытия этой потребности могут быть:

- ожидаемые остатки на начало планового периодам.')..,;);
- материалы в незавершенном производстве на начало планового периода ($М_{н,,}$);
- мобилизация внутренних ресурсов {$М_{И[}$,};
- приобретение и завоз материалов со стороны { \)

Таким образом, материальный баланс можно представить в следующем виде:

Приведенный баланс МТО служит инструментом логистического управления движением материальных ресурсов на промышленных предприятиях.

21.4 У с л о в и я п о с т а в о к м а т е р и а л ь н ы х р е с у р с о в и к о м м у н и к а ц и и в о б л а с т и с н а б ж е н и я

Политика в отношении условий поставок охватывает вопросы, связанные с формой оплаты поставленной продукции, предоставлением различного рода скидок, кредита и др.

Условия поставок оговариваются в контракте (договоре) между поставщиком и покупателем. В зависимости от вида товара и метода закупки выделяют договоры купли-продажи, аренды, найма, предоставления в пользование на возмездной основе и др. Юридические формы контрактов регулируются положениями Гражданского кодекса.

В соответствии с договором поставщик обязан упаковать продукцию, нести коммерческий риск и расходы по транспортировке до места передачи продукции покупателю. Покупатель должен принять прибывшую в его адрес продукцию, оплатить стоимость продукции и нести все расходы и риски, которым может подвергнуться продукция после передачи ее покупателю.

Цена на поставляемую продукцию устанавливается договором. При установлении цены учитываются особенности поставок. В случаях, когда поставка материалов осуществляется на склад покупателя, в цену договора включаются транспортные расходы и расходы по страхованию груза. Если поставка осуществляется со склада поставщика, то цена, установленная договором, учитывает только ее стоимость.

Цена на перевозку может быть жестко установленной или скользящей. При жестко установленной фиксированной цене **в** договоре покупатель оплачивает только эту цену и не может требовать ее пересмотра. Если в момент заключения договора трудно **установить** цену по согласованию сторон, она может быть пересмотрена, т.е. цена подвержена рыночным воздействиям. В разделе особых условий договора указываются способы определения **скользящей** цены с учетом инфляционных процессов.

При поставках продукции учитывается **и** цена упаковки. Стоимость упаковки устанавливается договором. Если продукция поступила с нарушенной упаковкой, то ответственность несет перевозчик, о чем составляется коммерческий акт на возмещение причиненных убытков.

Приемку поступившей продукции от транспортных предприятий осуществляет получатель, при этом проверяется исправность пломб, техническое состояние транспорта, наличие исправной упаковки и маркировки. Об исправности поступившей продукции **(по** качеству и количеству) грузополучатель расписывается **в** книге выдачи грузов. Поступившие на склад

получателя товарно- материальные ценности размещаются по местам хранения в соответствии с их назначением.

Для предотвращения затоваривания складов **поступающими товарами** в зарубежной практике существуют договоры на хранение поставляемых товаров на складе поставщика, консигнационный склад и система поставок «точно в срок».

Договор на хранение товаров на **складе поставщика предполагает** выполнение поставщиком обязательств по сохранению на своих складах оговоренного уровня складских запасов и направление их в адрес покупателя по мере высвобождения у него **складских** площадей.

Складские помещения могут также располагаться на территории покупателя или в непосредственной близости от нее. Такие склады называются *консигнационными.* Покупатель может забрать свой **товар** с этих складов в удобное для него время.

Поставка «точно в срок» относится к внутрихозяйственным проблемам поставщика. Оговаривается обязанность поставщика осуществлять поставки в определенных количествах по заранее установленному графику, что позволяет заказчику не накапливать запасы у себя на складах, а получать их по мере необходимости.

С помощью политики коммуникаций в области снабжения устанавливаются контакты с существующими и потенциальными поставщиками по вопросам заключения договоров о поставках продукции.

В области снабжения различают следующие виды коммуникаций: прямая коммуникация, стимулирование расширения снабженческих операций, реклама в средствах массовой информации и работа с общественностью (паблик рилейшнз).

В снабжении наиболее распространен метод *прямой коммуникации.* С его помощью устанавливаются прямые контакты с заранее известными потенциальными поставщиками продукции. В этих случаях широко используется различная информация, которая может быть получена из справочников, каталогов, периодических изданий и через интернет.

Стимулирование снабженческих операций, реклама в средствах массовой информации и *работа с общественностью* позволяют покупателю обратиться к неизвестному кругу поставщиков и установить с ними контакты для последующего обмена информацией.

21.5 Коммерческая логистика

Коммерческая логистика представляет собой самостоятельное научное направление, направленное на минимизацию транспортных издержек и рационализацию транспортных потоков. Ее практическое применение обеспечивается созданием логистических систем.

Логистику можно рассмотреть как *процесс управления продвижением материальных ресурсов.* На этом пути совершается множество логистических операций, связанных с материально-техническим снабжением, производством и сбытом готовой продукции. Логистику здесь можно подразделить на заготовительную, внутрипроизводственную и распределительную.

Логистику можно также подразделить на материальную или транспортно-складскую, информационную, финансовую и кадровую.

Сфера приложения в предпринимательской деятельности придает логистике преимущественно отраслевой характер.

Остановимся подробнее на содержании логистики. В настоящее время *логистика* рассматривается как **эффективное** управление материальными потоками **в** сфере **производства** и обращения.

В сфере материально-технического снабжения основу логистического потока составляют: **транспортные** средства, **погрузо-** разгрузочные механизмы, весовое хозяйство, **складские** сооружения, средства связи и передачи информации. Связи между отдельными элементами логистики складываются **в** логистические **цепи.** Логистическая цепь представляет собой совокупность лиц, участвующих в логистической операции. Поставщики, потребители, посредники и перевозчики создают логистический канал.

Параметрами логистической цепи являются *организационный коэффициент звенности* (который показывает, сколько раз **продавалась** та или иная продукция) и *складской коэффициент звенности* (свидетельствующий о количестве совершенных **перевалок** на **пути** следования груза).

Существующие методы и средства логистического управления **в** совокупности составляют *логистическую инфраструктуру товарного рынка.* К субъектам ее относятся **транспортные** и **складские** предприятия и коммерческие посредники. Они непосредственно или косвенно предопределяют материальные потоки в сфере обращения при установлении хозяйственных связей и выборе способа доставки материалов в адрес конкретных потребителей.

В силу своей целевой ориентации коммерческая логистика использует маркетинг в целях беспрепятственного продвижения материальных потоков непосредственно **до** каждого потребителя. Для согласования интересов материально технического снабжения, производства и сбыта необходимо формирование *общей логистической концепции,* на основе которой осуществляются анализ состояния внешней экономической среды, установление темпов развития потребительского спроса и состояния конкуренции на рынке товаров.

При соответствующей проработке и реализации **логистическая** концепция приводит к конкретным экономическим **результатам** по сокращению производственного цикла, уменьшению запасов материальных ресурсов и готовой продукции, усилению инвестиционных процессов и повышению конкурентоспособности на рынке товаров.

Затраты на выполнение логистических операций формируют логистические издержки, которые **представляют** собой сумму издержек обращения и части издержек производства **(затраты** на **тару,**

упаковку, траспортно-складские работы и т.д.). Затраты на логистику могут быть исчислены в процентах суммы продаж, в расчете на единицу массы сырья, материалов и готовой продукции.

Эффективность логистической системы определяется набором показателей, характеризующих качество работы системы при заданном уровне логистических издержек. С точки зрения потребителей эффективность логистической системы можно определить двумя показателями: качеством и ценой обслуживания, которые характеризуют логистические издержки. Вместе с тем качество обслуживания как

синтезирующий, совокупный показатель можно определить исходя из следующих критериев: доставки продукции потребителю в установленный срок, обеспечения высокого уровня технического обслуживания и выполнения заказа в установленное время.

При оптимизации транспортных издержек следует учитывать совокупные издержки не только на приобретение и транспортировку, но и связанные с поиском продукции на рынке и установлением хозяйственных связей с изготовителем. Такие издержки называются *трансакционными;* они включают затраты на поиск информации, ведение переговоров и заключение контракта и затраты по соблюдению условий контракта. Наличие больших трансакционных издержек побуждает потребителя изыскивать организационные и технические средства по их сокращению. К сокращению трансак- ционных издержек приводит формирование логистических структур при организации процесса товародвижения.

21.6 Методы планирования в снабжении и логистике

Создание запасов материальных ресурсов — ключевой вопрос планирования МТО, поэтому находится под постоянным контролем работников снабжения.

При принятии решений о доставке материалов, организации складирования или осуществления новых закупок важно знать назначение запасов, их положительные и отрицательные стороны.

Управление запасами может усложниться в связи с быстро меняющейся рыночной обстановкой. Складские запасы всегда могут быть либо завышенными, либо слишком малыми, либо не соответствующими требуемому ассортименту. Однако известно, что излишние запасы сопряжены со значительными издержками по их хранению и переработке.

Существует множество различных систем управления запасами, применение которых направлено на сокращение расходов по хранению и переработке запасов. Зарубежная практика (японская, американская) целиком полагается на разработку системы планирования, построенной на определении потребности в сырье и материалах. Применение в Японии системы «канбан» изменило отношение производителей ко всем формам складирования. В основе этой системы лежит точная и своевременная информация по всем направлениям деятельности участников товародвижения. Современные компьютерные программы позволяют широко автоматизировать процесс закупок и контроля за состоянием запасов.

Основные расходы, связанные с хранением и содержанием запасов, включают: стоимость по хранению и аренде складских помещений, стоимость складского оборудования, расходы, связанные с хранением материалов на складе,

оплату обслуживающего персонала и эксплуатационные расходы, расходы по страховке материальных ценностей и др. Общие складские издержки достигают значительных размеров и составляют порядка 25—50% стоимости хранимых материалов.

Существует множество методов планирования и закупок, и поставок продукции.

Рассмотрим *модель фиксированного объема поставок.* Следует ответить на вопрос, нести ли дополнительные расходы по содержанию запасов на складе либо сократить эти расходы путем увеличения частоты поставок, но меньшими партиями. Общая цель заключается в сокращении годовых расходов на приобретение и содержание запасов на складе.

Пусть ежегодный спрос на материалы составит *Р* в течение определенного периода *Л* при цене материалов *С.* Расходы на оформление заказа равны *З,* процент расходов на содержание запасов — *К.*

Тогда общие расходы *М* на приобретение и хранение запасов на складе можно определить по формуле

$$M = PC + P3: Q + QKC: 2,$$ где *Q*—

фиксированный объем партии поставок.

Минимальный объем партии поставок можно определить по формуле

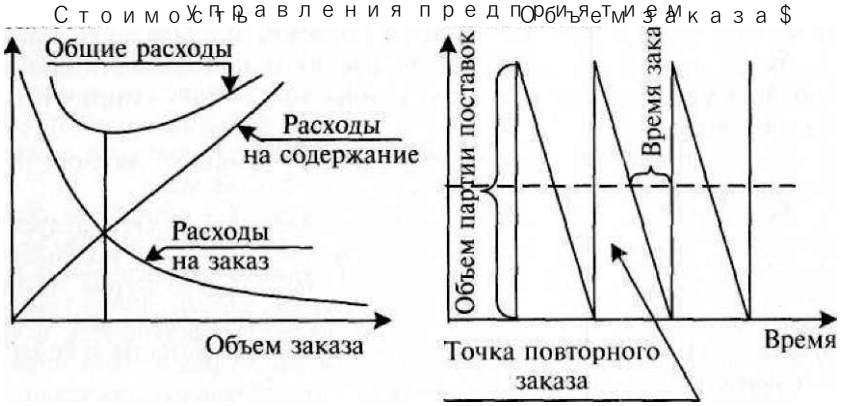
O J:n"i<c. **(21.2)**

Пример. Пусть ежегодный спрос *Р* = 900 изделий, стоимость доставки изделий С = 45 ед. на изделие, расходы на содержание изделий на складе (в процентах к стоимости изделия) /Г = 25%, расходы! на оформление заказа составили 50 ед. на заказ, время на поставку Л = 1 0 дней. Используя формулу (21.2), можно определить оптимальную партию поставок

На рис. 21.2, 21.3 показаны модели зависимости расходов от объема заказа и изменение уровня запасов от времени поступления. Период повторного заказа можно определить по формуле

$$П = Л \blacksquare Р: 250 = 10\text{-}900:250 = 36$$ дн..где

250 число рабочих дней в году.



21.2. Расходы на содержание и заказ *21.3. Модель при фиксированном запасе и объеме заказа*

21.7 Выбор поставщика

При создании устойчивой базы снабжения любого предприятия чрезвычайно важен выбор поставщика. Решение разместить заказ у конкретного поставщика зависит от ряда факторов. Поставщик должен удовлетворять по качеству и объему поставляемой продукции, условиям доставки продукции, цене и уровню обслуживания. Немаловажным при выборе предприятием поставщика является его техническое состояние, развитость инфраструктуры, финансовое положение, трудовые отношения и местонахождение.

Решения о выборе поставщика можно рассматривать как выбор в условиях неопределенности, что сопряжено с достаточно высоким риском. Риск будет возрастать при закупке неизвестных сырья, изделий или

оборудования. Поэтому следует обращаться к дополнительным источникам информации. Это могут быть каталоги, торговые журналы, различного рода рекламные объявления и использование интернета.

Оценка поставщиков требует непрерывного отслеживания их деятельности. Обычно предприятия-заказчики разбивают существующих поставщиков на две группы. В первую входят новые поставщики, надежность которых еще не проверена. Вторую группу составляют поставщики, уже зарекомендовавшие себя в прошлые годы. Эти поставщики постоянно оцениваются с формальных и неформальных позиций. Неформальная оценка включает оценку личных контактов с поставщиком и сотрудниками сто подразделений. Заказчик аккумулирует всю информацию о поставщике; особенно важно бывает установить личные контакты с отделом закупок.

Многие предприятия проводят рейтинги поставщиков с балльной оценкой по каждому фактору. Хорошие результаты деятельно - сти поставщика могут быть вознаграждены дополнительными заказами, в то время как слабые поставщики могут получить сниженные объемы заказа или от их услуг можно отказаться.

Большинство предприятий наблюдают за **деятельностью** основных поставщиков гораздо внимательнее, чем за деятельностью второстепенных. Для деления поставщиков на категории аналогично делению запасов по объемам и иене закупаемых партий материалов используется модель АВС. Цель такого деления заключается в том, чтобы оценить каждую категорию по соответствующей схеме оценки.

Важна также оценка деятельности потенциальных поставщиков, но для этого часто необходимы значительные затраты времени и средств. При оценке потенциальных поставщиков наиболее важны их технические и инженерные возможности, производственный и финансовый план и способность эффективно управлять производством.

При оценке потенциального поставщика необходимо ответить на следующие вопросы: способен ли этот поставщик полностью удовлетворить потребности заказчика в краткосрочном и долгосрочном периоде.

Важна оценка финансовой стороны деятельности поставщика. В числе других показателей проверяются его кредитный рейтинг, структура капитала, рентабельность, оборотный капитал, состояние запасов, коэффициент ликвидности, доходность инвестиций и др. Все эти показатели характеризуют финансовую стабильность и конкурентоспособность продукции поставщика.

Кроме указанных факторов, которые следует учитывать при выборе поставщиков, важно и то, у кого покупать продукцию: у производителей или у дистрибьюторов. Для принятия этого решения нужно исследовать финансовое состояние, сложившуюся **репута**цию, качество поставляемой продукции и обслуживания, надежность поставок и обоснованность цены. Все эти факторы следует учитывать при выборе дополнительных источников снабжения.

Зыводы

1. При организации МТО предприятий в условиях рыночных преобразований широко используются логистические подходы. Главная часть инфраструктуры процесса снабжения — складское хозяйство.

2. Одним из основных вопросов организационной структуры управления МТО по функциям и товарному принципу является определение потребности в материальных ресурсах. Для определения материальных ресурсов применяются различные методы.

3. Основное преимущество коммерческой логистики состоит в том, что использование логистического метода в снабжении позволяет минимизировать транспортные издержки при рационализации процесса снабжения.

4. Особый интерес представляют методы планирования в снабжении и логистике: модели по определению партии поставок продукции, минимизации расходов на содержание запасов.

5. Выбирая поставщика при организации закупок материальных ресурсов, следует соблюдать основные принципы, что является гарантией надежности и эффективности организации процесса снабжения материальными ресурсами.

вопросы для самоконтроля

1. Дайте определение понятия системы материально-технического обеспечения.

2. В чем выражается единство коммерческих и маркетинговых функций в системе МТО предприятия?

3. Оцените возможности использования транзитной и складской форм поставок.

4. Какие существуют организационные структуры МТО?

5. Какие существуют методы определения потребности в материальных ресурсах?

6. Каковы могут быть условия поставки материальных ресурсов?

7. Каковы основное содержание коммерческой логистики и связь с логистикой снабжения?

8. Какие вы знаете методы планирования в снабжении и логистике?

9. Какие существуют модели определения оптимальной партии поставок материалов?

10. Каковы основные принципы выбора поставщика при закупке (снабжении) материалов?

Термины и понятия к разделу IV

Аутосорсинг — освобождение от непрофильных активов **и** передача их на сторону или приобретение **в** качестве услуг функций, ранее составляющих внутреннюю функцию организационно-управленческой и финансово-хозяйственной деятельности (например, бухгалтерский учет своей производственно-хозяйственной деятельности сторонней организации на условиях контракта).

Бизнес-план — программа деятельности предприятия, план конкретных мер по достижению конкретных целей деятельно - сти компании, включающий оценку ожидаемых расходов и доходов. Разрабатывается на основе маркетинговых исследований (см. *Маркетинг).*

Информационная технология — автоматизированный процесс преобразования **информации в управлении** предприятием.

Контрольный пакет акций — доля общей стоимости (количества) акций, позволяющая их владельцам контролировать деятельность всего акционерного общества. Теоретически эта доля определяется в размере 51% всей суммы акций, практически — гораздо меньше.

Корпоративное управление — система управления, выражающая согласованную волю собственника имущества, менеджеров и трудового коллектива.

Маркетинг — комплексная система управления **деятельностью** предприятия по разработке, производству и сбыту продукции или предоставлению услуг на основе изучения рынка и активного воздействия на потребительский спрос.

Маркетинговая деятельность предприятия — комплексная система организации производства и сбыта продукции, ориентированная на удовлетворение потребностей конкретных потребителей и получение прибыли на основе исследования и прогнозирования рынка, изучения внутренней и внешней среды предприятия, разработки стратегии и тактики поведения на рынке с помощью маркетинговых программ.

Маркетинговая стратегия — комплекс мероприятий по разработке, производству и сбыту товаров (услуг) на основе запросов потребителей, направленный на максимизацию прибыли предприятия.

Персонал — личный состав организации или часть этого состава, представляющая собой группу по профессиональным или иным признакам.

Подбор кадров — процесс, включающий определение требований, которые предъявляет каждая должность к кандидатам на замещение, установление качеств личности кандидатов, отбор кандидатов, которые по своим качествам наиболее соответствуют требованиям должности, и назначение на должность.

Подготовка кадров — система образования, дающая знания, навыки и умения для выполнения работы в определенной области деятельности.

Позиционирование товара — выбор конкретного рынка и определение круга конкурентов организации. Изучив позиции конкурентов, организация решает, занять место, близкое к одной из позиций конкурентов, или попытаться заполнить выявленную на рынке нишу.

Право оперативного управления — право учреждения или казенного предприятия владеть, пользоваться и распоряжаться закреп - ленным за ним имуществом собственника в пределах, установленных законом, в соответствии с целями его деятельности, заданиями собственника и назначением имущества.

Право хозяйственного ведения — это право государственного или муниципального предприятия владеть, пользоваться и распоряжаться имуществом собственника в пределах, установленных законом или иными правовыми актами.

Прогнозирование — научно обоснованное предсказание вероятностного развития событий или явлений на будущее на основе статистических, социальных, экономических и других исследований.

Прямой маркетинг — форма маркетинга, которая подразумевает общение непосредственно, напрямую с покупателями.

Реинжиниринг — процесс фундаментального перепроектирования структуры организации для достижения существенных улучшений в таких ключевых для современного бизнеса показателях результативности, как затраты, качество, уровень обслуживания и оперативность.

Реклама — использование продавцом платных средств распространения информации для доведения увещевательных сведений о товарах, услугах или организациях; мощное средство стимулирования сбыта продукции.

Реструктуризация предприятий — изменения в управленческой, 'производственной и др. структурах предприятий в целях их адаптации к кардинально изменившимся условиям хозяйствования.

Свободная экономическая зона — часть территории государства, имеющая свободный режим **для инвестиций** иностранного капитала и **упрощенные таможенные** правила.

Сегмент рынка группа потребителей, одинаково реагирующих на один **и тот же** набор **побудительных** стимулов маркетинга.

Система показателей совокупность взаимосвязанных величин, всесторонне **отображающих** состояние и **развитие** данного субъекта или явления.

Стратегия (предприятия) — определенная конкретная **программа** предприятия, **в соответствии с** которой осуществляется ее деятельность, **дальнейшее совершенствование** и **управление.**

Стратегическое управление — одно **из** направлений менеджмента, главная **задача** которою **состой!** в выработке **генерального** курса долгосрочных (перспективных) целей **корпорации,** предприятия и разработке **конкретных программ** для их достижения. Стратегическое управление рассматривает **широкий** круг вопросов, связанных с проблемами управления компанией на стратегическом уровне.

Товарная стратегия - комплекс мероприятий, направленный на реализацию **маркетинговой** стратегии **организации; включает** в себя разработку товармо-марочной стратегии, новых товаров, коммерческое **производство в** соответствии **с** жизненным **циклом** товара, установление цен **на** товары, выбор каналов распространения товаров, продвижение товаров на рынок.

Управление процесс целенаправленного, систематического и непрерывного воздействия управляющей подсистемы на управляемую с помощью так называемых общих функций управления, образующих замкнутый и бесконечно повторяющийся управленческий цикл.

Управление маркетинговой стратегией — руководство лапами ее разработки и внедрения. Предполагает сбор информации и **ее** анализ; принятие **и** исполнение **решений;** наблюдение **за** результатами и исправление ошибок.

Управление персоналом — деятельность, **выполняемая** на предприятии, которая способствует наиболее **эффективному** использованию работников для достижения **организационных** и личных целей.

Управленческая информация — политическая, **экологическая,** социальная, техническая, **экономическая** и другие виды информации, которые образуют информационное пространство для принятия решения.

Экономическая информация — сведения о состоянии стадий общественного **воспроизводства: потребления,** производства, обмена, распределения и перераспределения.

Раздел V

Инновационная и инвестиционная деятельность предприятия

Глава 22. Факторы развития предприятия
Глава 23. Инновационная деятельность предприятия Глава 24. Инвестиционная деятельность предприятия Глава 25. Качество продукции и техническое регулирование Глава 26. Промышленное предприятие и окружающая среда

Глава

22 Факторы развития предприятия

22.1 Закономерности развития

Движение общественного продукта может быть представлено последовательной реализацией этапов наука—производство—распределение--обмен—потребление.

Согласно теории производственных факторов экономический рост системы любого уровня (от отдельного предприятия до народного хозяйства в целом) определяется будущими ресурсными возможностями и оптимальными решениями их использования. Но уже в настоящее время следует объективно признать: время неограниченных ресурсов прошло. Постоянно возникают проблемы их эффективного использования, решение которых потребовало вовлечения в общественное производство новых знаний.

Мировой опыт показывает, что устойчивое развитие производства в долгосрочном периоде в большей степени зависит не столько от реальных ресурсных возможностей, сколько от инновационного характера предпринимательства в этой сфере.

Сама предпринимательская деятельность по сути является **специфическим** фактором производства, соединяющим в процессе производства другие факторы в единую систему ради получения предпринимательского эффекта (максимизации прибыли или накопления капитала). Стратегические задачи развития формируют новые подходы к предпринимательству. Для их решения необходим предприниматель-новатор, действующий профессионально в условиях повышенных рисков, которые объективно возникают при внедрении новых знаний в сферу производства. Именно инновационные изменения создают основы экономического роста и перехода системы в новое качество. Таким образом, можно считать, что развитие — это инновационный по своему характеру экономический рост.

Структурными источниками экономического развития служат:

- развитие на основе факторов производства, которые характеризуются количеством и качеством природных и трудовых ресурсов;
- развитие на основе инвестиций (объем основного капитала);

- ♦ развитие на основе инновационной деятельности (новшества, нововведения).

В целом экономическое развитие может носить как экстенсивный, так и интенсивный характер.

Экстенсивный рост в условиях устойчивого спроса опирается на сложившуюся технологическую базу и консервативный менеджмент. Он возможен до тех пор, пока не будут исчерпаны ресурсные запасы и не начнется процесс удорожания ресурсов. С этого момента темпы экономического роста начинают все быстрее падать.

Интенсивное развитие базируется на кардинальных изменениях технологических параметров реального сектора, а также на продвижении прогрессивного менеджмента.

Исследования показывают, что на современном этапе развития мировой экономики на долю экстенсивных факторов (увеличения трудозатрат) приходится около одной трети экономического роста, а две трети определяется интенсивными факторами (повышением производительности труда).

На практике инвестиции и инновации тесно взаимосвязаны, так как инвестиции в новую технику формируют по сути дела инновационный процесс. Совокупный вклад инновационно-инвестиционной деятельности в экономическое развитие приближается к 50%.

Кроме главного инновационно-инвестиционного фактора, на темпы экономического развития влияют и другие факторы:

- ♦ повышение уровня образования и профессиональной подготовки;
- ♦ экономия, обусловленная масштабами производства;
- ♦ улучшение распределения ресурсов.

Повышение уровня образования и профессиональной подготовки определяется масштабами роста фондовооруженности (капиталовложения в новую технику) работника.

Экономия, обусловленная масштабами производства, связана с расширением рынков и предприятия, когда новые (более высокие) масштабы позволяют использовать более эффективные методы производства и менеджмента.

Улучшение распределения ресурсов означает приток рабочей силы и капитала из относительно низкоприбыльных в высокоприбыльные сферы производства, в результате чего возрастает средняя производительность труда в реальном секторе. В этом проявляется влияние рынка на экономическое развитие.

Вопросы экономического развития всегда будут зоной высокой активности государства. Рыночная экономика в принципе не застрахована от периодических спадов или замедления ее роста, и в этом случае антикризисная политика государства предусматривает ряд соответствующих мер:

- ♦ проведение денежной экспансии, которая повышает спрос на товары и услуги;

- ♦ кратковременное снижение процентных ставок, что **повышает** деловую предпринимательскую активность;
- ♦ снижение налоговых ставок, что также повышает как деловую активность, так и потребительский спрос;
- ♦ регулирование оптимальных пропорций между сбережениями и инвестициями;
- ♦ накопление государственных запасов, что означает ликвидацию дефицита бюджета и стабилизацию курса отечественной валюты.

Главной особенностью современного экономического развития является переход к ресурсосберегающему типу воспроизводства, когда конечный результат (например, доход) растет опережающими темпами по сравнению с суммарными затратами на сырье и материалы, топливо и энергию, заработную плату с отчислениями на социальные нужды, амортизацию. Это условие свидетельствует о росте эффективности не только дополнительно вовлекаемых в производство ресурсов, но и о повышении отдачи накопленного экономического потенциала.

22.2 Развитие на основе факторов производства

Рассматривая в целом проблему экономическою развития, нельзя не признать, что одним из важнейших, но в то же время спорных вопросов является выбор критерия оценки экономического роста. Очевидно, что на различных уровнях развития системы этот критерий имеет соответствующую специфику. Так, на уровне народного хозяйства страны в целом качественная сторона экономического роста может быть отражена как абсолютными макроэкономическими показателями — объемом внутреннего валового продукта или национального дохода, так и относительными. В качестве базового интегрального относительного показателя можно использовать показатель «эффективность»:

$$\mathbf{АС + АК'}$$

где АД — прирост национального дохода;

АС — прирост текущих затрат;

ДК — прирост капитальных вложений в производственные фонды.

Отсюда:

$$АД = Э(АС + АК).$$

Эта зависимость дает возможность определить вклад интенсив - ных и экстенсивных факторов в экономический рост: доля показателя Э формирует вклад интенсивных факторов, а оставшаяся доля (1 — Э) изменения прироста

национального дохода обусловливается увеличением затрат (АС + ДК) и может рассматриваться как вклад экстенсивных факторов.

Очевидно, что выбор основного оценочного критерия экономического развития предприятия определяется целью предпринимательской деятельности и средством для достижения цели.

Как свидетельствует опыт предприятий стран с рыночной экономикой, максимизация прибыли — важнейшая задача предприятия. В том чтобы предприятие стремилось к максимизации прибыли, заинтересовано и общество в целом. Ведь чем большую прибыль получает предприятие, тем выше доход общества в форме налога от прибыли. В этом и заключается весь смысл «невидимой руки» Адама Смита: каждый отдельный предприниматель приносит пользу обществу, даже если он и не ставит перед собой такой цели; если же прибыль отсутствует, то это сигнал обществу и предпринимателям, что ресурсы и усилия следует направить в другую область, на другие виды деятельности.

Получение максимальной прибыли возможно только за счет постоянного повышения уровня (эффективности) хозяйствования, причем различными путями: здесь есть краткосрочные и долгосрочные аспекты. Например, предприятие может увеличить свою прибыль за короткий промежуток времени, перестав финансировать разработки, связанные с улучшением качества продукции, повышением квалификации работающих и т.д. Но в долгосрочном плане это приведет к уменьшению прибыли и, может быть, к банкротству из-за потери его позиций на рынке. Для вновь создаваемого предприятия в решении данной проблемы будут наблюдаться одни подходы, а для функционирующего — другие.

Для вновь создаваемого предприятия чрезвычайно важно определить предполагаемый вид продукции с позиций существующего на него спроса, характера конкуренции, объема инвестиций и их отдачи и т.д.

Для функционирующего предприятия важное значение имеет соотношение между затратами на производство продукции и ее ценой, складывающейся на рынке. Предприятие может влиять на величину затрат на производство и реализацию. Но здесь есть предел

снижения затрат, определяемый уровнем развития науки и техники и умением эффективно использовать факторы производства у себя на предприятии. Что касается цены, то ее уровень определяется спросом и предложением. Кроме того, единственный путь, которым может воспользоваться предприятие в части повышения цены или обеспечения стабильного спроса на продукцию, выпускаемую им, является повышение качества продукции или расширение сферы услуг для покупателя.

Является ли максимизация прибыли главной и единственной целью деятельности коммерческого предприятия? Ответ на этот весьма распространенный вопрос должен быть весьма осторожным. Несомненно, в краткосрочном периоде ориентация на максимум прибыли повышает «выживаемость» предприятия, обеспечивает его ресурсами для инвестиций,

формирования резервов, удовлетворения некоторых социальных нужд. Однако может ли быть максимизация прибыли всеохватывающим и исчерпывающим мотивом в долгосрочном периоде? Очевидно, что в этом случае на первый план выходит необходимость закрепления коммерческого предприятия на рынке, рост его капитала, увеличение доходов собственников.

Для предприятий малого и среднего масштаба получение прибыли и накопление капитала могут быть единственной целью. Но для крупных структур и в длительной перспективе наращивание прибыли является лишь одним (хотя и весьма важным) способом самоутверждения на рынке.

Увеличение или снижение прибыли происходит вследствие действия многих факторов, зависящих или не зависящих от уровня хозяйствования. В числе главных факторов следует назвать:

- ♦ изменения в объеме продаж;
- ♦ снижение (повышение) издержек производства и обращения (себестоимости продукции);
- ♦ ценовые факторы.

Между этими факторами существуют взаимная зависимость и разнонаправленные тенденции. Так, рост объема продаж может потребовать снижения цен предприятия на продукцию и услуги. Не исключено, что в этой ситуации станет необходимой закупка ресурсов по более высоким ценам. Рост объема продаж в известных пределах может способствовать снижению затрат на единицу продукции. Снижение себестоимости может сопровождаться **ухудшением** качества продукции и падением спроса. Ценовые факторы действуют разнонаправленно в зависимости от того, идет ли речь о ценах на продукцию предприятия или о ценах на приобретаемые ресурсы.

Действуют также естественные пределы роста продаж, снижения себестоимости, изменения цен.

Здесь необходимо принимать во внимание объективные законы убывающей предельной полезности и убывающей предельной производительности факторов производства.

Закон убывающей предельной полезности заключается в том, что для роста объема хозяйственной деятельности требуется соответствующее увеличение переменных расходов. Увеличивающиеся переменные расходы сочетаются с относительно уменьшающимися постоянными расходами. На первых порах экономия на масштабах производства приносит относительное снижение общих затрат на единицу продукции. Однако на определенном этапе прежние вложения капитала становятся недостаточными, начинают приносить все меньший доход и в конце концов становятся убыточными. Возникает необходимость в обновлении и расширении производственного потенциала предприятия, в новых инвестициях.

Для преодоления закона убывающей полезности предприятия необходимо:

1) периодически осуществлять инвестиционные вложения, расширять собственный производственный потенциал. Это неизбежно приводит к скачку постоянных расходов;

2) вносить существенные изменения в технологию производства с учетом инноваций и научно-технического прогресса. Это позволит снизить переменные расходы на единицу продукции;

3) постоянно обновлять ассортимент продукции и услуг, повышать их качество и привлекательность для потребителей;

4) заботиться о расширении рынков сбыта на основе активной маркетинговой политики.

Максимизация прибыли в краткосрочном периоде достигается при равенстве или максимальном сближении двух величин, рассчитанных на дополнительную единицу продукции: предельной выручки от продаж и предельных затрат на производство.

Предельная выручка — это ее прирост на дополнительную единицу продукции, а *предельные затраты* — прирост затрат на эту же дополнительную единицу продукции. Их равенство свидетельствует о том, что при заданных условиях был достигнут оптимальный объем производства и затрат.

Наращивание объема продаж имеет смысл лишь в том случае, если предельная выручка растет быстрее, чем предельные затраты. В обратном варианте необходимо сокращать объем продаж или существенно изменять структуру постоянных и переменных расходов за счет инвестиций.

Снижение объема продаж резко увеличивает **затраты** организации на единицу продукции, снижает рентабельность **производства.** Поэтому в условиях неполной **загрузки** производственных **мощностей** организации выгодным становится любой дополнительный заказ, даже по ценам ниже полной себестоимости, но **окупающим** переменные расходы и, желательно, часть постоянных расходов. Лишь в том случае, когда предложенная цена ниже переменных расходов на единицу продукции, выполнение дополнительного заказа становится невыгодным. Такой подход существенно расширяет поле маневра для выбора финансовой политики предприятия. Напомним, что в отечественной практике предприятия считают заведомо невыгодным любой заказ по ценам ниже планируемой **себестоимости.**

В общем виде модель аналитического расчета прибыли под влиянием различных технико-экономических факторов **выглядит** следующим образом:

$$\text{AIL} \qquad \text{ЛП}_{,,} \bullet \text{АН}_{0\text{Р}} - \text{А!1}_{\text{Р}}$$

$$\text{П} - \text{П}_{\text{в}} \pm \text{АП}_{\text{И}} \pm \text{All}_{\text{t}}. \pm \text{ДП}_{,,}$$

где I I . .

$\text{ЛП}_{\text{И}}$

ДПcan,, Д П $_{\text{Ц}} \& n_{н}$

— базовая прибыль от продаж;
— изменение прибыли при изменении объема **производства** (продаж) продукции в натуральном измерении;
— изменение прибыли при изменении **себестоимости продукции;**
— изменение прибыли при изменении иен.
— изменение прибыли при изменении **ассортимента;**
— изменение прибыли за счет фактора «несравнимая (новая) продукция»;
— изменение прибыли за счет операционных **результатов;**
— изменение прибыли **за счет** внереализационных **результатов.**

АПщ

Рассмотрим элементы расчета подробнее:

Базовая прибыль от продаж — это исходный показатель аналитического метода планирования. Она **определяется** по наиболее характерному предшествующему (базовому) периоду, но **пересчи-** тывается **в** условиях, сопоставимых с началом **планируемого периода** (по ценам, методам амортизации, учетной политике, уело виям оплаты труда и т.д.) **Определение** базовой прибыли — **это**
весьма ответственный этап планирования. Первое условие здесь .....
сопоставимость исходных и плановых данных.

Затем определяется влияние на базовую прибыль четырех основных факторов, действующих в планируемом периоде: изменение объема производства, себестоимости, цен **и** ассортимента. Эти факторы рассчитываются применительно к сравнимой

продукции, **Ана**

литический метод основан на предположении, что каждый фактор действует самостоятельно и не воздействует на другие факторы.

По *несравнимой (новой) продукции* планируемая прибыль определяется как самостоятельный фактор методом прямого расчета.

Наконец, к прогнозируемой прибыли прибавляются *операционные* и *внереализационные результаты* (со знаком плюс или минус), предполагаемые для планируемого периода.

Пример. Предположим, что мы располагаем следующими исходными (базовыми) данными.

1. Объем продаж в отпускных ценах (без косвенных налогов) — 5000 млн руб.

2. Себестоимость продаж — 3800 млн руб., в том числе переменные расходы — 2850 млн руб. (75%); постоянные расходы — 950 млн руб. (25%).

3. Прибыль от продаж — 1200 млн руб. (5000 - 3800).

4. Рентабельность продаж — 24% (1200 : 5000 • 100).

5. Структура себестоимости:
материальные затраты — 60%;
оплата труда с начислениями — 20%;
амортизация — 15%;
прочие затраты — 5%.

Группа продукции	*Удельный вес*	*Рентабел ьност ь продаж*	*Всего рентабельность, %*
А	20	26	5,2
Б	35	30	10,5
В	40	20	8,0
Г	5	6	0,3
Итого	100	X	24,0

7. Операционные результаты (-300 млн руб.).

8. Внереализационные результаты (-280 млн руб.). Целевые (стратегические) установки на планируемый год.

1. Рост объема продаж +10%. Индекс роста 1,1.

2. Снижение себестоимости сравнимой продукции — 1,5%, в том числе: по материальным затратам — 4,5%; по оплате туда +3 %.

3. Изменения в структуре сравнимой продукции, %: А - 30; Б - 40; В - 25; Г - 5.

4. Новая продукция планируется с прибылью 200 млн руб. (прямой расчет).

5. Прогнозируется рост отпускных цен на продукцию организации в среднем на 5%, а покупных цен на приобретаемые материалы на 6%.

6. Предусматривается сокращение убытков от операционной деятельности на 10%, от внереализационной деятельности — на 30%.

С учетом базовых и прогнозных данных мы можем определить влияние отдельных факторов на прибыль аналитическим (факторным) методом (табл. 22.1).

Таблица 22.1. Расчет плановой прибыли факторным методом

Показатель	*Базовый год, млн руб.*	*Плановый год, млн руб.*	*Расчет планового показателя*	*Рост прибыли, млн руб.*
1. Объем продаж	5000	5500	5000 1,1	500
2. Себестоимость по переменным расходам	2850	3135	2850 • 1,1	- 285
3. Себестоимость по постоянным расходам	950	950	не меняется	–
Итого по фактору роста объема производства (продаж)	1200	1415	[(5500- (3135 + 950)1 ~ - [(5000 - (2850 + 950)] = = 215	215
4. Экономия материальных затрат	0	-113	3800- 1,1 • 0,6 • (-0,045) = = -113	113
5. Увеличение оплаты труда	0	25	3800- 1,1 0,2 (0,03) = 25	-25
6. Повышение отпускных цен на продукцию	0	302,5	5500 (0,055) = 302,5	302,5
7. Повышение покупных цен на материальные ресурсы	0	150,5	3800 1,1 0,6 (0,06) = = 150,5	-150,5
Итого по фактору цен	0	152,0	302,5 - 150,5 = 152,0	152,0

Продолжение табл. 22.1

Показатель	*Валовый год, млн руб.*	*Плановый год, МЛН руб.*	*Расчет планового показателя и роста прибьши*	*Рост прибыли, тн руб.*
8. Ассортиментные сдвиги	**0**	**60,5**	**ДЛд = (10% ■ 26) : 100 = = 2,6%** $ДR_h$**= (5% 30) : 100 == 1,5%** **ЛЯв= (-15% 20) : 100 = = 3,0%** **ДДг =(0% 6): 100 = 0%** **Всего изменение рентабельности = 1,1%Изменение прибыли; 5500 0,011 = 60,5**	**60,5**
9. Новая продукция	**0**	**200**	**Прямой расчет**	**200**
10. Операционные результаты	**-300**	**-270**	**Сокращение па 10% (-300) 0,9 = -270**	**30**
11. Внереализационные результаты	**-280**	**-196**	**Сокращение на 30% (-280) ■ 0,7 = -84**	**84**
	620	**1449,5**	**5449,5 - 620 = 829,5**	**829,5**

А К — изменение рентабельности по группам продукции

Таблица 22.2. Влияние факторов на изменениемассыприбыли

Фактор	*Сумма, млн руб.*	*Удельный вес, %*
Рост объема продаж (производства) Экономия материальных затрат Увеличение оплаты труда Фактор цен Ассортиментные сдвиги Новая продукция Операционные и внереализационные результаты Итого прирост прибыли	**215 25,9ИЗ 13,6-25 -3,0152 18,360,5 7,3200 24,2114 13,7 829,5 100,0**	

Если основным критерием оценки экономического развития предприятия считать максимизацию прибыли, то информация

табл. 22.2 свидетельствует как о позитивном, так и негативном влиянии отдельных факторов производства на этот важнейший финансово-экономический показатель хозяйственной деятельности предприятия.

Если прибыль — это абсолютный итоговый показатель экономического роста предприятия, то рентабельность — относительный показатель прибыльности, характеризующий эффективность развития предприятия.

Рентабельность выражает отдачу (полученный доход) на единицу вложений, затрат или хозяйственного оборота. Ее можно представить процентами или коэффициентами.

Многообразие показателей рентабельности превышает многообразие форм прибыли.

Основная формула расчета показателей рентабельности достаточно проста. Это полученная отдача — доход (числитель), деленная на сумму вложенных средств или хозяйственный оборот (знаменатель):

где Р — рентабельность, %;

Д — доход (отдача) от вложенных средств; хозяйственный оборот.

С — сумма вложений в хозяйственную деятельность, или хозяйственный оборот.

Классификацию показателей рентабельности целесообразно проводить на основе величин, стоящих в числителе или знаменателе данной формулы.

В числителе могут быть использованы:

1) валовой доход организации;
2) добавленная стоимость;
3) финансовый результат-брутто;
4) финансовый результат-нетто (прибыль до уплаты процентов и налогов);
5) общая прибыль;
6) валовая прибыль (маржинальный доход);
7) чистая прибыль;
8) капитализированная прибыль;
9) поступление (приток) денежных средств.

В знаменателе могут использоваться:

1) сумма всего вложенного капитала (сумма активов организации);
2) собственный капитал;
3) заемный капитал;
4) стоимость производственных фондов (реальный капитал);
5) издержки производства и обращения;
6) выручка от продаж (хозяйственный оборот);
7) расход (отток) денежных средств.

Рассмотрим подробнее сферы применения названных показателей рентабельности при различных вариантах дохода (числитель формулы).

Рентабельность *по валовому доходу организации* предполагает, что в качестве отдачи на вложенные ресурсы принимаются доходы от всех видов ее хозяйственной деятельности: текущей, инвестиционной и финансовой. Сюда входит выручка от продаж товаров, работ и услуг; доходы от реализации имущества; внереализационные и чрезвычайные доходы.

Рентабельность *по добавленной стоимости* включает в качестве отдачи валовой доход предприятия, но за вычетом материальных затрат и оплаты услуг со стороны. В качестве дохода (добавленной стоимости) здесь участвуют оплата труда, амортизационные отчисления и прибыль.

Рентабельность по *финансовому результату-брутто* определяет доход предприятия как ее финансовые ресурсы: сумму амортизационных отчислений и прибыли. Сумма амортизационных отчислений и прибыли полнее характеризует финансовые результаты, нежели каждая из них в отдельности. Они функционируют, как сообщающиеся сосуды: снижение амортизационных отчислений влечет за собой рост прибыли; рост амортизационных отчислений уменьшает прибыль. Однако при этом сумма финансовых ресурсов предприятия не меняется. Более того, рост амортизации и снижение прибыли дают известную экономию на налоговых платежах.

Рентабельность по *финансовому результату-нетто* часто называют экономической рентабельностью. Другое ее название — коэффициент генерации прибыли. Основой для исчисления данного показателя является прибыль предприятия до уплаты процентов и налогов (финансовый результат-брутто минус амортизационные отчисления).

Рентабельность по *общей прибыли* предприятия исчисляется по финансовому результату, отражаемому в отчетности (форма № 2 «Прибыли и убытки»).

Здесь учитываются прибыли или убытки от финансово - хозяйственной деятельности, внереализационные и чрезвычайные результаты. Этот показатель отражает не только способность предприятия в накоплении средств для выплаты дивидендов и самофинансирования, но и его способность участвовать в формировании доходов бюджетной системы.

Рентабельность по *валовой прибыли* (маржинальному доходу) предполагает исчисление) дохода как выручки от продаж за вычетом переменных расходов. Таким образом, в состав валовой прибыли входит не только прибыль от продаж, но также постоянные расходы предприятия. Ориентация на маржинальный доход, а не на прибыль от продаж характерна для систем учета «директ-костинг».

Рентабельность по *чистой прибыли* характеризует способность накапливать доходы (прибыль) для выплаты дивидендов, решения социальных задач и реинвестирования в рамках данного предприятия. Этот показатель наиболее применим в случаях, когда возникает необходимость оценить непосредственный вклад и отдачу в виде дохода как результат хозяйственной деятельности

коммерческого предприятия. Здесь различают рентабельность по всем активам и рентабельность по собственному капиталу.

Рентабельность по *капитализированной прибыли* включает в расчет нераспределенную прибыль за вычетом объявленных дивидендов. На основе этого показателя можно определить темпы прироста капитала (средств) предприятия за счет полученной прибыли.

Рентабельность по *притоку денежных средств* равна отношению чистой прибыли плюс амортизация к сумме активов предприятия.

Наконец, часто применяемым показателем рентабельности является доход на акцию, исчисляемый как отношение чистой прибыли за вычетом дивидендных выплат по привилегированным акциям на количество обыкновенных акций.

Теперь остановимся на особенностях применения различных показателей в знаменателе формулы.

Сумма всего вложенного капитала предприятия равнозначна стоимости ее активов. Стоимость активов может быть принята на конкретную отчетную дату или рассчитана как среднее значение за определенный период. В составе всего капитала предприятия могут быть выделены: со стороны активов — внеоборотные и оборотные активы, а со стороны пассивов — собственный и заемный капитал.

Собственный капитал включает уставный капитал, резервные фонды и нераспределенную прибыль коммерческого предприятия. Показатель рентабельности по отдаче на вложенный собственный капитал в сочетании с чистой прибылью наиболее часто применяется при характеристике эффективности хозяйственной деятельности предприятия.

Прежде (и сейчас в ряде отраслей тяжелой промышленности) широко применялся показатель рентабельности к средней стоимости производственных фондов (реальному капиталу). Реальный капитал включает стоимость основных производственных фондов и

материальных оборотных активов и характеризует отдачу на эти вложения.

Показатель рентабельности — отношение прибыли к издержкам производства и обращения мало распространен в зарубежной практике. В нашей стране он прежде имел значение в ценообразовании и оценке эффективности производства по ассортименту товаров и услуг.

В условиях рыночной экономики более приемлемым оказался показатель рентабельности, исчисляемый как отношение прибыли к хозяйственному обороту (выручке от продажи товаров и услуг). Его часто называют коммерческой рентабельностью и используют не только для оценки результатов хозяйственной деятельности, но и для анализа факторов, влияющих на рентабельность к вложенному капиталу.

22.3 Развитие на основе инновационно-инвестиционных факторов

Инновационная деятельность — деятельность, направленная на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок для расширения и обновления номенклатуры и улучшения качества выпускаемой продукции (работ, услуг), совершенствования технологии их изготовления с последующим внедрением и эффективной реализацией на внутреннем и зарубежных рынках.

Инновационная деятельность, связанная с капитальными вложениями в инновации, называется инновационно-инвестиционной деятельностью.

Следует разграничить понятия «новшество» и «инновация».

Новшество — оформленный результат фундаментальных, прикладных исследований, разработок или экспериментальных работ в какой-либо сфере деятельности по повышению ее эффективности. Новшества могут оформляться в виде: открытий; изобретений; патентов; товарных знаков; рационализаторских предложений; документации на новый или усовершенствованный продукт, технологию, управленческий или производственный процесс. Вложение инвестиций в разработку новшества — половина дела. Главное — внедрить новшество, превратить новшество в форму инновации, т.е. завершить инновационную деятельность и получить положительный результат, затем продолжить распространение инновации. Для разработки новшества необходимо провести маркетинговые исследования, НИОКР, организационно-технологическую подготовку производства, производство и оформить результаты.

Инновация — конечный результат внедрения новшества в целях изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта.

Новшества могут разрабатываться как для собственных нужд (для внедрения в собственном производстве либо для накопления), так и для продажи. На «входе» предприятия как системы будут новшества их продавцов, которые могу! сразу внедряться, переходя в форму инноваций, либо просто накапливаться, дожидаясь своего часа для внедрения. На «выходе» предприятия будут только новшества как товары.

Схема превращения новшеств в инновации и основную продукцию предприятия показана на рис. 22.1.

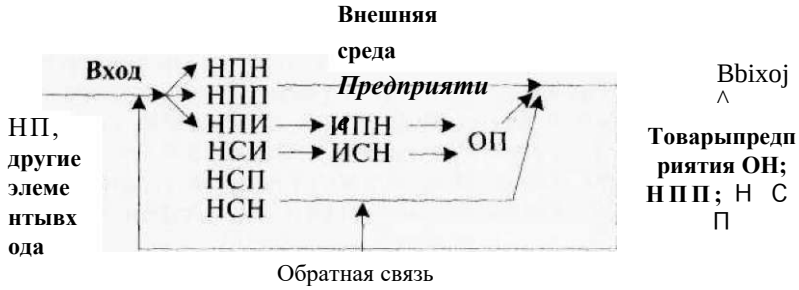


*Рис. **22.1. Схемапревращенияновшествв инновации** и **основнуюпродукцию фирмы:***

НП — новшества покупные; **НПН** — новшества покупные для накопления; **НПП** — то же на продажу; НПИ — то же в инновации; НСИ — новшества собственного производства (разработки), реализуемые в инновациях; НСП — то же на продажу; НСН — то же для накопления; **ИПН** — инновация покупных новшеств; ИСН — инновации собственных новшеств; ОП — основная продукция фирмы

Новшества могут быть покупные или собственной разработки, предназначенными для накопления, продажи или внедрения в выпускаемую фирмой продукцию (выполняемую услугу), т.е. превращения в форму инновации.

На современном этапе предприятия стремятся увеличивать удельный вес новшеств, реализованных в инновациях, что позволяет им повышать уровень монополизма в данной сфере и диктовать покупателям **и** конкурентам свою политику.

Глобальной целью инновационно-инвестиционных решений является выбор проектов, которые обеспечат будущий приток реальных денежных средств, превышающий первоначальные инвестиции.

Сравнение различных инвестиционных проектов (вариантов проекта) и выбор лучшего из них проводится с использованием показателей:

1) чистого дисконтированного дохода (ЧДД);
2) индекса доходности (ИД);
3) внутренней нормы доходности (ВНД);
4) срока окупаемости капитальных вложений *(t_{QK}).*

1. При расчете в текущих (базисных) ценах для постоянной нормы дисконта *чистый дисконтированный доход* определяется по формуле

$$\text{или } J m = Z [(R_{t} - 3_{t}) a_{t}] - Z (K_{t} a_{t} \backslash$$

где R,

результаты, достигаемые на *t-м* шаге расчета (реализации проекта). Для промышленных предприятий *R* формируется как выручка (нетто) от продажи (реализации) продукции (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей);

3, — затраты, осуществляемые на *t-м* шаге расчета. Сумма затрат формируется как себестоимость проданной продукции (за вычетом амортизационных отчислений) плюс первоочередные налоги и платежи, отнесенные на финансовые результаты хозяйственной деятельности, и налог на прибыль.

K_{t} — капитальные вложения на *t-м* шаге расчета;

Е — норма дисконта (норма дохода на капитал), доли единицы;

t — номер шага расчета (/ = 0, !, 2, 3, ... 7);

— горизонт расчета, равный номеру шага расчета (месяц, квартал, год), на котором проводится ликвидация объекта (проекта);

$a_{t} = 1/(1+E)^{t}$ — коэффициент дисконтирования (приведения) на *t-м* шаге расчета при постоянной норме дисконта, доли единицы.

В итоге денежный поток по операционной деятельности (эффект), достигаемый на *t-м* шаге расчета:

$ДП_0 = R, \sim З, = R, - (И, - Л) - Н, = П, + А,;$

ще И, — полная себестоимость продукции — издержки производства и обращения на*t-м* шаге расчета;

Н — совокупные налоги на*t-м* шаге расчета;

П, — чистая прибыль на*t-м* шаге расчета;

А, — амортизационные отчисления на*t-м* шаге расчета.

Таким образом, чистый дисконтированный доход представляет собой разницу между суммой элементов денежного потока по операционной деятельности (эффектов) и денежного потока по инвестиционной деятельности и является основным критерием при оценке эффективности инвестиционного проекта.

Если ЧДЦ инвестиционного проекта положителен (при заданной норме дисконта), то проект эффективен и может рассматриваться вопрос о его реализации; при этом чем выше уровень ЧДД, тем эффективней проект.

2. Индекс доходности характеризуется отношением суммы приведенных эффектов к сумме дисконтированных капитальных вложений:

$$ИД = \frac{\sum_{t=0}^{T} (R_t - З_t) \cdot \frac{1}{(1+E)^t}}{\sum_{t=0}^{T} \frac{1}{(1+E)^t}}.$$

Из формул расчета ЧДД и ИД видно, что если ЧДД положителен, то ИД > 1 и проект эффективен, если ЧДД отрицателен, то ИД < 1 и проект представляется неэффективным, если ЧДД = 0, то ИД = 1 и вопрос об эффективности проекта остается открытым.

3. *Срок окупаемости капиталообразующихинвестиций* определяется временным интервалом (от начала осуществления проекта), за пределами которого интегральный эффект становится положительным, т.е. это период (месяцы, годы), за который первоначальные капиталовложения по инвестиционному проекту покрываются суммарным эффектом от его осуществления.

Он рассчитывается по формуле

]

ы о

!

(1 +

М

$(! + £)' Jo$

где — срок окупаемости капитальных вложений, т.е. номер шага расчета (месяц, квартала, год), за пределами которого интегральный эффект становится положительным.

4. Внутренняя норма доходности (ВНД, или $£_{вн}$). Внутренняя норма доходности соответствует такой норме дисконта, при ко-

торой ЧДД при реализации инвестиционного проекта равен нулю. Числовое значение ВНД ($Е_{ян}$) определяется решением уравнения

$$\sum_{t=0}^{T} \frac{1}{(1 + Е_{ш1})^{t}} \cdot (14\%/\text{где} \quad \text{—} \quad \text{внутренняя норма}$$

доходности, доли единицы.

Вместе с тем норма дисконта при определении ЧДД определяется другими методическими подходами. Формально при оценке коммерческой эффективности инвестиционного проекта каждый инвестор имеет право самостоятельно устанавливать норму годового дохода на вложенный капитал, т.е. каждый хозяйствующий субъект использует индивидуальную норму дисконта.

Однако экономически обоснованные подходы предполагают определение нижней и верхней границы нормы дисконта, в интервале которых и следует устанавливать конкретный уровень доходности капитала.

Очевидно, что нижняя граница нормы дисконта должна формироваться исходя из уровня банковских процентов по депозитным вкладам и процентов по заемным средствам (долгосрочные кредиты), а также из соотношения собственных и заемных средств для финансирования инвестиционного проекта. Расчетная формула может быть представлена в следующем виде:

$$\text{г } a^{*}$$

где $E_н$ — нижний уровень нормы дисконта, доли единицы;

Да — банковский процент по депозитным вкладам, доли единицы;

$E_к$ — кредитный процент по заемным средствам, доли единицы;

$К_с$ — сумма собственного капитала, руб.;

$К_З$ — сумма заемного капитала, руб.

Действительно, при норме дисконта ниже уровня $Е_н$ инвесторы предпочитают размещать денежные средства в банках и не вкладывать их непосредственно в производство.

Верхний предел нормы дисконта определяется внутренней нормой доходности. Экономический смысл этого заключается в следующем: если весь проект осуществляется только за счет заемных средств, то $Е_т$ равна максимальному проценту, под который можно взять кредит, чтобы иметь возможность расплатиться за него из доходов при реализации проекта.

Отсюда следует, что если *Е* выше /,.,,, то встает вопрос о **целесообразности** разработки и осуществления проекта вследствие неприемлемости условий инвестора по норме дохода на капитал.

По-видимому, оптимальным вариантом для выбора нормы дисконта может быть среднее значение:

2

Пример. В 2003 г. на предприятии сформированы мощности для производства 200 тракторов в год. Инвестиционный проект предусматривает выпуск в количестве 750 тракторов в 2004 г. **и** 1000 — ежегодно за период осуществления 1-го этапа проекта 2005—2007 п.

Общая сумма капитальных вложений **по** инвестиционному проекту на ежегодный выпуск 1000 тракторов составляет 250,8 млн руб., в том числе собственный капитал (стоимость основных производственных фондов в 2003 г.) — 99,0 и заемный капитал — 151,8 млн руб.

Использование заемного капитала, млн руб.; капитальные вложения в основные средства — 129,7; **пополнение** оборотных средств — 22,1.

При расчете возврата кредита взяты проценты в размере ставки рефинансирования на 01.01.03 — 18% без изменения этого процента по периодам возврата.

Погашение основного кредитного долга предполагается осуществить в следующие сроки:

too ,	*Сумма погашения креоита, млн руб.*	*% к итогу*
2004	21,8	14,4
2005	50,0	32.9
2006	80,0	**52,7**
2007		
Итого:	151,8	100.0

Сумма погашения кредита по годам в совокупности с размером собственного капитала, а также остаточной ликвидационной стоимостью основных средств (ОС) является основой для формирования денежного потока по инвестиционной деятельности (табл. 22.3).

Таблица 22.3. ***Потокреальных денег по инвестиционной деятельности***

Годы	*Капиталовложения, млнру б.*
2003 2004 2005 2006 2007	99,0 21,8 **50,0** 80,0
Итого за 2003—2007 гг.	250,8
Ликвидационная стоимость ОС на 01.01.08	**51,1**

При указанных выше сумме заемных средств и сроков их возврата выплата процентов за кредит по периодам осуществления проекта представляется следующими данными (табл. 22.4).

Таблица 22.4. Про центные выплаты ***по кредиту***

	Сумма кредита на 01.01, млн руб.	*Процентная ставка по кредиту, %*	*Процентная плата за кредит, тыс. руб.*
2003	—	—	—
2004	151,8	18	27 324
2005	130,0	18	23 400
2006	80	18	14 400
2007	—	—	—
Итого			65 124

Поток реальных денег по операционной деятельности по годам осуществления инвестиционного проекта представлен в табл. 22.5.

Таблица 22.5. Потокреальныхденег по операционной деятельности, тыс. руб.

Показатели	*Условные обозначения*	*Шаграсчета, год*				
		2003	*2004*	*2005*	*2006*	*2007*
1. Объем производства тракторов, шт.	V	200	750	1000	1000	1000
2. Оптовая цена (без НДС) трактора, тыс. руб./шт.	Цо	450	450	450	450	450

Продолжение табл. 22.5

Показатели	*Условные обозначения*	*Шаги расчета, годы*				
		2003	*2004*	*2005*	*2006*	*2007*
3. Выручка от реализации тракторов	**Но • V**	**90 000**	**337 500**	**450 000**	**450 000**	**450 ООО**
4. Себестоимостьпродукции	**Ир**	**86 950**	**288 520**	**362 450**	**362 450**	**362 450**
5. Переменные расходы в себестоимости	**И** пер	**52 750**	**197 050**	**261 730**	**261 730**	**261 730**
6. Постоянные расходы в себестоимости	**И** ПОСТ	**34 380**	**91 470**	**100 720**	**100 720**	**100 720**
7. Амортизация впостоянных расходах	**А**	**7200**	**42 600**	**42 600**	**42 600**	**42 600**
8. Валовая прибыль	**$П_в$=Вр-Йр**	**3050**	**48 980**	**87 550**	**87 550**	**87 550**
9. Проценты, уплаченные за кредит	**% $К_Р$**	–	**27 324**	**23 400**	**14 400**	–
10. Налоги, отнесенные на финансовые результаты	**Нф**	**5000**	**7000**	**8000**	**8000**	**8000**
Прибыль до налогообложения	**$П_{НО}$=$П_в$--% Кр-Нф**	**-1950**	**14 656**	**56 150**	**65 150**	**79 550**
Налог на прибыль	**$н_{„}$= = 0,24 ■ $П_{ИО}$**	-	**3517**	**13 476**	**15 636**	**19 092**
Чистая прибыль	**$П_ч$=$П_{Н0}$-**	**-1950**	**И 139**	**42 674**	**49 514**	**60 458**
Денежный поток по операционной деятельности (сальдо денежного потока)	**ДП„-$п_ч$++А=**	**5250**	**53739**	**85 274**	**92 114**	**10 3058**

Данные табл. 22.3 и 22.5 формируют сальдо денежных потоков по операционной и инвестиционной деятельности, необходимых для оценки эффективности инновационного проекта (табл. 22.6).

Таблица 22.6. Сальдо денежных потоков по операционной и инвестиционной деятельности, тыс.руб.

Шаг расчета (год)	*Денежный поток*	
	по операционной деятельности	*по инвестиционной деятельности*
2003	5250	99 000
2004	53 739	21 800
2005	85 274	50 000
2006	92 114	80 000
2007	103 058	
Итого за 2003—2007 гг.	339 435	250 800
Ликвидационная стоимость ОС на 01.01.08		51 100

Расчет показателей эффективности инвестиционного проекта

Внутренняя норма доходности (£,„,). Этот показатель определяется решением уравнения (исходные данные табл. 22.6):

99000+21800|50*000 , 80000 5 ПОР

Решение этого уравнения методом подстановки дает значение внутренней нормы доходности $E_н$ = 0,35.

Очевидно, что финансирование данного проекта за счет заемных средств при 18% за банковский кредит вполне соответствует возможностям предприятия полностью расплатиться за взятый кредит из доходов, полученных от реализации проекта.

Норма дисконта. Нижняя граница нормы дисконта формируется из банковского процента по депозитным вкладам$E_{й}$= 0,10, банковского процента по долгосрочным кредитам f_K=0,18 и сумм собственного и заемного капиталов:

Верхняя граница нормы дисконта соответствует уровню внутренней нормы доходности £$Г_{НМ}$= 0,35.

Тогда среднее значение нормы дисконта

0,35 + (Щ

Чистый дисконтированный доход (ЧДД). Это основной показатель при оценке эффективности инвестиционного проекта.

$$ЧДД = \left[\frac{5250}{(1+0,25)^0} + \frac{53\,739}{(1+0,25)^1} + \frac{85\,274}{(1+0,25)^2} + \frac{92\,114}{(1+0,25)^3} + \frac{103\,058}{(1+0,25)^4}\right] -$$

$$-\left[\frac{99\,000}{(1+0,25)^0} + \frac{21\,800}{(1+0,25)^1} + \frac{50\,000}{(1+0,25)^2} + \frac{80\,000}{(1+0,25)^3} - \frac{51\,100}{(1+0,25)^4}\right] =$$

$$= 192\,379 - 168\,574 = 23\,805 \text{ тыс. руб.}$$

Положительное значение ЧДД свидетельствует об эффективности инвестиционного проекта.

Индекс доходности по чистому дисконтированному доходу

Положительное значение ЧДД определило уровень ИД, **превышающий** единицу, что свидетельствует об эффективности **проекта.**

Срок окупаемости инвестиции. Срок окупаемости **капитальных** вложений при норме дисконта £ = 0 , 2 5 формируется числом лег, дающих сумму денежного потока по операционной деятельности, равную сумме денежного потока по инвестиционной деятельности.

Накопленная сумма дисконтированною денежного потока по операционной деятельности, тыс. руб., составляет

за 1-й год (базовый 2003) 5250;

за 2 года (2003-2004) $5250 + \frac{53\,739}{1,25} = 48\,241;$

за 3 года (2003-2005) $48\,241 + \frac{85\,274}{1,25^2} = 102\,904;$

за 4 года (2003-2006) $102\,904 + \frac{92\,114}{1,25^3} = 150\,142;$

за 5 **год** (2007) $\frac{103\,058}{1,25^4} = 42\,237.$

Сумма дисконтированных капитальных вложений за 2002—2006 гг. без учета ликвидационной (остаточной стоимости) основных производственных фондов составит, тыс. руб.:

£ ш тл $^{21800\ 50\ 000}$ 80 000
£99 000 +---------+ ———-н ----- —
, о 3,25 1,25 1,25 = 189517.

Следовательно, за пятый (2007) год для полной окупаемости капитальных вложений необходимо использование дисконтированного денежного потока по операционной деятельности в размере 189 517 - 150 142 = 39 375 тыс. руб.

Эта сумма окупается в 2007 г. за 39 375 :42 237 = 0,93 года.

Таким образом, ожидаемый срок окупаемости инвестиций составит 4 + 0,93 = 4,93 года.

1ЫВОДЫ

1. Получение прибыли — основная цель, определяющая характер развития экономики предприятия.

Прибыль является абсолютным итоговым показателем экономического развития предприятия.

Относительный показатель экономического развития — рентабельность.

2. Экономическое развитие предприятия возможно на основе факторов производства, инвестиций и инновационной деятельности.

Экстенсивный рост экономики определяется ресурсными факторами, интенсивный базируется на факторах инновационно-инвестиционной деятельности.

Стабильное развитие производства в долгосрочном периоде зависит главным образом не от реальных ресурсных возможностей, а от инновационного характера предпринимательства.

3. Инновационная деятельность направлена на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок по расширению и обновлению номенклатуры и улучшению качества выпускаемой продукции, совершенствование технологии их изготовления с последующей реализацией на внутреннем и зарубежных рынках.

4. Экономическая цель инновационно-инвестиционных решений — выбор варианта проекта, обеспечивающего приток реальных денежных средств, превышающий первоначальные инвестиции. Сальдо денежного потока определяет экономическое развитие предприятия на перспективный период.

5. Основные показатели реализации инновационно-инвестиционных проектов: чистый дисконтированный доход, индекс доходности, внутренняя норма доходности и срок окупаемости реальных инвестиций.

Вопросы для самоконтроля

1. Какие факторы влияют на экономическое развитие предприятия?
2. В чем главная особенность современного экономического развития предприятия?
3. Каковы основные критерии и показатели экономического роста предприятия?
4. Какие экономические факторы вы знаете? Каково их влияние на изменение массы прибыли?
5. Что такое рентабельность и какие ее разновидности вы знаете?
6. В чем состоит инновационно-инвестиционная деятельность?
7. Каковы основная цель и критерии оценки эффективности инновационно-инвестиционных решений?

Глава 23 Инновационная деятельность предприятия

23.1 Инновации и инвестиции предприятия

В современных условиях успешная деятельность предприятий невозможна без инноваций и инвестиций.

Инновации — это *разработка и освоение производства новых или усовершенствованныхпродуктов, технологий и процессов.*

Рыночные условия развития экономики постоянно выдвигают требования не только количественных, но и качественных преобразований. Эти преобразования можно осуществить, используя самую передовую технику, технологию, непрерывно развивая научно- исследовательскую базу в целях обеспечения высокого качества нововведений, для чего требуются значительные инвестиции. ***Инвестиции*** — это *денежные средства, целевые банковские вклады, паи, акции и другие ценные бумаги, технологии, машины, оборудование, лицензии, кредиты, любое другое имущество или имущественные права, а также интеллектуальные ценности, вкладываемые в объекты предпринимательской и других видов деятельности в целях получе- нияприбыли и достижения положительного социального эффекта.*

Различают технологические, продукт-инновации, процесс-инновации.

Под *технологическими* инновациями подразумевается деятельность предприятия, связан$_1$ная с разработкой и освоением новых технологических процессов[30].

Продукт-инновация включает разработку и внедрение новых или усовершенствованных продуктов. При этом предприятие стремится к производству принципиально новой продукции, для которой предполагаемая область применения (или использования), функциональные характеристики, признаки, конструктивное выполнение, дополнительные услуги, а также состав применяемых материалов и компонентов новые или в значительной степени отличающиеся от ранее выпускавшейся продукции.

Такие инновации, как правило, основаны на принципиально новых технологиях или на сочетании новых применений действующих технологий.

Процесс-инновация предполагает разработку и освоение новых или значительное изменение существующего производственного процесса или их совокупность. Процесс-инновация может также представлять собой новые или усовершенствованные методы производства, уже реализованные в производственной практике других предприятий, и распространяемые улучшенные производственные методы, включающие применение нового, более современного производственного оборудования, новых методов организации путем технологического обмена (лицензии, ноу-хау, консультации и т.п.). Классификация инноваций представлена на рис. 23.1[31].

---

[30] *Инвестиции* и инновации: Словарь-справочник от А до Я / Под ред. М.З. Бора, А.Ю. Денисова. - М: ДИС, 1998.

[31] *Экономика* фирмы: Учеб. пособие / Под ред. Т.В. Муравьевой. — М.: Мастерство, 2002. - С. 237.



Рис. 23.1. ***Кшссификация инновации***

В свою очередь инвестиции подразделяются на реальные (капиталообразующие) и финансовые.

Реальные (капиталообразующие) инвестиции — это средства, направляемые на увеличение основных фондов и оборотного капитала в целях последующего получения конкретного результата (дохода). Другими словами, реальные инвестиции — это долгосрочные вложения средств в отрасли материального производства.

Финансовые инвестиции — это долго- и краткосрочные вложения средств предприятия в ценные бумаги других предприятий, в процентные облигации государственных и местных займов, в уставные капиталы других предприятий,

находящихся на территории страны или за ее пределами, а также предоставленные другим предприятиям займы.

Инвестиции также подразделяются на прямые и портфельные.

Прямые инвестиции — это вложения средств, сделанные юридическими и физическими лицами, полностью владеющими предприятием либо контролирующими не менее 10% акций или акционерного капитала этого предприятия.

Портфельные инвестиции — это вложения средств в долгосрочные ценные бумаги, покупка акций, не дающих права вкладчикам влиять на функционирование предприятий и составляющих менее 10% в общем акционерном капитале этих предприятий, организаций, а также облигаций, векселей и других долговых ценных бумаг собственного и заемного капитала.

Инвестиции, не подпадающие под определение прямых и портфельных, относятся к прочим.

Более полно классификация инвестиций представлена на рис. 23.2.

В области инновационной деятельности предприятия, организации ставят перед собой задачи выпуска нового продукта, освоения новых, прогрессивных технологий, методов управления, реструктуризации, т.е. замены старой организационной структуры на новую, новой логистики финансовых потоков и др. Инновационная деятельность включает в себя не только собственно инновационные процессы, но и маркетинговые исследования рынков сбыта товаров, их потребительских свойств, новый подход к организации информационных, консалтинговых, социальных и других видов услуг. Инновационная деятельность предприятия, организации может осуществляться не только локально на любом из этапов инновационных процессов, но и вне их путем приобретения патентов, лицензий, ноу-хау и т.д.



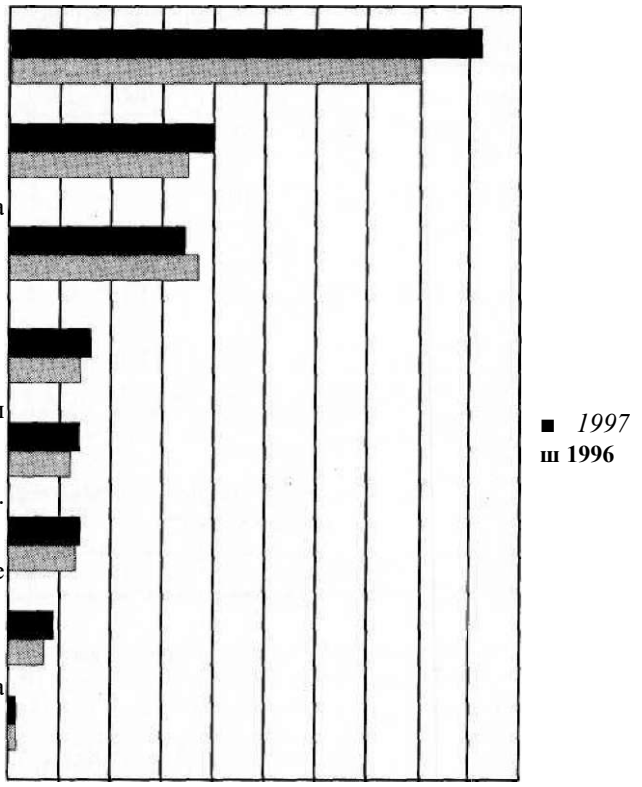
По характеру направления инвестиций:	**прямые портфельные По продолжитель**	**ности периода инвестирования: долгосрочные краткосрочные**

Рис. 23.2. Классификация видов инвестиций

В области инвестиционной деятельности предприятия определяют наиболее эффективные направления инвестирования, форм инвестиционных вложений. Они ставят перед собой задачи определения оптимальных объемов, структуры, направлений капитальных вложений, роста основного капитала (основных фондов), их обновления на основе новейших достижений науки и техники и в итоге, на основании всего этого, разработку и освоение новых или усовершенствованных продуктов, технологий и процессов.

Из рис. 23.3 видно, что в современных условиях ведущие компании США основную часть расходов на исследования и разработки направляют в такие прогрессивные секторы промышленности, как информация и электроника, медицинские препараты и приборы, наземные моторные транспортные средства (автомобили и т.п.).

Переход российской экономики на рыночные отношения должен был породить конкурентную борьбу за создание и использование самых современных научных разработок. Однако на практике этого не произошло. Так, численность персонала, занятого исследованиями и разработками, за 1992—2001 гг. снизилась более чем на 1/3 — с 1532,6 тыс. до 895,0 тыс. человек. Наибольшее снижение, почти в 2 раза, произошло непосредственно среди исследователей: с 804 тыс. до 428,3 тыс. человек (табл. 23.1).



Источник: Science and Engineering Indicators. 1998. — NationalScienceBoard. — Wash., 1998.

Рис. 23.3.Динамикарасходовна исследования иразработки500ведущих компаний США по основным промышленным секторам {по объему расходов на НИОКРв 1996— 1997гг.)

1 — общие услуги: инженерные работы, отчетность, тестирование, финансирование, страхование, недвижимость; 2 — авиация, ракетостроение и космические аппараты; 3 — химическая промышленность; 4 — машиностроение и электрооборудование; 5 — базовое производство и материалы; 6 — наземные моторные транспортные средства; 7 — медицинские препараты и приборы; 8 — информация и электроника;

Интересно отметить, что за этот же период число научно-исследовательских организаций, выполнявших исследования и разработки, возросло с 2077 до 2729 (табл. 23.2). В результате средняя численность исследователей, приходящихся на одну исследовательскую организацию, уменьшилась с 387 до J57 чел., т.е. более чем наполовину. Дело лишь за тем, чтобы существенно возросла отдача от каждого исследователя.

Таблица 23.1. ***Численность персонала, занятого исследованиями и разработками * (на конец года), тыс. чел.***

Персонал	*1992*	*1995*	*1996*	*1997*	*1998*	*1999*	*2000*	*2001*
Исследователи	804,0	518,7	484,8	455,1	417,0	420,2	425 9	428,3
Техники	180,7	101,4	87,8	80,3	74,8	72,4	75,2	75,6
Вспомогательный персонал	382,2	274,9	260,0	244,9	220,1	235,8	240 5	243,6
Прочий персонал	165,7	166,1	158,1	154,3	143,3	143,9	146 1	147,5
Всего	1532,6	1061,1	990,7	934,6	855 2	872,3	887 7	895,0

* По данным Госкомстата России.

Таблица 23.2. ***Число организаций, выполнявшихисследования иразработки ****

Организации	*1992*	*1995*	*1996*	*1997*	*1998*	*1999*	*2000*	*2001*
Научно-исследовательские организации	2077	2284	2360	2528	2549	2603	2686	2729
Конструкторские бюро	865	548	513	438	381	360	318	297
Проектные и проектно-изыскательские организации	495	207	165	135	108	97	85	80
Опытные заводы	29	23	24	30	27	30	33	34
Высшие учебные заведения	446	395	405	405	393	387	390	400
Промышленные организации	340	325	342	299	240	289	284	298
Прочие организации	303	277	313	302	321	323	303	296
Всего	4555	4059	4122	4137	4019	4089	4099	4134

По данным Госкомстата России.

23.2 Организация и финансирование инновационной деятельности

В течение ряда лет в нашей стране выделялись пять типов научно-технических организаций, занимавшихся инновационной деятельностью:

- ♦ институты — организации, специализирующиеся на фундаментальных исследованиях и ответственные за развитие в определенной области науки;
- ♦ научно-исследовательские институты — отраслевые организации, специализирующиеся на прикладных исследованиях и ответственные за научно-технический уровень определенной отрасли производства или научно-техническое направление;
- ♦ проектные, конструкторские, технологические организации, институты технико-экономических исследований — отраслевые организации, специализирующиеся соответственно на конструкторских, технологических, проектных (для строительства) или организационных разработках и ответственные за эффективность продукции, технологии, проектов, организацию производства в данной отрасли;
- ♦ монтажно-наладочные (пусконаладочные) управления, организационно-технические, а также центры НОТ, специализирующиеся на освоении разработок;
- ♦ институты научно-технической информации и другие организации, занимающиеся распространением нововведений.

Переход к рыночной экономике обусловил ориентацию инновационной деятельности на конечный результат, на объединение его составляющих в эффективной организационной форме, к тому же располагающей необходимым финансовым потенциалом, обеспечивающим осуществление всех стадий инновационного процесса.

В настоящее время организационно-правовые формы организации инновационной деятельности в стране соответствуют Гражданскому кодексу Российской Федерации (ГК РФ) и Закону Российской Федерации «О науке и государственной научно-технической политике» (1996 г.). Формами инновационной деятельности могут быть: хозяйственные товарищества, различные общества, государственные и муниципальные унитарные предприятия и организации, а непосредственно инновационной деятельностью могут заниматься научно-исследовательские, конструкторские, проектно-конструк- торские, проектные и проектно-изыскательские организации, опытные заводы, научные

подразделения в составе промышленных предприятий, а также высшие учебные заведения.

Инновационная деятельность имеет следующие основные формы организации:

- ♦ научные центры и лаборатории в составе корпоративных структур. Они призваны осуществлять научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР), организовывать освоение и производство новой продукции и услуг;
- ♦ временные творческие научные коллективы или центры, которые создаются для решения определенных крупных и оригинальных научно-технических проблем. По выполнении поставленной задачи эти коллективы или центры распускаются или реорганизуются;
- ♦ государственные научные центры (ГНЦ) — особый тип государственных научных организаций, механизм деятельности которых призван обеспечить согласование, с одной стороны, стратегически долгосрочных приоритетов государства в развитии важнейших направлений науки и техники, а с другой, — экономических и социальных интересов конкретных субъектов научно-технической деятельности. По некоторым данным таких центров в России около 60, и в них сосредоточено свыше 40% научно-прикладного потенциала страны;
- ♦ различные формы технопарковых структур (научные технологические и исследовательские парки, инновационные, инновационно-технологические и бизнес-инновационные центры, инкубаторы бизнеса, технополисы).

Технопарки — это научно-производственные территориальные комплексы, главная задача которых состоит в формировании максимально благоприятной среды для развития малых и средних наукоемких инновационных фирм-клиентов. В структуре технопарка могут находиться информационно-технологический, учебный, консультационный, информационный, маркетинговый центры, а также промышленная зона. Каждый из этих центров предоставляет специализированный набор услуг, включающий, например, услуги по поиску и передаче информации по определенной технологии, услуги по переподготовке специалистов, различного рода консультации и т.п.

В качестве примера можно привести Зеленоградский научно-технологический парк, Томский научный центр. Пермский научно - технологический парк и др.

Бизнес-инкубатор — организация, где начинающие предприниматели получают навыки ведения собственного дела, где им оказывается правовая, экономическая и консультативная помощь.

Технополисы представляют собой крупные современные научно-промышленные комплексы, включающие также университет или другие

высшие учебные заведения, научно-исследовательские институты, а также жилые районы. Здесь создаются благоприятные условия для развития новых научных направлений и наукоемких производств. В качестве примера можно привести технополисы в Дубне, Обнинске, Пущине — альтернативные инновационные фирмы, специализирующиеся на освоении изобретений, ноу-хау, освоении и производстве принципиально новых видов продукции или услуг малыми сериями. Их разновидности обусловлены условиями формирования и представляют собой венчурные фирмы.

Одна из форм технологических нововведений — *венчурный бизнес,* который трактуется как рискованный бизнес. Венчурный бизнес характерен для коммерциализации результатов научных исследований в наукоемких и в первую очередь в высокотехнологичных областях, где получение эффекта не гарантировано и имеется значительная доля риска. Под венчурной фирмой понимается обычно коммерческая научно-техническая фирма, занятая разработкой и внедрением новых и новейших технологий и продукции с не определенным заранее доходом, т.е. с рискованным вложением капитала.

Малые предприятия играют важную роль в развитии инновационного предпринимательства. В свою очередь венчурный бизнес имеет преимущества перед другими формами организации инновационного предпринимательства в малом бизнесе — высокую гибкость, динамизм и др. Венчурное предпринимательство базируется на принципах разделения и распределения риска. Оно позволяет авторам идей, не имеющим в достаточном объеме собственных средств, реализовать эти идеи.

Венчурный бизнес зародился и получил широкое развитие в США. Любой малый инновационный бизнес испытывает ограниченность материальных и финансовых ресурсов, слабость научно- технической базы и нуждается в эффективной поддержке со стороны государства. В США разработана и действует комплексная программа государственной помощи малому инновационному бизнесу. Она включает в себя прямое финансирование малых предприятий из федерального бюджета, систему контрактного финансирования этих предприятий министерствами и ведомствами, благоприятные налоговое законодательство и амортизационный климат. Суть венчурного бизнеса в США состоит в том, что инновационные фирмы реализуют свои идеи с помощью средств, предоставляемых инве-

сторами в обмен на приобретение по льготной пене акций создаваемых компаний.

В России имеются все необходимые предпосылки для развития венчурного предпринимательства. Прежде всего это наличие развитого рынка ценных бумаг и все возрастающее проникновение зарубежных фирм на российский рынок интеллектуальной собственности. Такое проникновение носит не только характер прямой экспансии, но и форму инвестирования в отечественные инновационные проекты. Одна из предпосылок — скрытая приватизация государственной интеллектуальной собственности, когда сотрудники государственных предприятий и научно-исследовательских организаций переходят в малый

инновационный бизнес. Наконец, надо отметить определенный интерес, который проявляют российские предприниматели к нововведениям, не требующим значительных инвестиций.

Все это свидетельствует о том, что венчурное предпринимательство, находящееся в нашей стране лишь в самой начальной стадии, имеет значительную перспективу роста и может сыграть роль катализатора дальнейшего развития инновационного малого бизнеса.

Большое значение для осуществления инновационной деятельности имеет ее четкое и своевременное финансирование. Поскольку эта деятельность характеризуется высокой степенью неопределенности и риска, для ее финансового регулирования важны множественность источников финансирования, гибкость и приспособляемость к быстро меняющейся среде инновационных процессов.

В России основные *источники финансирования* инновационной деятельности —- бюджетные и внебюджетные средства.

Под *бюджетными* понимаются средства федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов. Для решения крупномасштабных научно-технических проблем, для поддержки малого и среднего инновационного бизнеса финансирование осуществляется из бюджетных средств. Это могут быть: централизованные инвестиционные кредиты на возвратной основе; закрепленные в государственной собственности части акций предприятий, осуществляющих инновационную деятельность; государственные гарантии по инвестиционным кредитам, предоставляемым отечественными и зарубежными кредитно-финансовыми учреждениями субъектам инновационной деятельности.

Внебюджетные средства включают I) собственные средства предприятий и организаций, осуществляющих инновационную деятельность, и 2) средства инвесторов.

1. В составе собственных средств предприятий и организаций, направляемых на осуществление инновационной деятельности, могут быть отчисления от прибыли, фонд амортизационных отчислений, фонд развития производства.

Амортизационные отчисления аккумулируются в амортизационном фонде. Этот фонд нередко становится основным источником приобретений нового оборудования, затрат на внедрение новой технологии и т.п., необходимых для осуществления инновационной деятельности.

Фонд развития производства образуется из прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, организации. На средства этого фонда можно приобретать оборудование, финансировать затраты по техническому перевооружению, осуществлять реконструкцию производства, строительство новых объектов, что определяется инновационной политикой предприятия, организации.

Все затраты инновационного характера, независимо от источника финансирования, включаются в себестоимость продукции, услуг.

2. В инновационную деятельность привлекаются и средства инвесторов. Это могут быть: прямые вложения в денежной форме, в виде ценных бумаг, оборудования и других видов основных фондов, кредитные инвестиции, инвестиции в акции, облигации, векселя и др.

При осуществлении инноваций, требующих приобретений или использования на условиях аренды дорогостоящего оборудования, транспортных средств, энергетических установок, компьютерной и телекоммуникационной техники, нередко прибегают к такой прогрессивной форме инвестирования, как лизинг.

Лизинг — это долгосрочная аренда машин, оборудования и других товаров инвестиционного назначения, купленных арендодателем (лизингодателем) для арендатора (лизингополучателя), в целях их производственного использования при сохранении права собственности на них за арендодателем на весь срок договора аренды.

Различают финансовый и оперативный лизинг. Под *финансовым лизингом* понимается форма финансирования приобретения оборудования при посредничестве лизинговой компании, которая покупает его себе в собственность на свои и привлеченные средства, а затем сдает в пользование (в аренду) предприятию- лизингополучателю на определенный срок. Лизинговая компания обязана приобрести то оборудование и у тех поставщиков, что указал лизингополучатель. При финансовом лизинге лизингополучатель, как правило, выкупает оборудование в конце срока договора лизинга. Условия договора не меняются в течение всего срока его действия.

При *оперативном лизинге* срок аренды оборудования лизинга намного меньше срока службы оборудования, сдаваемого в лизинг.

Дальнейшее ужесточение конкуренции на лизинговом рынке приводит к секьюритизации — *венчурной аренде.* При этом финансовые обязательства оформляются не в виде прямых договоров, а в форме ценных бумаг, что при необходимости позволяет третьему лицу нарушить данные обязательства. Венчурная аренда представляет собой более рискованное финансирование проектов без гарантий.

Казалось бы, что с экономической точки зрения лизинг имеет определенное сходство с кредитом, предоставляемым на покупку оборудования. Иначе говоря, если рассматривать лизинг как передачу имущества во временное пользование на условиях срочности, возвратности и платности, то его можно классифицировать как товарный кредит на основные фонды, причем на их активную часть — оборудование. Однако лизинг гораздо привлекательнее традиционного банковского кредитования, особенно для быстроразвивающихся средних и малых предприятий. Сравнительные особенности кредитного и лизингового механизмов представлены в табл. 23.3.

Лизинговая компания, а зачастую одновременно и лизингодатель, — это специализированное учреждение, предоставляющее оборудование в аренду предприятиям, реже — физическим лицам. Задача лизинговой компании состоит в том, чтобы приобретать для своих клиентов нужные им изделия и сдавать их в аренду на заранее согласованный срок за определенную плату. По завершении аренды материальных ценностей арендующая фирма возвращает их лизинговой компании либо продлевает договор на последующий срок (как правило, на льготных условиях), либо приобретает имущество по остаточной стоимости.

Выгода лизинга состоит в том, что арендатору не нужно тратить большие деньги на приобретение современной техники. Эта форма аренды привлекательна для мелких и средних предприятий. Для них становится реальным оперативное проведение реконструкции производства при ограниченных затратах. Лизинг открывает путь потребителю к новейшим достижениям науки и техники, к прогрессивным технологиям.

Таблица 23.3. ***Особенностикредитного илизингового механизмов***[32]

Кредит	*Лизинг*
Финансовые средства направляются на любую предпринимательскую деятельность, в основном на ее модернизацию	Финансовые средства направляются на активизацию производственной деятельности, в основном на ее модернизацию
Контроль за целевым использованием средств в процессе пользования ими	Контроль за целевым расходованием средств, так как в лизинг их использования затруднен
Требуется 100%-ная гарантия за его использование	Размер гарантий снижается на стоимость возврата кредита и процентов оборудования, передаваемого в лизинг, поскольку оно само является гарантией
Приобретенное оборудование предприятия, на него начисляется амортизация	Оборудование не отражается на балансе предприятия, амортизация не начисляется, налог на него не платится
Поскольку плата за кредит включается в себестоимость, что влечет за собой уменьшение налогооблагаемой базы и стимулирует получить доход, который начисляются	Лизинговые платежи покрываются из собственных средств, предприятию необходимо получить доход, на развитие производства все необходимые налоги

Экономическое содержание лизинга и отличие его от аренды состоят в следующем. При взятии в аренду каких-либо материальных ценностей арендатор не становится их собственником и не приобретает правовых обязанностей по отношению к этой собственности. Лизингополучатель принимает на себя обязанности, вытекающие из права собственности, т.е. несет прямую ответственность за риск случайной гибели и техническое обслуживание объекта лизинга. Лизингодатель, как и арендодатель, остается

---

[32] *Кудинов Л.Г.* Инновационные стратегии в машиностроении. — М.: Государственная экономическая академия, 1998. — С. 224.

владельцем объекта лизинга. Гибель или невозможность использования объекта лизинга не освобождают лизингополучателя от обязанностей погашать долг.

Иногда считают, что главное отличие лизинга от аренды состоит лишь в правовых аспектах и зависит от условий соглашения. На самом деле это не так. Лизингополучатель в отличие от арендатора вы

платывает лизингодателю не ежемесячную плату **за** право пользования объектом лизинга (арендную плату), а полную сумму амортизационных отчислений. Из этого следует принципиально новое распределение риска операции. Лизингодатель приобретает какие-либо материальные ценности в интересах и по просьбе лизингополучателя, тогда как при аренде стороны заключают договор в соответствии со встречными, совпавшими интересами. Выплата полной суммы амортизационных отчислений гарантирует хорошее обслуживание объекта лизинга.

В случае выявления дефектов в объекте лизинга лизингополучатель предъявляет рекламации поставщику объекта, а лизингодатель считается полностью свободным от гарантийных обязательств. Фактически арендные договорные отношения заменяются отношениями купли-продажи, но без передачи права собственности. Исходя из этого в начале срока договора объект лизинга амортизируется на значительно большую сумму, чем предусмотрено по нормам амортизации. Срок действия договора лизинга рассчитывают исходя из срока выплаты амортизационных отчислений.

При расчете выплат за аренду их размер в значительной мере зависит от рыночной конъюнктуры (спроса и предложения). В отличие от аренды при лизинге существует практика приобретения **лизингополучателем** объекта по окончании срока действия договора **в** собственность по заранее согласованной покупной цене. В **общем** виде схема лизинга представлена на рис. 23.4.



Га ран I

+ Л ији нгопйшучател ь

Рис. 23.4. Схемализинга

Одновременно с приобретением материальных **ценностей** лизинговая компания и лизингополучатель подписывают между собой соглашения о сроках аренды и ее непрерывности, **о** размере арендных платежей, периодичности их выплаты, условиях страхования объекта лизинга, возможных вариантах владения имуществом по окончании аренды и др. В зависимости **от сро**

ков аренды лизинг подразделяется на: *рейтинг* — аренда на срок от нескольких дней до месяца; *хайринг* — от нескольких месяцев до года; *собственно лизинг* — от года до нескольких лет. По международной практике сроки лизинга зависят от периода амортизации оборудования. Обычно срок лизинга меньше этого периода:

Период амортизации, лет	3 4 5 6—7 8 9—10
Минимальный срок лизинга, лет	3 3 4 5 6 7

В среднем срок аренды машин и оборудования составляет пять — восемь лет, сроки аренды недвижимого имущества более продолжительны — 10—20 лет. В разных странах сроки лизинга определяются различными нормативными документами. Так, в Австралии договор лизинга может быть заключен на срок погашения от 40 до 80% амортизационного фонда.

Научно-технический прогресс вносит коррективы в период морального износа оборудования или другой техники. Этот период значительно сократился и для средств информации составляет, например, в среднем три — пять лет.

Такая форма аренды, как лизинг, должна стать важнейшим звеном передачи новейших видов технических устройств и систем в пользование потребителям.

В зарубежной литературе утверждается, что суть лизинга — в сочетании элементов аренды и банковского кредита. С арендой его роднит отношение к праву собственности, с кредитом — срочность и возвратность. Остальные условия зависят от специфики налогового, гражданского и торгового законодательств. Они не изменяют экономической сути лизинга, а лишь придают ему национальную специфику.

Мировым лидером по объему лизинговых операций считаются США. В Европе лидер по объему лизинговых операций — Великобритания (около 18% всех промышленных инвестиций). Удельный вес лизинга в инвестициях Швеции и Франции — около 15%, Испании — 14, Италии — 10%; хорошо развиты лизинговые операции в Венгрии и Польше.

В любом случае, прежде чем выбрать ту или иную форму организации и финансирования инвестиционной деятельности, целесообразно выполнить финансово-экономический анализ эффективности инновационного проекта.

23.3 Подготовка нового производства на предприятии[1]

Подготовка производствановой продукции—это *комплекс нормативно-технических мероприятий, регламентирующих конструкторскую, технологическую подготовку производства и систему постановки продукции на производство.*

Комплекс нормативно-технических мероприятий включает две стадии.

1. *Опытно-конструкторские работы* — разработка и совершенствование технологических процессов, чертежей на основное изделие; технологическая оснастка, нестандартное оборудование; средства для технического контроля качества и испытаний продукции, укупорки, укладки или расчаливания ее на платформах транспортных средств. Конструкторская документация на товарную (основную) продукцию может быть получена предприятием-производителем от разработчика или разработана им самим.

На этой стадии проводятся экспериментальные работы — изготовление макетов, моделей, проверка работы отдельных составных частей технологической оснастки и нестандартного оборудования.

Стадия опытно-конструкторских работ играет значительную роль в формировании технического уровня будущей продукции. Здесь закладываются основные технические параметры и конструкторские решения новой техники, недостатки которых трудно, а подчас невозможно компенсировать на последующих стадиях.

Технологическая документация (на технологические процессы, технологические условия, производственные инструкции, чертежи на технологическое оснащение и нестандартное оборудование и др.), как правило, разрабатываются технологическими службами предприятия — изготовителя продукции.

2. На стадии *производства технологического оснащения* и *нестандартного оборудования* материализуются научные разработки, полученные на стадии опытно-конструкторских работ. От качества и надежности изготовления этих средств оснащения зависит качество изготовления деталей, узлов и агрегатов конечной продукции.

Уровень подготовки производства новой продукции зависит от многих факторов — технических, экономических, организационных и социальных.

Параграф написан проф. |Е.М. Купряковым|.

К техническим факторам относятся — разработка и внедрение типовых и стандартных технологических процессов, использование стандартизированных и унифицированных средств технологического оснащения; применение системы автоматизированного проектирования (САПР) технологической оснастки; применение автоматизированной системы управления производством, станков с ЧПУ, прогрессивных режимов механической и термической обработки деталей; использование прогрессивных технологических приемов обработки (порошковая металлургия, электрофизические, электрохимические и другие методы); внедрение прогрессивных заготовок (полученных методами точного литья, штамповки в закрытых штампах, фасонных профилей проката и др.) для снижения трудоемкости механической обработки и материалоемкости продукции; улучшение метрологического обеспечения; применение средств активного и объективного технического контроля качества; автоматизация

контроля за выполнением сетевых графиков проектирования и производства средств технологического оснащения.

Экономические факторы включают поэтапное опережающее финансирование работ технологической подготовки производства; предоставление льготных кредитов; создание фонда стимулирования освоения (постановки на производство) новой техники.

К *организационным факторам* относят развитие и углубление специализации производства; аттестацию качества технологических процессов и изготовленных средств технологического оснащения, нестандартного оборудования по результатам качества опытного образца или первой промышленной партии изделий основного производства; улучшение организации вспомогательного производства; совершенствование взаимоотношений между вспомогательным и основным производством; расширение внутризаводского, межзаводского, внутриотраслевого кооперирования.

Социальные факторы — это повышение квалификации исполнителей; механизация и автоматизация производственных и вспомогательных операций для улучшения условий труда; развитие социальной сферы; улучшение психологической атмосферы в коллективе.

Подготовка производства может потребовать технического перевооружения, реконструкции и расширения отдельных производственных участков, а также модернизации оборудования. Все сказанное позволяет заключить, что конструкторская, технологическая подготовка и мероприятия по постановке продукции на производство составляют основу научно-технического прогресса на предприятии.

Подготовка производства новой продукции требует проведения работ в соответствии с нормами, правилами и требованиями, установленными системами соответствующих стандартов. В любом случае создание новой продукции осуществляется в определенной последовательности, которая составляет единый процесс подготовки производства[33]:

- теоретические исследования, имеющие фундаментальный и поисковый характер;
- прикладные исследования, в процессе которых полученные на первом этапе знания находят практическое применение;
- опытно-конструкторские работы, в ходе выполнения которых полученные знания и выводы исследований реализуются в чертежах и образцах новых изделий;
- технологическое проектирование и проектно-организационные работы, в процессе выполнения которых разрабатываются тех-

[33] *Организация* производства на предприятии: Учебник / Под ред. О.Г. Туровпа и Б.Ю. Сербиновского. — Ростов-на-Дону: МарТ, 2002. — С. 97.

нологические методы изготовления и формы организации производства новых изделий;

- ♦ техническое оснащение нового производства — приобретение и изготовление нового оборудования, технологической оснастки и инструмента, а также при необходимости — и реконструкция предприятий и их подразделений;
- ♦ освоение производства новой продукции, когда созданные на предыдущих этапах конструкции изделий и методы их изготовления проверяются и внедряются в производство;
- ♦ промышленное производство, обеспечивающее выпуск новой продукции того качества и в том количестве, которые удовлетворяют потребности общества.

Обеспечение строгой последовательности работ по подготовке производства новой продукции позволит наиболее эффективно осуществить разработку, освоение и выпуск этой продукции.

23.4 Система инновационных коммуникаций

Прежде чем обратиться к системе инновационных коммуникаций, напомним, что под коммуникациями понимают совокупность информационных каналов, позволяющих передавать сведения интеллектуального и эмоционального содержания. Наличие коммуникаций позволяет осуществлять связь между структурными единицами предприятия, чем достигается его целостность как системы. Организация коммуникаций может способствовать, с одной стороны, повышению производительности, а с другой — достижению удовлетворенности в групповом взаимодействии.

Инновационные коммуникации *и характерные для них отношения возникают там, где участники инновации вступают в рыночные отношения и обмениваются информацией по предмету и объекту нововведения, а также (и это главное) разделяют будущий результат и несут риск, связанный с ним*[34].

Таким образом, можно сказать, что инновационная коммуникация — это деятельность, направленная на претворение новаций в жизнь. Сущность инновационной коммуникации заключается в трех основных составляющих:

- ♦ коммуникации как сфере деятельности;
- ♦ технологическом аспекте коммуникации;
- ♦ реализации идей и действий предпринимателя.

Для реализации научной идеи применяются различные способы, набор предметов и субъектная структура, что составляет техно - логический аспект

---

[34] *Ковалев Г.Д.* Инновационные коммуникации: Учеб. пособие для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. - С. 159.

инновационной коммуникации. Эффективные коммуникации, как проявление творчества, образуют особую инновационную культуру.

Для движения научной идеи к практическому использованию нужна реализация соответствующей системы связей и отношений. Эта система не изолирована, она находится в ряду других управленческих систем и несет в себе замыслы, знания и предыдущий опыт в виде специальных аналитических приемов, экономических расчетов и методов принятия решения.

В историческом аспекте новации претерпели серьезные качественные и масштабные изменения от инженерии к современной технологической революции, где нововведения базируются на высокой концентрации интеллекта и сложившейся культуре производственных и социально-культурных отношений.

Инновационные коммуникации базируются на системе взглядов по *экономической оптимизации* инноваций. Суть ее заключается в следующем.

1. Чтобы оптимизировать коммуникации, следует рационализировать их совокупность на всем инновационном пути либо оптимизировать значительные участки этого пути. Для решения такой задачи необходимо с системных позиций подходить к выбору коммуникативных отношений, структуризации управления, к проектированию взаимосвязанных процессов движения ресурсов в инновациях.

2. Построение коммуникативных отношений в инновационной системе осуществляется не столько менеджерами, сколько другими работниками.

3. Возникающие издержки коммуникаций на протяжении всего инновационного процесса можно рассматривать как плату за партнерство субъектов инновации. Чем выше способность инновационной системы к адаптации в условиях все возрастающей неопределенности окружающей среды, тем более эффективны инновационные коммуникации.

Каковы же основные общие свойства системы инновационных коммуникаций?

1. Система инновационных коммуникаций есть целостная совокупность экономических отношений субъектов инновации.

2. Между субъектами такой системы действуют существенные связи, которые с закономерной необходимостью определяют инте- гративные качества системы.

3. Коммуникации между субъектами инновации определенным образом упорядочены.

4. Система инновационных коммуникаций обладает интегра- тивными качествами.

Перечисленные выше свойства коммуникаций проявляются всегда, когда они наполнены инновационными потоками, имеющими определенную целевую направленность и динамику.

Формы организации инновационного процесса. В зарубежной, а теперь и в российской практике выделяют три базовые формы организации инновационного процесса:

- ♦ административно-хозяйственную;
- ♦ программно-целевую;
- ♦ инициативную.

Административно-хозяйственная форма предполагает наличие научно-производственного центра — крупной или средней корпорации, объединяющей под общим руководством научные исследования и разработки, производство и сбыт новой продукции. Большинство организаций и предприятий, выполняющих научные исследования и опытно-конструкторские разработки, функционируют в промышленности.

Решению задач научно-технических прорывов, особенно в таких прогрессивных отраслях, как микроэлектроника, биотехнология, робототехника и других, служит *программно-целевая форма* организации НИОКР. Координационная форма управления целевыми научно-техническими программами предусматривает рабогу участников программ на своих предприятиях и согласование их деятельности из центра управления программой. Не менее эффективным надо считать формирование (как правило, на временной основе) новых предприятий для решения тех или иных крупных задач. Это так называемая чистая программно-целевая структура.

Для усиления связи между научными исследованиями, с одной стороны, и проектированием и разработкой различных принципиально новых видов техники, продукции, систем, с другой, в промышленности организуются инженерные центры. Большое внимание уделяется также созданию университетско-промышленных и университетских исследовательских центров. Управляются такие центры советами, которые разрабатывают планы исследований, а также организуют проведение НИОКР по договорам с заказчиками.

Комплексная форма взаимодействия фундаментальной науки с производством, распространенная в развитых индустриальных странах, — технопарки и технополисы.

Промежуточной формой между административно-хозяйственным и программно-целевым методом руководства процессом научно-технического развития служат временные центры, создаваемые для решения крупных научно-технических проблем. После завершения поставленной перед ним задачи центр реорганизуется.

Еще одна форма организации инновационного процесса — *инициативная.* Она состоит в финансировании научно-технической, консультативно-управленческой и административной помощи изобретателям-одиночкам, инициативным группам, а также малым предприятиям, создаваемым для освоения технических и других нововведений. Значение подобных экономических и организационных механизмов вытекает из

специфики самого инновационного процесса, особенно на ранних стадиях, когда велика степень неопределенности. Здесь главная ставка делается на человеческий фактор.

Зарубежная практика подтверждает высокую эффективность инициативной формы. Так, обследования, проведенные в США, показали, 4ТО мелкие инновационные предприятия с численностью занятых до 300 человек, специализирующиеся на создании и выпуске новой продукции, дают в 24 раза больше нововведений на каждый доллар, вложенный в НИОКР, чем крупные корпорации (с численностью занятых свыше 10 тыс. человек), и в 2,5 раза больше нововведений на одного занятого. Многие крупные предприятия, стремясь активизировать инновационный процесс, создают у себя организационно-экономические условия для тех своих сотрудников, которые способны быть инициаторами и реализовывать на практике серьезные нововведения.

Управление инновационным процессом. Непосредственно управлять инновационным процессом должен *инновационный менеджер.* Специфика инноваций как объекта управления предопределяет особенности труда инновационного менеджера, к которому помимо общих требований (творческий характер, разносторонние знания и аналитические способности) предъявляются и специфические требования. Главное из них — умение мотивировать свои решения перед многочисленными участниками инновации. А профессиональные экономические знания позволяют инновационному менеджеру эффективно работать с экономической информацией, современными базами данных по рынкам, технике и т.п.

Основу деятельности инновационного менеджера составляет работа с экономической информацией по объекту инновации, включающая в себя информацию учетную (первичный, финансовый и управленческий учет), нормативно-справочную и плановую. Другими словами, такой менеджер должен организовать учет **и** анализ событий и решений в инновационном процессе. Собственники инвестированного капитала, инвесторы, кредиторы совместно с инновационным менеджером осуществляют контроль за ходом выполнения инновационного проекта, сопоставляя проектные и фактические показатели инновации.

Конкретная же цель инновационного менеджера состоит в обеспечении долгосрочного функционирования субъекта инновации, что можно оценить по эффективности инвестиций, перспективе устойчивости на рынке и резервам дальнейшего развития производства.

Инновационный менеджер должен уделять равное внимание двум направлениям своей деятельности: совершенствованию внутренней среды организации и взаимодействию с внешней средой.

Известно, что мотивация — комплекс причин, побуждающих работника к действиям, обеспечивающим те или иные результаты деятельности организации. Нередко наличие мотивации приводит к росту производительности труда в не

меньшей степени, чем технологическое перевооружение. Известно немало примеров, когда преимущество достигалось не с помощью передовой технологии, а на основе эффективно работающей системы материальных и моральных стимулов.

Таким образом, в системе инновационных коммуникаций моти- вационному механизму отводится особая роль. Под *мотивационным механизмом* понимается совокупность тех мотивов участников инновации, которые формируются под влиянием взаимодействия **в** инновационном процессе.

Мотивационный механизм инновации, включающий в себя научную, производственную, инвестиционную и рыночную (маркетинговую) деятельность, можно представить в виде интегрированной системы мотивов инновационного предпринимательства. Мотивы конкуренции на товарных рынках генерируют мотивы инновационного характера эффективно их преодолевать, расширяя возможности бизнеса и повышая его конкурентоспособность.

Социальный аспект осуществления инноваций. В процессе инноваций в действующем производстве изменяются характер и условия труда. Известно, что труд может быть физическим и интеллектуальным, а *условия труда* можно подразделить на физические и социальные. К физическим условиям труда можно отнести характер нового оборудования, организацию рабочего места, его освещенность, температуру в производственном помещении и др. К социальным относятся отношения на производстве, участие работников в управлении. После реализации инноваций работники получают определенные преимущества. Инновационные преимущества работников связаны в первую очередь с повышением оплаты труда, улучшением условий деятельности, положительными изменениями в квалификации и статусе.

Вместе с тем при осуществлении инноваций важное значение имеет уменьшение социальных издержек. Направлениями снижения этих издержек могут быть:

- ♦ проведение на начальном этапе, при подготовке инновационного проекта, прогноза социальных последствий инноваций;
- ♦ социологическое обследование коллектива производственного объекта инноваций для выявления особенностей взаимосвязи и взаимозависимости персонала и новой техники;
- ♦ специальная профессиональная подготовка персонала к новым условиям;
- ♦ реорганизация предприятия и систем управления.

Система социальных оценок отражает все показатели уровня жизни, ее качество и благосостояние. Вместе с тем мы наблюдаем различия в толковании понятий «качество» и «уровень жизни» разными гражданами, что приводит к различному набору и уровню социальных индикаторов. Количественное же многомерное отображение социального эффекта от инноваций получить очень трудно.

Экологический аспект осуществления инноваций. Проблемы экологического характера существуют на всех уровнях — местном, национальном, глобальном.

Каждое производство имеет прямое отношение к критически важным воздействиям на окружающую среду. Сюда входят: воздействие на атмосферу, загрязнение среды обитания промышленными отходами; сокращение площади полезных пахотных земель; истощение природных ресурсов и др.

В этой связи необходимо выделить *особенности проявления экологическихпроблем:*

- они обладают многочисленными аспектами, и их решение возможно лишь при использовании комплексного подхода;
- по своей природе они связаны не только с экономическими, но и с неэкономическими потерями;
- неэкономические потери (или ущерб), понесенные здоровьем и благополучием человека, деградация социальных и экологических систем, истощение природных ресурсов, как правило, либо невосполнимы, либо их восполнение связано со значительными, порой неразрешимыми, техническими трудностями;
- экологические проблемы не ограничены одним предприятием или отраслью, а лежат во всей цепочке, начиная от добычи сырья и заканчивая производством готового продукта, и оказывают воздействие на экономику в целом;
- наконец, они нередко вызывают конфликты как политического, так и социального характера.

Поколения инновационных организаций. В центре инновационного процесса находится заказчик инновации — будущий владелец и пользователь результатов инновации. Заказчик инновации сам есть субъект, организационная структура, находящаяся в центре инновационного процесса.

В нашей стране система организаций и предприятий, специализирующихся на инновациях, стала складываться в 1930-е годы. К настоящему времени можно выделить четыре поколения таких организаций и предприятий.

К инновационным организациям первого поколения следует отнести технологические институты, проектные организации и **пус-** коналадочные предприятия, которые распространяли новшества, созданные в стенах академической науки, как правило, естественного направления. Действовали эти организации в рамках одной отрасли.

Начиная с 1970-х годов получили развитие инновационные предприятия второго поколения — научно-производственные объединения. Они создавались по двум направлениям:

- освоения новой товарной продукции;
- соединения прикладных исследований, проектирования **и** опытно-промышленной базы под одной крышей для сокращения цикла производства новой научно-технической продукции.

Инновационные предприятия третьего поколения создавались как межотраслевые. Они обладали широким диапазоном функций и межведомственным составом партнеров. Впоследствии к этим инновационным

образованиям присоединилось кооперативное движение, а также различные общественные организации.

Современные инновационные предприятия можно отнести к четвертому поколению. Здесь сосуществуют и конкурируют между собой элементы всех четырех поколений. Их подлинная роль формируется в сегодняшних условиях рынка новшеств.

Современные формы инновационных коммуникаций. Наряду с конкуренцией между инновационными предприятиями развиваются качественно новые коммуникации, основанные как на научном, так и на коммерческом интересе. В их числе субподряд, кооперация, партнерство и другие формы. Остановим свое внимание на трех современных формах инновационных коммуникаций: кооперационной, субъектной и кризисной.

Кооперационная инновационная коммуникация возникает при организации совместной инновационной деятельности, когда стороны берут на себя обязательства путем научно-технической, производственной и сбытовой кооперации реализовать конкретный проект развития производства. В таких условиях может быть образован инновационный консорциум как разновидность кооперации. Инновационный консорциум не является юридическим лицом, но объединяет партнеров по инновационному проекту на чисто обязательных отношениях между собой и каждого из них — с заказчиком. Подобное объединение может быть создано по принципу совместного несения риска и разделения прибыли пропорционально вкладу каждого партнера в инновацию.

Субъектная инновационная коммуникация возникает в тех случаях, когда для практической реализации инновации экономически целесообразно создать новое юридическое лицо. Такая целесообразность определяется следующими факторами:

- характером и масштабами инновации;
- отсутствием таких действующих производственных объектов, где можно организовать новое производство;
- экономической выгодой именно такого направления инвестиций, осуществляемого путем нового строительства.

Оценка состояния действующего производственного объекта предполагает идентификацию его положения на кривой жизненного цикла. Если предлагаемая инновация касается выпускаемого продукта, то в зависимости от результата идентификации намечаемые инвестиции могут быть связаны либо с ростом продаж, либо с поддержанием или восстановлением достигнутых экономических показателей в определенный период.

Если же речь идет о новом продукте, то устанавливаются условия, исключающие возможное негативное влияние остального производства на нововведение. Это предполагает проведение финансового анализа, оценки платежеспособности в перспективе, а также специальных мер (включая инвестиции) для стабилизации данного субъекта.

В результате такого развития событий образуется особая форма инновационной коммуникации — *кризисная.* Необходимость выделения кризисной инновационной коммуникации подчеркивает не только современную обстановку в реальном секторе экономики, но и ее комплексность. Кризисные инновационные коммуникации наиболее эффективны в рамках финансово-промышленных групп **(ФПГ),** создаваемых специально как инновационные саморазвивающиеся структуры, имеющие стержнем единую сбалансированную производственно-экономическую систему.

Функции инвесторов как субъектов инновационной деятельности. Следует остановить внимание на роли инвестора как субъекта инновационной деятельности. Ка": правило, задача инвестора — осуществлять вложение собственных, заемных или привлеченных средств в форме целевых реальных инвестиций. Однако на практике инвесторы выступают в инновациях в роли вкладчиков, заказчиков, кредиторов, покупателей. Они могут также замещать и любого другого участника инновационной деятельности. Такая универсальность функции инвестора в инновациях определила его участие в инновационных коммуникациях в качестве активного игрока на рынке новшеств и на стороне покупателей, и на стороне продавцов.

Важную роль в системе инновационных коммуникаций играют *инвестиционные институты.* Это в первую очередь коммерческие инвестиционные банки и компании, инвестиционные фонды, страховые и трастовые компании и, наконец, государство.

Здесь же следует отметить, что универсальность функций инвесторов в исследуемых инновационных коммуникациях проявляется в полном участии инвесторов в инновационном бизнесе:

- ♦ в оценке инвестиционной стоимости предприятия;
- ♦ в привлечении средств путем дополнительной эмиссии акций;
- ♦ в управлении активами инновационного субъекта.

Исходя из сказанного можно сделать вывод, что инновационные коммуникации и характерные для них отношения возникают там, где участники инновации вступают в рыночные отношения и

обмениваются информацией по предмету и объекту нововведения, а также разделяют будущий результат и несут риск, связанный с получением этого результата.

Выводы

1. Инновации — это прибыльное использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, организационно-технических и социально-экономических решений производственного, финансового, коммерческого и административного характера.

2. Инновационное предпринимательство имеет дело с созданием, освоением и коммерческим использованием нового продукта или услуги. Этот процесс проходит в три этапа: поиска новой идеи, разработки бизнес-плана; поиска необходимых ресурсов, создания и испытания нового образца; изучения рынка сбыта и продвижения товара на рынок.

3. Организационно-правовые формы, в которых осуществляется инновационное предпринимательство, включают венчурные фирмы, научно-технологический парк, бизнес-инкубатор.

4. Важную роль в инновационной деятельности играют малые предприятия, имеющие ряд серьезных преимуществ перед крупными компаниями: узкую специализацию научных поисков, мобильность и гибкость в подходе к инновациям, оригинальность мышления, настойчивость и упорство.

5. Одна из прогрессивных форм инновационного бизнеса — сотрудничество крупных и мелких предприятий в научных исследованиях и разработках. Наиболее эффективны здесь включение мелких исследовательских предприятий в комплекс крупных корпораций, а также рискованное (венчурное) финансирование.

Большим резервом развития экономики России и повышения ее эффективности служит развитие малого бизнеса в целом и в сфере науки и научного обслуживания в частности.

6. Реализация любого инновационного проекта требует значительных материальных и финансовых затрат, нередко она связана с риском. Поэтому в инновационной деятельности важна оценка эффективности инновационных проектов.

7. Деятельность, направленная на материализацию новаций, составляет инновационные коммуникации. Сущность инновационной коммуникации заключается в трех основных аспектах: коммуникации как сфере деятельности; технологическом аспекте коммуникации; реализации идей и действий предпринимателя.

8. В зарубежной и российской практике выделяют три базовые формы организации инновационного процесса: административно- хозяйственную, программно-целевую и инициативную.

9. Система организаций и предприятий России, специализирующихся на инновациях, насчитывает четыре поколения; в современных инновационных организациях сосуществуют и конкурируют между собой элементы всех четырех поколений.

9. В современных условиях между инновационными организациями развиваются качественно новые коммуникации, важнейшие формы которых — кооперативные, субъектные и кризисные.

10. Важную роль в системе инновационных коммуникаций играют инвестиционные институты, среди которых коммерческие инвестиционные банки и компании, инвестиционные фонды, страховые компании и государство.

Вопросы для самоконтроля

1. В чем заключается связь предпринимательства с новаторством?
2. Раскройте понятия «инновация» и «инновационное предпринимательство».
3. Какие организационно-правовые формы инновационного предпринимательства вы знаете и в чем их сущность?
4. Какую роль в инновационной деятельности играют малые предприятия? В чем их преимущество перед крупными компаниями?
5. Каким образом проявляется сотрудничество крупных и мелких предприятий в научных исследованиях и разработках?
6. Приведите примеры и раскройте содержание важнейших показателей оценки эффективности инновационных проектов.
7. В чем состоит сущность инновационных коммуникаций?
8. Назовите и раскройте содержание базовых форм организации инновационного процесса.
9. Назовите действующие в России инвестиционные институты.

24 Глава
Инвестиционная деятельность предприятия

24.1 Понятия «инвестиции», «инвестиционная деятельность». Инвестиционная политика предприятия

Развитие национальной экономики неразрывно связано с активизацией инвестиционной деятельности предприятий и организаций. В Концепции национальной безопасности Российской Федерации отмечено, что в

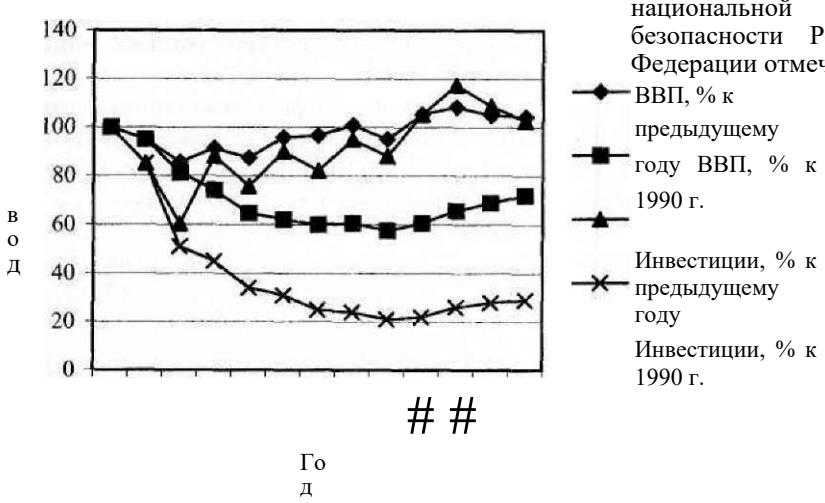


Рис. 24.1.ДинамикаВВПи инвестиций в основнойкапитал Российской Федерации в1990—2002гг.

Источник: Заика И., Крюков А. Национальная экономика и инвестиции // Экономист. - 2003. - № 7. - С. 21.

Инвестиции представляют собой *денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права,*

сфере экономики одной из наиболее существенных угроз является снижение

инвестиционной, инновационной активности и научно-технического потенциала. Кризис российской экономики 1990-х годов негативно сказался как на макроэкономических показателях, так и инвестиционной активности (рис. 24.1).

*имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли **и** (или) достижения иного полезного эффекта.*

Таким образом, инвестиции выступают в *денежной* (денежные средства, ценные бумаги), *материальной* (недвижимость, машины, оборудование, иное имущество) и *нематериальной формах* (имущественные и иные права).

Инвестиционная деятельность реализуется путем вложения инвестиций и осуществления практических действий **в** целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта.

Предприятия и организации, осуществляя инвестиционную деятельность, сталкиваются с проблемой определения наиболее выгодных направлений вложения инвестиций. Выработка текущих и перспективных направлений инвестиционных вложений осуществляется в процессе разработки *инвестиционной политики* предприятия. Особенности инвестиционной политики предприятия определяются рядом факторов, среди которых наиболее значимы: форма собственности; этап жизненного цикла предприятия; вид экономической деятельности; стратегические приоритеты; технический уровень производства; финансово-экономическое состояние.

Инвестиционная политика в первую очередь устанавливает инвестиционные приоритеты предприятия по объекту вложений. В соответствии с объектом вложения инвестиции подразделяются на реальные (в нефинансовые активы) и финансовые; капиталообразующие и портфельные.

Инвестиции в нефинансовые активы — **это** инвестиции в основной капитал, в нематериальные активы, **в** прирост запасов **материальных** оборотных средств, другие нефинансовые активы.

Финансовые — долгосрочные и краткосрочные инвестиции в различные финансовые инструменты в целях получения дохода.

Капиталообразующие инвестиции (капитальные вложения) — это инвестиции **в** основной капитал (основные средства), **в** том числе затраты на новое строительство, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение действующих предприятий, приобретение машин, оборудования, инструмента, инвентаря, **проектно-** изыскательские работы и другие затраты.

Портфельными называются инвестиции в долгосрочные пенные бумаги (акции, облигации, векселя и др.).

Среди нефинансовых вложений приоритетными **в** отечественной экономике являются инвестиции в основной **капитал** (табл. 24.1).

*Таблица 24.1. Структура инвестиций в нефинансовые вложения, % к итогу**

Инвестиции	*1998*	*1999*	*2000*	*2001*	*2002*
В нефинансовые активы — всего** В том числе: в основной капитал в нематериальные активы в другие нефинансовые активы	100 100 100 100 100 98,5 98,6 98,4 99,1 98,5 1,0 1,2 1,5 0,7 " g 0,5 0,2 0,1 0,2 °:N				

* Без объектов малого предпринимательства.

** Без инвестиций в прирост запасов материальных оборотных средств. *Источник.* Российский статистический ежегодник. 2003: Стат. сб. — М: Госкомстат России, 2003. - С. 595.

Анализ динамики финансовых вложений (рис. 24.2) показывает тенденцию опережающего роста краткосрочных над долгосрочными (особенно после 1998 г.).

Далее в процессе выработки инвестиционной политики определяются конкретные направления вложений. В зависимости от перечисленных выше факторов ими могут быть: основное, вспомогательное, обслуживающее производство; инновации; подготовка и повышение квалификации персонала;

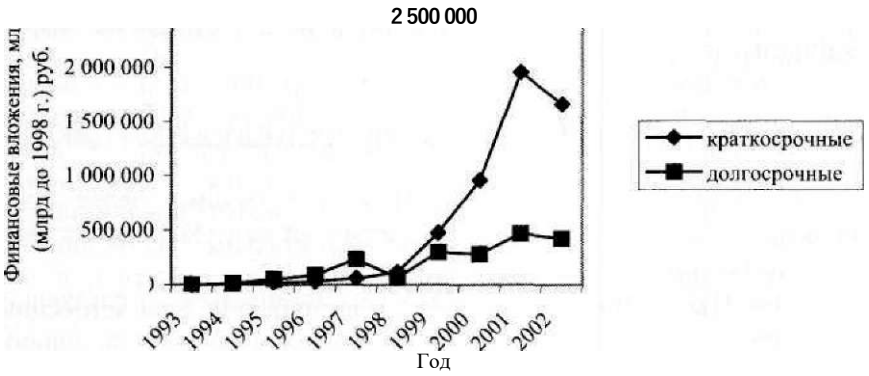


Рис. 24.2. Динамика финансовых вложений в национальную экономику Российской Федерации

Источник: Российский статистический ежегодник. 2003: Стат. сб. — М: Госкомстат России, 2003. - С. 596.

охрана труда; природоохранная деятельность и др.

При разработке инвестиционной политики предприятию необходимо учитывать следующее:

- разрабатываемые мероприятия должны соответствовать нормативно-правовым актам по вопросам регулирования инвестиционной деятельности в Российской Федерации;
- вкладываемые инвестиции обязаны обеспечивать достижение экономического, научно-технического, экологического и социального эффекта;
- предприятие должно получать прибыль на инвестируемый капитал;
- при осуществлении бесприбыльных инвестиционных проектов (например, экологического характера) предприятие обязано обеспечивать эффективное распоряжение средствами на их осуществление;
- предприятие должно предусматривать все возможности использования государственной поддержки в целях повышения эффективности инвестиций;
- предприятием должна прорабатываться возможность привлечения субсидий и льготных кредитов международных и иностранных организаций и банков.

Таким образом, инвестиционная политика предприятия характеризуется не только выработкой текущих и перспективных направлений инвестиционных вложений, но и обеспечением их эффективного использования.

24.2 Инвестиционные проекты. Инвестиционный цикл

ДЛЯ достижения производственно-хозяйственных целей предприятия в рамках инвестиционной политики разрабатываются *инвестиционные проекты.*

Инвестиционный проект может рассматриваться со следующих позиций:

- как обоснование экономической целесообразности, объема и сроков осуществления капитальных вложений;
- как необходимая проектно-смётная документация, разработанная в соответствии с законодательством Российской Федерации и утвержденными в установленном порядке стандартами (нормами и правилами);
- как описание практических действий по осуществлению инвестиций (бизнес-план).

В зависимости от значимости и влияния на внешнюю среду проекты подразделяются:

- на глобальные, реализация которых существенно влияет на экономическую, социальную или экологическую ситуацию на Земле;
- народно-хозяйственные, реализация которых существенно влияет на экономическую, социальную или экологическую ситуацию в стране;
- крупномасштабные, реализация которых существенно влияет на экономическую, социальную или экологическую ситуацию в отдельных регионах или отраслях страны;
- локальные, реализация которых не оказывает существенного влияния на экономическую, социальную и экологическую ситуацию в регионе и не изменяет уровень и структуру цен на товарных рынках.

Предприятия чаще всего реализуют локальные инвестиционные проекты. Вне зависимости от масштабности проекта процесс его осуществления можно рассматривать как совокупность действий, составляющих инвестиционный цикл.

Инвестиционный цикл — это период времени от появления инвестиционного замысла (идеи проекта) до момента достижения поставленных целей.

В соответствии с однородностью содержания выполняемых функций инвестиционный цикл можно разбить на три фазы.

1. Предынвестиционная фаза включает определение и установление целевых параметров инвестиционного проекта, проведение предпроектного анализа инвестиционных возможностей, обоснование инвестиционного проекта. Для локальных инвестиционных проектов целевые параметры зависят от особенностей инвестиционного проекта. Он может быть направлен на освоение новой продукции, технологии, техническое перевооружение и реконструкцию предприятия. В рамках определения целевых параметров необходимо проведение инновационного, патентного и экологического анализа технического решения проекта, проверки необходимости выполнения сертификационных требований. В процессе анализа инвестиционных возможностей оценивается информация о состоянии внутренней и внешней среды предприятия. Обоснование инвестиционного проекта предполагает составление декларации о намерениях.

2. Инвестиционная фаза заключается в разработке, государственной экспертизе и утверждении инвестиционного проекта.

3. Эксплуатационная фаза в зависимости от поставленной цели и объекта проектирования включает осуществление строительно-монтажных работ, приобретение и установку оборудования, набор и обучение персонала, производственную и послепроизвод- ственную деятельность, представляющую собой элемент комплекса маркетинга — продвижения товара на рынок и определение места его продажи.

24.3 Источники финансирования инвестиционных проектов

Источники финансирования инвестиционных проектов выбираются на первой фазе инвестиционного цикла. Ими могут быть как собственные, так и привлеченные со стороны средства.

К собственным средствам, направляемым предприятием на финансирование инвестиционной деятельности, относятся:

- ♦ свободные денежные средства, имеющиеся на счету предприятия к началу реализации инвестиционных проектов;
- ♦ средства, полученные в результате дополнительной эмиссии акций предприятия;
- ♦ денежные средства от реализации излишнего и выбывающего имущества и неамортизированных основных фондов предприятия при перепрофилировании его производства;
- ♦ часть дохода предприятия в форме чистой прибыли и амортизации, реинвестируемой в процессе осуществления инвестиционных проектов.

Привлеченные со стороны средства для финансирования инвестиционного проекта можно подразделить на следующие группы:

а) субсидии — средства, предоставляемые на безвозмездной основе (ассигнования из бюджетов различных уровней, фондов поддержки предпринимательства, благотворительные и иные взносы организаций всех форм собственности и физических лиц, включая международные организации и финансовые институты);

б) заемные средства (кредиты, займы), подлежащие возврату на заранее определенных условиях;

в) средства в виде имущества, предоставляемого предприятию в лизинг.

Таблица 24.2. Структура инвестиций в основной капитал по источникам финансирования, % к итогу

Инвестиции в основной капитал	*1995*	*1996*	*1997*	*1998*	*1999*	*2000*	*2001*	*2002*
Всего	100	100	100	100	100	100	100	100
В том числе								
Собственные средства	49,0	52,3	60,8	53,2	52,4	47,7	50,3	48,0
прибыль	20,9	15,0	13,2	13,2	15,9	23,4	26,6	20,5
амортизация	22,6	27,6	26,5	—	—	18,1	19,3	23.5
Привлеченные средства	51,0	47,7	39,2	46,8	47,6	52,3	49,7	52,0
бюджетные средства (средства консолидированного бюджета)	21,8	20,1	20,7	19,1	17,0	22,0	19,8	19,6
в том числе федерального бюджета	10,1	9,9	10,2	6,5	6,4	6,0	5,8	6,0
бюджета субъектов Российской Федерации и местных бюджетов	11,7	10,2	10,5	12,6	10,6	16,0	14,0	13,6

Источник. Российский статистический ежегодник. 2003: Стат. сб. — М.: Госкомстат России, 2003. - С. 597.

В табл. 24.2 приведена структура инвестиций в основной капитал по источникам финансирования. Она отражает устойчивую тенденцию паритетного соотношения между собственными и привлеченными источниками. Вместе с тем доля кредитных средств в привлеченных источниках должна занимать более значимое место.

ДЛЯ ЭТОГО необходима дальнейшая работа по улучшению инвестиционного климата: снижению инвестиционных рисков, совершенствованию законодательной базы, повышению уровня платежеспособности предприятий и организаций.

Выбор источников финансирования **инвестиционных** проектов в значительной степени зависит от их эффективности,

24.4 Оценка эффективности инвестиционных проектов

Оценка эффективности инвестиционных проектов осуществляется на следующих фазах инвестиционного **цикла:**

1) предынвестиционной (разработки инвестиционного предложения и декларации о намерениях; обоснования инвестиционного проекта; разработки технико-экономического обоснования);

2) инвестиционной (осуществления инвестиционного проекта (экономический мониторинг)).

Расчет эффективности осуществляется **в** соответствии с Методическими рекомендациями по оценке эффективности **инвестиционных** проектов (вторая редакция, исправленная **и** дополненная, утверждена Минэкономики РФ, Минфином РФ и Госстроем РФ 21 июня 1999 г., № В К. 477).

Эффект показывает, насколько результаты реализации проекта выше затрат на него за определенный период времени.

Рекомендуется оценивать эффективность проекта в целом и эффективность участия в проекте.

Показатели эффективности проекта в целом характеризуют с экономической точки зрения технические, технологические и организационные проектные решения.

Эффективность участия в проекте определяется для проверки реализуемости инвестиционного проекта и заинтересованности в нем всех его участников. Показатели эффективности участия в проекте определяются как техническими, технологическими и организационными решениями проекта, так и схемой его финансирования.

В процессе оценки эффективности инвестиционных проектов необходимо учитывать следующие *основные принципы:*

- ♦ рассмотрение проекта на протяжении всего его жизненного цикла (расчетного периода) — от проведения предынвестици- онных исследований до прекращения проекта;
- ♦ моделирование денежных потоков, включающих все связанные с осуществлением проекта денежные поступления и расходы за расчетный период с учетом возможности использования различных валют;

- сопоставимость условий сравнения различных проектов (вариантов проекта);
- положительность и максимум эффекта (при наличии альтернативных проектов предпочтение должно отдаваться тому, у которого наибольший эффект);
- учет фактора времени;
- учет только предстоящих затрат и поступлений;
- сравнение «с проектом» и «без проекта»;
- учет всех наиболее существенных последствий проекта (как непосредственно экономических, так и внеэкономических — экологических, социальных, информационных);
- учет наличия разных участников проекта, несовпадения их интересов и различных оценок стоимости капитала, выражающихся в индивидуальных значениях нормы дисконта;
- многоэтапность оценки (на различных стадиях разработки и осуществления проекта его эффективность определяется заново, с различной глубиной проработки);
- учет влияния на эффективность инвестиционного проекта потребности в оборотном капитале, необходимом для функционирования создаваемых в ходе реализации проекта производственных фондов;
- учет влияния инфляции (учет изменения цен на различные виды продукции и ресурсов в период реализации проекта) и возможности использования при реализации проекта нескольких валют;
- учет (количественный) влияния неопределенностей и рисков, сопровождающих реализацию проекта.

24.5 Методика оценки эффективности инвестиционных проектов

Эффективность проекта в целом оценивается в целях определения потенциальной привлекательности проекта для возможных участников и поиска источников финансирования. Рассматривается общественная и коммерческая эффективность проекта. Показатели общественной эффективности учитывают социально-экономические последствия осуществления инвестиционного проекта для общества в целом. Показатели коммерческой эффективности проекта учитывают финансовые последствия его осуществления для участника.

Эффективность инвестиционных проектов оценивается в течение расчетного периода от **начала** проекта до его прекращения. Расчетный период разбивается на шаги — отрезки, в пределах которых проводится агрегирование данных, используемых для оценки финансовых показателей. Шагам расчета присваиваются номера (0, 1, ...)• Время в расчетном периоде измеряется в годах

или долях года и отсчитывается от фиксированного момента*t*= 0, принимаемого за базовый.

Инвестиционный проект порождает денежные потоки (потоки реальных денег). Значение денежного потока обозначается через Ф(/), если оно относится к моменту времени*t,*или через Ф(т), если оно относится к m-му шагу.

На каждом шаге значение денежного потока характеризуется:

- ♦ притоком, равным размеру денежных поступлений (или результатов в стоимостном выражении) на этом шаге;
- ♦ оттоком, равным платежам на этом шаге;
- ♦ сальдо (активным балансом, эффектом), равным разности между притоком и оттоком.

Денежный поток Ф(?) обычно состоит из (частичных) потоков от отдельных видов деятельности:

- ♦ от инвестиционной деятельности $Ф_{!(}$(/):
- ♦ от операционной деятельностиФ г):
- ♦ от финансовой деятельности! !■>. л /)

Учет фактора времени ориентирован на то, что **настоящая** ценность денег больше, чем будущая. Поэтому для соизмерения разновременных величин применяется дисконтирование (приведение их к ценности настоящего момента времени). Для приведения к начальному моменту времени используется коэффициент дисконтирования a_m, определяемый как величина, обратная начислению процента:

J

ще*е* - норма дисконта, выраженная в долях единицы **в** год;

($_т$- момент окончания m-го шага;

?о — момент приведения, который может не **совпадать с базовым** моментом.

Норма дисконта *Е* представляет собой скорректированную с учетом инфляции минимальную приемлемую для инвестора доходность вложенного капитала при альтернативных и доступных на рынке безрисковых направлениях вложений.

Основными показателями, используемыми для расчетов эффективности инвестиционных проектов, являются:

- ♦ чистый доход;
- ♦ чистый дисконтированный доход;
- ♦ внутренняя норма доходности;
- ♦ потребность в дополнительном финансировании;
- ♦ индексы доходности затрат и инвестиций;
- ♦ срок окупаемости;
- ♦ группа показателей, характеризующих финансовое состояние предприятия — участника проекта.

Условия финансовой реализуемости и показатели эффективности рассчитываются на основании денежного потока $\boldsymbol{Ф_m}$,

4.3.9

Чистым доходом (ЧД) называется накопленный эффект (сальдо денежного потока) за расчетный период:

(суммирование распространяется на все шаги расчетного периода).

Чистый дисконтированный доход (ЧДД) — накопленный дисконтированный эффект за расчетный период — один из важнейших показателей, на основании которого принимается решение об эффективности (неэффективности) проекта. ЧДД рассчитывается по формуле

ЧД и ЧДД характеризуют превышение суммарными денежными поступлениями суммарных затрат для данного проекта соответственно без учета и с учетом фактора времени.

Разность (ЧД — ЧДД) нередко называют дисконтом проекта. Положительное значение ЧДД показывает, что данный вариант проекта при выбранной норме дисконта доходен, т.е. инвестор получит норму прибыли выше, чем расчетная норма дисконта. Если сравниваются альтернативные проекты, предпочтение должно отдаваться проекту с большим значением ЧДД.

Показатель ЧДД имеет как плюсы, так и минусы. К плюсам относится простота расчета показателя и то, что он отражает реальное изменение активов инвестора при реализации проекта. Вместе с тем значение ЧДД сильно зависит от субъективно выбранного значения нормы дисконта. Еще одна отрицательная черта — слабый учет разных по размерам требуемых инвестиций в процессе выбора различных проектов.

Внутренняя норма доходности (ВНД) — в некоторых случаях ее определение предваряет инвестиционные расчеты. Это связано с тем, что она выявляет границу, отделяющую все доходные инвестиционные проекты от убыточных. Чаще всего для инвестиционных проектов, начинающихся с инвестиционных затрат и имеющих положительный ЧД, внутренней нормой доходности называется положительное число $E_н$, если:

- при норме дисконта /- - /-'.,. ЧДД проекта обращается в 0;
- это число единственное.

Для оценки эффективности инвестиционных проектов значение ВНД необходимо сопоставлять с нормой дисконта *Е.* Инвестиционные проекты, у которых ВНД > *Е,* имеют положительный ЧДД и поэтому эффективны. Проекты, у которых ВНД < *Е,* имеют отрицательный ЧДД и потому неэффективны.

Для оценки эффективности инвестиционного проекта за первые *к* шагов расчетного периода используются следующие показатели:

- *текущий чистый доход* (накопленное сальдо):

• *текущий чистый дисконтированный доход* (накопленное дисконтированное сальдо):

• *текущая внутренняя норма доходности.*

Сроком окупаемости называется продолжительность периода от начального момента до момента окупаемости. За начальный момент обычно принимают начало нулевого шага или начало операционной деятельности. Моментом окупаемости называется тот наиболее ранний момент времени в расчетном периоде, после которого текущий чистый доход ЧД® становится положительным.

Сроком окупаемости с учетом дисконтирования называется продолжительность периода от начального момента до момента окупаемости с учетом дисконтирования — того наиболее раннего момента в расчетном периоде, после которого ЧДДА:) становится положительным.

Показатель «срок окупаемости» особенно важен и интересен для инвесторов — кредитных организаций. В этом случае он должен быть менее периода пользования кредитом предприятием- заемщиком.

Основными недостатками показателя являются:

- учет только той части результатов, которая получается до наступления срока окупаемости;
- отсутствие учета прибыльности;
- невозможность использования показателя для суммарной оценки эффективности нескольких инвестиционных проектов для предприятия.

Потребность в дополнительном финансировании (ПФ) — максимальное значение абсолютной величины отрицательного накопленного сальдо от инвестиционной и операционной деятельности. ПФ показывает минимальный объем внешнего финансирования проекта, необходимый для обеспечения его финансовой реализуемости. Поэтому ПФ называют еще *капиталом риска.*

Потребность в дополнительном финансировании с учетом дисконта (ДПФ) — максимальное значение абсолютной величины отрицательного накопленного дисконтированного сальдо от инвестиционной и операционной деятельности. ДПФ показывает минимальный дисконтированный объем внешнего финансирования проекта, необходимый для обеспечения его финансовой реализуемости.

Индексы доходности характеризуют (относительную) отдачу проекта на вложенные в него средства. Они могут рассчитываться как для дисконтированных, так и для недисконтированных денежных потоков. При оценке эффективности часто используются:

- *индекс доходности затрат* — отношение суммы денежных притоков (накопленных поступлений) к сумме денежных оттоков (накопленным платежам);

- *индекс доходности дисконтированных затрат* — отношение суммы дисконтированных денежных притоков к сумме дисконтированных денежных оттоков;
- *индекс доходности инвестиций* (ИД) — отношение суммы элементов денежного потока от операционной деятельно - сти к абсолютной величине суммы элементов денежного потока от инвестиционной деятельности. Он равен увеличенному на единицу отношению ЧД к накопленному объему инвестиций;
- *индекс доходности дисконтированных инвестиций* (ИДД) — отношение суммы дисконтированных элементов денежного потока от операционной деятельности к абсолютной величине дисконтированной суммы элементов денежного потока от инвестиционной деятельности. ИДД равен увеличенному на единицу отношению ЧДД к накопленному дисконтированному объему инвестиций.

При расчете ИД и ИДД могут учитываться либо все капиталовложения за расчетный период, включая вложения в замещение выбывающих основных фондов, либо только первоначальные капиталовложения, осуществляемые до ввода предприятия в эксплуатацию (соответствующие показатели будут, конечно, иметь различные значения).

При ИД > 1 (при ЧД > 0) проект признается эффективным, и наоборот. То же самое относится и к индексу доходности затрат и инвестиций.

24.6 Учет инфляции, риска и неопределенности

Расчет эффективности инвестиционных проектов с использованием приведенных показателей не позволяет получить достоверный результат без учета инфляции. Инфляция существенно влияет на эффективность инвестиционного проекта, условия его финансовой реализуемости, потребность в финансировании и эффективность участия в проекте собственного капитала. Наибольшее влияние инфляция оказывает на проекты с длительным циклом и требующие больших объемов заемных средств, а также использования нескольких валют.

Учет инфляции осуществляется с использованием:

- ♦ общего индекса внутренней рублевой инфляции, определяемого с учетом систематически корректируемого рабочего прогноза хода инфляции;
- ♦ прогнозов валютного курса рубля;
- ♦ прогнозов внешней инфляции;
- ♦ прогнозов изменения во времени цен на продукцию и ресурсы (в том числе газ, нефть, энергоресурсы, оборудование, строительно-монтажные работы, сырье, отдельные виды материальных

ресурсов), а также прогнозов изменения уровня средней заработной платы и других укрупненных показателей на перспективу;

- ♦ прогноза ставок налогов, пошлин, ставок рефинансирования Центрального банка Российской Федерации и других финансовых нормативов государственного регулирования.

Для описания влияния инфляции на эффективность инвестиционного проекта используются следующие показатели:

- ♦ общий индекс инфляции за период; он равен отношению среднего уровня цен в конце *m*-го шага к среднему уровню цен в начальный момент времени;
- ♦ общий индекс инфляции за m-й шаг J_m, равный отношению среднего уровня цен в конце ш-го шага к среднему уровню цен в конце $(m - 1)$-го шага (цепной общий индекс инфляции);
- ♦ темп (уровень, норма) общей инфляции i_m за этот шаг, выражаемый обычно в процентах в год (или в месяц);
- ♦ средний базисный индекс инфляции на *m-м* шаге MJ_m, равный отношению среднего уровня цен в середине m-го шага к среднему уровню цен в начальный момент.

Аналогичными показателями характеризуется изменение цен на отдельные виды товаров и услуг.

Практически любые инвестиции в большей или меньшей степени являются рисковыми. Риск и неопределенность — сходные понятия. Неопределенность характеризуется неполной или неточной информацией об условиях реализации проекта, осуществляемых затратах и достигаемых результатах. Риск — это неопределенность, связанная с возможностью возникновения в ходе осуществления проекта неблагоприятных ситуаций и последствий. В отличие от неопределенности понятие «риск» более субъективно, так как последствия реализации проекта, неблагоприятные для одного из участников, могут быть благоприятны для другого.

Чем серьезнее инвестиционный проект, крупнее инвестиции, продолжительнее срок получения отдачи от них, тем выше инвестиционный риск. Инвестиционные риски могут заключаться:

- ♦ в упущенной выгоде (когда принимается решение о реализации инвестиционного проекта, который в результате дает меньший, чем другие, доход);
- ♦ в снижении доходности в результате воздействия ряда внутренних и внешних факторов (уменьшение объемов продаж по сравнению с запланированным, изменение процентной ставки по кредиту и так далее);
- ♦ в возможных прямых финансовых потерях из-за банкротства партнеров, изменения рыночной конъюнктуры и прочих факторов.

Степень риска определяет степень неопределенности результатов, возникающую при неполноте или неточности информации как внешней, так и внутренней, связанной с условиями реализации инвестиций. Для того чтобы

расчет эффективности инвестиционных проектов был достаточно достоверным, необходим учет факторов риска и неопределенности. Проект считается устойчивым, если при всех сценариях он оказывается эффективным и финансово реализуемым. Это означает, что возможные неблаго- 15*

приятные последствия устраняются мерами, предусмотренными организационно-экономическим механизмом проекта.

Для оценки устойчивости и эффективности проекта в условиях неопределенности рекомендуется использовать следующие методы:

1) укрупненную оценку устойчивости;
2) расчет уровней безубыточности;
3) метод вариации параметров;
4) оценку ожидаемого эффекта проекта с учетом количественных характеристик неопределенности.

Каждый последующий метод является более точным, хотя и более трудоемким, и поэтому применение каждого из них делает ненужным использование предыдущих.

Все методы, кроме первого, предусматривают разработку сценариев реализации проекта в наиболее вероятных или наиболее опасных для каких-либо участников условиях и оценку финансовых последствий осуществления таких сценариев. Это дает возможность при необходимости предусмотреть в проекте меры по предотвращению или перераспределению возникающих потерь. К таким мерам могут относиться:

- ♦ изменение размеров и условий предоставления займов;
- ♦ создание необходимых запасов, резервов денежных средств, отчислений в дополнительный фонд;
- ♦ корректировка условий взаиморасчетов между участниками проекта;
- ♦ страхование участников проекта на те или иные страховые случаи.

Если и при этих коррективах проект остается неустойчивым, его реализация признается нецелесообразной при отсутствии дополнительной информации, достаточной для применения четвертого из перечисленных методов. В противном случае решение о реализации проекта принимается на основании этого метода без учета результатов всех предыдущих.

Выводы

1. Активизация инвестиционной деятельности предприятий и организаций является одним из факторов обеспечения национальной безопасности Российской Федерации.

2. Инвестиции могут выражаться в денежной (денежные средства, ценные бумаги), материальной (недвижимость, машины, оборудование, иное имущество) и нематериальной формах (имущественные и иные права).

3. В соответствии с объектом вложения инвестиции подразделяются на реальные (в нефинансовые активы) и финансовые; капи- талообразующие и портфельные.

4. Инвестиционная политика предприятия характеризуется выработкой текущих и перспективных направлений инвестиционных вложений и обеспечением их эффективного использования. В рамках осуществления инвестиционной политики разрабатываются и реализуются инвестиционные проекты.

5. Инвестиционный проект может рассматриваться как обоснование экономической целесообразности, объема и сроков осуществления капитальных вложений; как необходимая проект- но-сметная документация, разработанная в соответствии с законодательством Российской Федерации и утвержденными в установленном порядке стандартами (нормами и правилами); как описание практических действий по осуществлению инвестиций (бизнес-план).

6. Инвестиционный цикл представляет собой период времени от появления инвестиционного замысла (идеи проекта) до момента достижения поставленных целей. Он состоит из трех фаз: предын- вестиционной, инвестиционной, эксплуатационной.

7. Источники финансирования инвестиционного проекта выбираются на первой фазе инвестиционного цикла. Ими могут быть как собственные, так и привлеченные со стороны средства.

8. Оценка эффективности инвестиционных проектов осуществляется на предыинвестиционной (разработка инвестиционного предложения и декларации о намерениях; обоснование инвестиционного проекта; разработка технико-экономического обоснования) и инвестиционной стадиях.

9. Рекомендуется оценивать эффективность проекта в целом и эффективность участия в проекте.

10. Основными показателями, используемыми для расчетов эффективности инвестиционных проектов, являются: чистый доход; чистый дисконтированный доход; внутренняя норма доходности; потребность в дополнительном финансировании; индексы доходности затрат и инвестиций; срок окупаемости; группа показателей, характеризующих финансовое состояние предприятия — участника проекта.

П. Для обеспечения достоверности результатов расчета эффективности необходимо учитывать влияние на них инфляции, факторов риска и неопределенности.

Вопросы для самоконтроля

1. Дайте определение понятий «инвестиции», «инвестиционная деятельность», «инвестиционная политика».
2. Приведите перечень факторов, определяющих особенности инвестиционной политики предприятия.
3. Что такое инвестиционный проект? Чем отличается глобальный инвестиционный проект от народно-хозяйственного, крупномасштабного, локального?
4. Дайте определение инвестиционному циклу и его содержанию.

5. Каковы источники финансирования инвестиционных проектов?

6. Какова современная структура источников финансирования инвестиционных проектов?

7. Назовите принципы оценки эффективности инвестиционных проектов.

8. Каковы основные показатели, используемые для расчетов эффективности инвестиционных проектов?

9. Как осуществляется учет инфляции при оценке эффективности инвестиционных проектов?

10. Что такое риск и неопределенность?

11. Какие методы применяются при оценке риска и неопределенности инвестиционных проектов?

Глава 25 Качество продукции и техническое регулирование

25.1 Понятие «качество продукции». Показатели качества

Качество продукции должно удовлетворять общественные и личные потребности. Качество и количество выпускаемой продукции являются источником национального богатства страны. Высокое качество продукции — это интенсивный фактор роста национального богатства.

В современных условиях выживаемость любой фирмы, ее устойчивое положение на рынке товаров и услуг определяются уровнем конкурентоспособности, которая связана с ценой и качеством продукции.

В настоящее время на международных рынках имеют спрос товары высокого качества по относительно умеренным ценам. Продукция низкого качества, как правило, не находит сбыта даже по низким ценам. Это обстоятельство имеет большое значение для организации работ по управлению качеством продукции. Отличительной особенностью проблемы качества в современных условиях является то, что с изменением условий и жизни людей она не упрощается, а становится все более сложной.

Общепризнанное определение качества продукции таково. ***Качество продукции*** есть *совокупность свойств продукции, обусловливающих ее*

пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением.

Свойство продукции — это объективная особенность, проявляющаяся при ее создании, эксплуатации или потреблении.

В зависимости от степени проявления того или иного свойства, составляющего качество продукции, меняется его оценка. Степень проявления каждого свойства продукции оценивается посредством характеристик, называемых показателями качества. ***Показатель качества*** *— количественная характеристика свойств продукции, входящих в состав ее качества, рассматриваемая применительно к определенным условиям ее создания, эксплуатации или потребления. Наименование показателя определяет характеризуемое свойство:прочность, мощность, надежность и т.д.*

Числовые значения показателей качества измеряются как в размерных, так и в безразмерных величинах. В зависимости от свойств продукции показатели качества могут быть отнесены к одному из двух классов:

- могут быть измерены объективными средствами — мощность, скорость, вес, напряжение и т.д.;
- нельзя определить объективными средствами вкус продуктов, внешний вид, запах и т.д.

В зависимости от целей оценки качества продукции существуют различные классификации показателей качества. Признаками классификации являются: характеризуемые свойства, способ выражения, количество характеризуемых свойств, применяемость для оценок, стадии определения значений показателей.

1. Классификационная группа, предназначенная для выбора и обоснования номенклатуры показателей качества, соответствующих конкретной потребности. В эту группу входят: показатели назначения, экономного использования ресурсов (сырья, материалов, топлива, энергии), надежности (безотказности, долговечности, ремонтопригодности, сохраняемости), эргономические и эстетические показатели, показатели технологичности, транспортабельности, стандартизации и унификации, патентно-правовые, показатели экологично- сти и безопасности.

Показатели назначения характеризуют свойства продукции, определяющие основные функции, для выполнения которых она предназначена, и обусловливают область ее применения. Они характеризуют важнейшие свойства продукции.

Показатели экономного использования сырья, материалов, топлива и энергии характеризуют свойства изделия, отражающие его техническое совершенство по уровню или степени потребляемых им сырья, материалов, топлива и энергии при эксплуатации.

Показатели надежности. Определение *надежности* тесно связано с понятиями «работоспособность» и «отказ». Работоспособное состояние — то, при котором продукция способна выполнять заданные функции или сохранять

значения параметров в заданных пределах. Отказ — нарушение работоспособности продукции. Надежность характеризуется безотказностью, сохраняемостью, ремонтопригодностью. Безотказность характеризуется временем наработки на отказ, т.е. до первого отказа. Сохраняемость характеризуется условиями хранения и транспортирования, а также мерами защиты от вредных воздействий и определяется временем годности продукции. Ремонтопригодность характеризуется временем восстановления.

Эргономические показатели характеризуют систему человек — изделие и учитывают комплекс гигиенических, антропометрических, физиологических и психологических свойств человека, проявляющихся в производстве и быту. К ним, в частности, относятся антропометрические показатели соответствия конструкции изделия форме тела человека и отдельных его частей, входящих в контакт с изделием, соответствия конструкции изделия распределению веса человека и т.п. Психологические показатели соответствия изделия возможностям восприятия и переработки информации человеком, соответствия изделия при его использовании навыкам человека.

Эстетические показатели характеризуют информационную выразительность, рациональность формы, целостность композиции и совершенство производственного исполнения продукции и стабильности ее товарного вида.

Показатели технологичности характеризуютсистемно-структурные свойства продукции, определяющие возможности снижения затрат трудовых, материальных и энергетических ресурсов на ее создание и применение при достижении заданного эффекта от использования продукции в соответствии с назначением и принятыми рациональными условиями производства, эксплуатации или применения.

Показатели транспортабельности характеризуют приспособленность продукции к перемещению в пространстве (транспортированию), которое не сопровождается эксплуатацией или потреблением, а также подготовительными и заключительными операциями, связанными с транспортированием.

Показатели стандартизации и унификации характеризуют насыщенность изделий стандартными, унифицированными и оригинальными составными частями, а также уровень унификации с другими изделиями. Стандартными являются составные части, выпускаемые по национальным стандартам. К унифицированным относятся составные части изделия, выпускаемые по стандартам данного предприятия, если они используются хотя бы в двух различных изделиях, выпускаемых на данном предприятии. Оригинальными называются составные части, разработанные только для данного изделия.

Патентно-правовые показатели характеризуют патентную защиту и патентную чистоту продукции.

Показатель патентной защиты выражает степень защиты изделия авторскими свидетельствами и патентами стран предполагаемого экспорта. Он позволяет судить о воплощении в изделии отечественных технических решений, признанных изобретениями в России и за рубежом.

Показатель патентной чистоты выражает степень воплощения в изделии, предназначенном для реализации только внутри страны, технических решений, не подпадающих под действие выданных в России патентов исключительного права, а для изделий, предназначенных для реализации за рубежом, — технических решений, не подпадающих также под действие патентов, выданных в странах предполагаемого экспорта. Этот показатель позволяет судить о возможности беспрепятственной реализации изделия в России и за рубежом.

Экологические показатели характеризуют особенности продукции, определяющие уровень вредных воздействий на окружающую среду, возникающих при эксплуатации или потреблении продукции.

Показатели безопасности характеризуют особенности продукции, обусловливающие при ее эксплуатации или потреблении безопасность человека. Они должны также отражать требования, обеспечивающие защиту человека в условиях аварийной ситуации, не санкционированной и не предусмотренной правилами эксплуатации.

2. Классификационная группа, где классификационным признаком является способ выражения, служит для технико-экономического анализа качества продукции, при котором необходимо знать полезный эффект каждого свойства, выраженный как в натуральных, так и в стоимостных величинах.

3. Классификационная группа, где классификационным признаком является количество характеризуемых свойств, служит для применения показателей качества в различных методах оценки уровня качества продукции. Выделяют единичные и комплексные показатели качества. *Единичный показатель* качества продукции относится только к одному из ее свойств. *Комплексный показатель* качества относится к нескольким ее свойствам.

4. Классификационная группа, где классификационным признаком является применяемость для оценок, служит для выбора базовых образцов продукции при определении уровня качества продукции и технического уровня продукции. Под *уровнем качества* продукции понимается оценка, полученная при сравнении показателей качества данной продукции с аналогичными показателями базовой продукции, принятой в качестве эталона для сравнения.

Под *техническим уровнем* продукции понимается относительная характеристика качества продукции, основанная на сопоставлении показателей, характеризующих техническое совершенство оцениваемой продукции с соответствующими базовыми значениями. Техническое совершенство продукции отражают такие показатели, как безопасность, материалоемкость, энергоемкость, эрго- номичность и др.

5. Классификационная группа, где классификационным признаком служат стадии жизненного цикла продукции, на которых определяются значения показателей качества. *Жизненный цикл* продукции включает в себя следующие стадии: прогнозирование, разработка или проектирование, изготовление, обращение, эксплуатация или потребление, утилизация (при необходимости).

С понятиями «уровень качества продукции» и «технический уровень» тесно связано понятие *конкурентоспособность.* Когда речь идет об оценке качества или технического уровня продукции, то сравнению подлежат лишь однородные изделия. С позиции оценки конкурентоспособности, когда за базу сравнения берется конкретная потребность, возможно сопоставление и неоднородных товаров, поскольку они представляют собой различные способы удовлетворения одной и той же потребности.

Конкурентоспособность продукции предприятия определяется результатом конкурентной борьбы во временном периоде — занятой долей конкретного рынка. Измерение возможно как в натуральных, так и в стоимостных единицах, которые более точны при дифференциации цен и качества продукции. По результатам конкурентной борьбы за рынок сбыта конкурентоспособность продукции данного предприятия может быть определена отношением занимаемых долей рынка по объемам продукции данного предприятия к конкурирующим долям рынка продукции, занятым каждым предприятием.

25.2 Управление качеством продукции

Управление качеством продукции—это *постоянный целеустремленный процесс воздействия на факторы и условия, обеспечивающие создание продукции оптимальной с точки зрения предъявляемых к ней требований и обеспечивающей максимально эффективное ее использование.*

Под *фактором* понимается конкретная сила, способная изменить свойства исходных материалов. К факторам относятся предметы труда, средства труда, живой труд. Их соединение изменяет свойства материалов таким образом, что эти свойства становятся способными удовлетворять определенные потребности.

Под *условиями повышения качества* продукции понимаются обстоятельства, среда, в которых действуют факторы улучшения качества. По масштабам воздействия условия могут быть частными и общими. К *частным* условиям относятся формы организации производства и труда, психологический климат в коллективе и др. К *общим* условиям относятся условия рынка, действующий механизм поощрения за высокое качество продукции и др.

Условия оказывают существенное влияние на проявление возможностей факторов. В зависимости от условий факторы либо полностью проявляют свои возможности, либо это проявление сдерживается, и тогда для улучшения качества необходимо затратить больше времени и средств. Одна из наиболее сложных задач управления качеством состоит в том, чтобы при выработке мероприятий по улучшению качества продукции обеспечить наиболее гармоничное сочетание факторов и условий этой деятельности.

Системно-комплексный подход к организации работ по управлению качеством в нашей стране начал развиваться с середины 1950-х годов, когда в Саратове была создана система бездефектного изготовления продукции. Затем последовали другие системы, а вершиной развития отечественных систем управления качеством стали комплексные системы управления качеством продукции (КС УКП), разработанные в середине 1970-х годов. Эти системы создавались на основе обобщения опыта управления качеством как у нас в стране, так и за рубежом. КС УКП — это первая система, в которой организационно-технической основой стали стандарты предприятия. Многие подходы, использованные в КС УКП, в дальнейшем получили развитие в стандартах ISO серии 9000 «Управление качеством продукции».

Концентрированный международный опыт управления качеством продукции на предприятиях собран в международных стандартах по управлению качеством. Во многих странах эти стандарты приняты в качестве национальных: в Австрии, Великобритании, ФРГ, Швеции, Швейцарии и др. В зарубежной практике международные стандарты управления качеством применяются при заключении контрактов между фирмами в качестве моделей для оценки системы обеспечения качества у поставщика.

В марте 1987 г. Международная организация по стандартизации (ISO) приняла комплекс международных стандартов серии 9000 «Управление качеством продукции»: 9000—9004. В этих стандартах были сформулированы основные принципы систем качества, которые не утратили своей актуальности и в настоящее время. Прежде всего установлено, что система качества создается и внедряется на предприятии как средство, обеспечивающее проведение определенной политики и достижения поставленных целей в области качества. Поэтому первичным считается формулирование и документальное оформление высшими руководителями предприятия политики в области качества. Руководство должно обеспечить понимание этой политики, ее проведение и внедрение на всех уровнях предприятия.

Система качества должна охватывать все стадии жизненного цикла продукции. Жизненный цикл также называется *петлей качества.* Обычно его разбивают на более мелкие этапы: маркетинг, поиск и изучение рынка, проектирование и (или) разработка технических требований, разработка продукции, материально-техническое снабжение, подготовка и разработка производственных процессов, производство, контроль, проведение испытаний и обследований, упаковка и хранение, реализация и распределение продукции, монтаж и эксплуатация, техническая помощь и обслуживание, утилизация после использования.

По характеру воздействий на этапы петли качества могут быть выделены три направления: обеспечение качества, управление качеством и улучшение качества.

Обеспечение качества продукции представляет собой совокупность планируемых и систематически проводимых мероприятий, создающих условия для выполнения каждого этапа петли качества таким образом, чтобы продукция

удовлетворяла определенным требованиям по качеству. Для технических изделий обеспечение качества означает, что обеспечивается проектирование и изготовление изделия таким образом, что все его детали и изделие в целом изначально могут выполнять заданные функции.

Управление качеством продукции представляет собой методы и деятельность оперативного характера. К ним относятся управление процессами, выявление различного рода несоответствий в продукции, производстве или в системе качества и устранение этих несоответствий и вызвавших их причин. Примером управления качеством может служить статистическое регулирование технологического процесса с помощью контрольных карт. Этот метод позволяет предупреждать появление дефектов и отклонений, поэтому его предпочитают другим методам, связанным с управлением качеством по уже случившимся отклонениям.

Цель постоянного улучшения качества продукции может быть следующей:

- ♦ улучшение параметров продукции;
- ♦ повышение стабильности качества изготовления;
- ♦ снижение издержек.

Это связано с принципами оптимизации, где в качестве оптимизируемого параметра может выступать какой-либо один, а остальные являются ограничениями.

Следующая версия международных стандартов датируется 1994 г., когда был принят стандарт ISO 9000—1:1994. Структурно эти стандарты повторяют стандарты 1987 г., однако число документов было увеличено за счет введения дополнительных частей в стандарты ISO 9000 и ISO 9004. Хронологически эта версия стандартов принималась с 1991 по 1997 г. Одной из важнейших особенностей этой версии международных стандартов является то, что их объектами наряду с продукцией стали услуги и программные средства.

В декабре 2000 г. Международная организация по стандартизации опубликовала стандарты серии 9000 версии 2000 г. В их состав вошли:

ISO 9000 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь;

ISO 9001 Системы менеджмента качества. Требования;

ISO 9004 Системы менеджмента качества. Руководящие указания по улучшению деятельности.

В этой версии требования к системе качества установлены только в одном стандарте — ISO 9001, охватывающем все стадии жизненного цикла. При переводе версии стандартов 2000 г. употребили термин «менеджмент» вместо «управление». Под менеджментом здесь понимается скоординированная деятельность по руководству и управлению предприятием.

В стандартах дается обоснование необходимости создания системы менеджмента качества, которая может содействовать предприятию в повышении удовлетворенности потребителей. Система менеджмента качества дает уверенность самому предприятию и потребителям в ее способности поставлять продукцию, полностью соответствующую требованиям.

Система менеджмента качества является частью системы менеджмента предприятия, которая направлена на достижение качества, удовлетворяющего потребности заинтересованных сторон. Цели в области качества дополняют другие цели предприятия, связанные с развитием, финансированием, рентабельностью, окружающей средой, охраной труда и безопасностью. Различные части системы менеджмента предприятия могут быть интегрированы вместе с системой менеджмента качества в единую систему менеджмента, использующую общие элементы. Это может облегчить планирование, выделение ресурсов, определение дополнительных целей и оценку общей эффективности предприятия.

Предприятие должно разработать, задокументировать, внедрить и поддерживать в рабочем состоянии систему менеджмента качества, а также постоянно улучшать ее эффективность. Для выполнения этих требований предприятию следует:

- ♦ определить процессы, необходимые для системы менеджмента качества, и их применение для всего предприятия;
- ♦ определить последовательное гь и взаимодействие этих процессов;
- ♦ определить критерии и методы, необходимые для обеспечения результативности как при осуществлении, так и при управлении этими процессами;
- ♦ обеспечить наличие ресурсов и информации, необходимых для поддержания этих процессов и мониторинга;
- ♦ непрерывно осуществлять мониторинг и анализ этих процессов;
- ♦ принимать меры, необходимые для достижения запланированных результатов и постоянного улучшения этих процессов.

Система менеджмента качества организации должна быть задокументирована. Организационно-методической основой системы качества чаще всего служат стандарты предприятия. Документация системы менеджмента качества должна включать:

- ♦ документально оформленную политику и цели предприятия в области качества;
- ♦ руководство по качеству;
- ♦ документированные процедуры, необходимые для функционирования системы менеджмента качества;
- ♦ документы, необходимые организации для обеспечения эффективного планирования, осуществления процессов и управления ими.

Система менеджмента качества в соответствии со стандартами ISO 9000 версии 2000 г. разрабатывается и функционирует исходя из восьми принципов системы:

1) ориентации на потребителей;
2) лидерства руководителей;
3) вовлеченности работников;
4) процессного подхода;
5) системного подхода к менеджменту;
6) постоянного улучшения;

7) принятия решений, основанных на фактах;
8) взаимовыгодного отношения с поставщиками.

Система менеджмента качества включает в себя ряд взаимосвязанных процессов. Процессы, требуемые системой менеджмента качества, охватывают не только жизненный цикл продукции (те его стадии, что непосредственно содействуют производству продукции или оказанию услуг), но также многочисленные процессы менеджмента, мониторинга: менеджмент ресурсов, обмен информацией, внутренние аудиты, анализ со стороны руководства и другие процессы. Входы и выходы этих процессов часто могут относится как к внешним, так и к внутренним потребителям. Моделирование сети процессов показывает, что потребители играют существенную роль при определении требований как входов процессов. Обратная связь от потребителей, свидетельствующая об удовлетворенности или неудовлетворенности выходом процесса, **является** существенным входом для процесса постоянного улучшения системы менеджмента качества.

Процессный подход включает процессы, необходимые для жизненных циклов продукции, а также процессы, требующиеся для результативного внедрения системы менеджмента качества: внутренний аудит, **анализ** со стороны руководства, **анализ** данных и менеджмент ресурсов.

При установлении процессов, подлежащих документированию, предприятие может учитывать воздействие на качество, риск неудовлетворенности потребностей, законодательные и (или) другие обязательные требования, экономические риски, результативность и эффективность, компетентность персонала, сложность процессов.

Соблюдение этих принципов дает возможность:

- ♦ интегрировать и выравнивать процессы, которые лучше всего будут достигать нужных результатов;
- ♦ сосредоточивать усилия на основных процессах;
- ♦ обеспечивать уверенность заинтересованных сторон в согласованности, результативности и эффективности деятельности предприятия;
- ♦ получать преимущества деятельности через улучшение возможностей предприятия;
- ♦ выравнивать улучшение деятельности на всех уровнях в соответствии со стратегическим замыслом предприятия;
- ♦ гибко и быстро реагировать на благоприятные возможности;
- ♦ вовлекать в процесс постоянного улучшения продукции каждого работника предприятия;
- ♦ принимать решения, обеспеченные информацией;
- ♦ подтверждать результативность принятых решений, ссылаясь на фактические зарегистрированные данные;
- ♦ улучшать качество анализа и принятых решений;
- ♦ увеличивать способность обеих сторон создавать ценности;
- ♦ гибко и быстро формировать совместные ответы на изменения рынка или потребностей и ожиданий потребителей;

- оптимизировать затраты и ресурсы.

25.3 Новая стратегия в управлении качеством

После внедрения международных стандартов И СО серии 9000 в зарубежной и отечественной практике появились следующие направления развития систем управления качеством.

1. *Совершенствование организации работ в рамках элементов системы качества,* предусмотренных стандартами ИСО серии 9000. Этот вариант характеризуется как поддержание системы в заданном режиме функционирования, который может обеспечить предприятию стабильное положение на определенный период времени.

2. *Дополнение системы качества элементами, расширяющими ее возможности* и отвечающими требованиям общества, персонала предприятия и отраслевым или специфическим требованиям потребителей.

В качестве примера реализации этого направления можно указать систему качества, дополненную элементами для обеспечения охраны окружающей среды в соответствии с требованиями семейства стандартов ИСО серии 14000. Подобно стандарту ИСО серии 9000 стандарты ИСО серии 14000 являются семейством стандартов на систему управления окружающей средой и включают в настоящее время около десяти стандартов.

Другим примером этого направления может быть расширение возможностей системы качества за счет учета отраслевой специфики, например путем внедрения стандарта QS 9000, разработанного ведущими автостроительными корпорациями США («Дженерал Моторс», «Форд» и «Крайслер»). Стандарты добавляют в систему качества по стандартам ИСО серии 9000 элементы, обусловленные отраслевой и индивидуальной спецификой. Выполнение этих требований увеличивает способность предприятия любой отрасли промышленности обеспечивать конкурентоспособность своей продукции.

3. Внедрение концепции TQM, ориентированной на постоянное улучшение качества, минимизацию производственных затрат и увеличение доходов.

4. Безопасность использования продукции, которая в процессе применения расходует свой ресурс. Если безопасность машиностроительной продукции закладывается преимущественно на стадии проектирования, то для пищевой продукции почти все источники опасности определяются ведением технологического процесса и в гораздо меньшей мере зависят от рецептуры.

На предприятиях, выпускающих пищевые продукты, для выхода на мировой рынок и удержания позиций на локальных рынках не только должна обеспечиваться безопасность продукции, но и должны предоставляться убедительные доказательства этого; необходимо умелое использование мониторинга производства, направленного на предотвращение опасностей.

Этим требованиям в наиболее полной мере соответствует система ХАССП (англ. HACCP — Hazard Analysis and Critical Control Points — анализ рисков и критические контрольные точки), которая является моделью управления на пищевых предприятиях развитых стран мира.

Система ХАССП разрабатывается исходя из принципов:

- ♦ идентификации потенциального риска или рисков опасных факторов, которые сопряжены с производством продуктов питания. Начиная с получения сырья до конечного потребления, включая все стадии жизненного цикла продукции в целях выявления условий возникновения потенциальных рисков и установления мер для их контроля;
- ♦ выявления критических контрольных точек в производстве для минимизации или устранения риска либо возможности его появления, при этом рассматриваемые операции производства пищевых продуктов могут охватывать поставку сырья, подбор ингредиентов, пегеработку, хранение, транспортирование, складирование и реализацию;
- ♦ разработки системы мониторинга, позволяющей обеспечить контроль критических контрольных точек на основе планируемых мер или наблюдений;
- ♦ документирование всех процедур системы, форм и способов регистрации данных, относящихся к системе ХАССП.

Получила также распространение и модель GMP — Good Manufacturing Practic: надлежащая (правильная) производственная практика представляет собой набор требований к системам качества, выработанных наиболее перспективными поставщиками отрасли. Документы GMP формируются таким образом, чтобы обеспечить совместимость с требованиями стандарта ИСО 9001 и положениями ХАССП.

25.4 Техническое регулирование

В декабре 2002 г. был принят Федеральный закон «О техническом регулировании», который введен в действие с I июля 2003 г.

Понятие *«техническое регулирование»* определено законом как правовое регулирование отношений в области установления, применения и исполнения обязательных требований к продукции, процессам производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реа- лизации и утилизации, а также в области установления применения на добровольной основе требований к продукции, процессам производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнению работ или оказанию услуг в области оценки соответствия. Иными словами, техническое регулирование включает в себя два направления регулирования отношений — в области установления требований к различным объектам и в области оценки соответствия.

Основным принципом технического регулирования в части установления требований является применение единых правил к продукции, процессам

производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнению работ или оказанию услуг. Требования устанавливаются в документах двух видов: технических регламентах и стандартах.

Законом предусмотрено установление обязательных требований только к продукции, в том числе к зданиям, строениям и сооружениям, а также к процессам, характеризующим различные стадии жизненного цикла продукции, кроме разработки: производство, эксплуатацию, хранение, перевозки, реализацию и утилизацию.

Обязательные для применения и исполнения требования к объектам технического регулирования устанавливаются только в *технических регламентах* — документах, принятых международным договором Российской Федерации, ратифицированным в порядке, установленном законодательством или федеральным законом, или указом Президента Российской Федерации, или постановлением Правительства Российской Федерации.

Требования на добровольной основе устанавливаются к продукции, процессам на стадиях ее жизненного цикла, а также к выполнению работ или оказанию услуг. Деятельность по установлению правил и характеристик в целях их добровольного многократного использования, направленная на достижение упорядоченности в сферах производства и обращения продукции и повышения конкурентоспособности продукции, работ или услуг, называется *стандартизацией.*

Стандарт — это документ, в котором в целях добровольного многократного использования устанавливаются характеристики продукции, правила осуществления и характеристики процессов производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг. Стандарт также может содержать требования к терминологии, символике, упаковке, маркировке или этикеткам и правилам их нанесения. Необходимо специально выделить слова: *в целях добровольного многократного использования.* Они определяют, что объектом стандартизации может быть только тот объект, который многократно используется в различных сферах науки, техники, производства, отраслях экономики, в быту. Уникальные объекты, в частности произведения искусства, в принципе не могут быть объектами стандартизации.

Целями принятия технических регламентов являются:

- ♦ защита жизни или здоровья граждан, имущества физических или юридических лиц, государственного или муниципального имущества;
- ♦ охрана окружающей среды;
- ♦ предупреждение действий, вводящих в заблуждение потребителей.

Федеральным законом «О техническом регулировании» предусмотрено, что в технических регламентах устанавливаются требования, обеспечивающие: безопасность излучений, биологическую безопасность, взрывобезопасность, механическую безопасность, пожарную безопасность, промышленную безопасность, термическую безопасность, химическую безопасность, электрическую безопасность, ядерную и радиационную безопасность,

электромагнитную совместимость в части обеспечения безопасности работы приборов и оборудования, а также единство измерений.

Очень важно, что требования технических регламентов минимально необходимы и не должны препятствовать осуществлению предпринимательской деятельности в большей степени, чем это необходимо для достижения целей принятия технических регламентов. Другими словами, они не должны создавать технических барьеров в торговле, особенно международной.

В первоочередную программу разработки технических регламентов на 2003—2010 гг. вошло более 200 документов. Среди них технические регламенты: «О безопасности машин и оборудования», «Общие требования безопасности зданий и других строительных сооружений», «Об экологической безопасности», «О ветеринарно- санитарных мерах» и др.

Оценка продукции, или надзор, после поставки на рынок является составной частью многих процедур оценки соответствия. Эта оценка обеспечивает соответствие продукции или уверенность в том, что продукция продолжает соответствовать необходимым требованиям.

Государственный контроль (надзор) за соблюдением требований технических регламентов осуществляется федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, подведомственными им государственными учреждениями, уполномоченными на проведение государственного контроля.

За нарушение требований технических регламентов, за неисполнение предписаний и решений органа государственного контроля (надзора) изготовитель несет ответственность в соответствии с законодательством.

В отличие от технических регламентов, стандартизация распространяется не только на продукцию и связанные с нею процессы, но также и на такие объекты стандартизации, как работы и услуги.

К документам в области стандартизации, используемым на территории Российской Федерации, относятся:

- ♦ национальные стандарты;
- ♦ правила стандартизации, нормы и рекомендации в области стандартизации;
- ♦ классификации, применяемые в установленном порядке, общероссийские классификаторы технико-экономической и социальной информации;
- ♦ стандарты предприятий.

В зависимости от специфики объекта стандартизации и содержания устанавливаемых к нему требований разрабатывают стандарты следующих видов:

- ♦ основополагающие;
- ♦ на продукцию, услуги;
- ♦ на работы (процессы);
- ♦ на методы контроля (испытаний, измерений, анализа).

Основополагающие стандарты устанавливают общие организационно-технические положения для определенной области деятельности, а также общетехнические нормы и правила, обеспечивающие взаимопонимание, техническое единство и взаимосвязь различных областей науки, техники и производства в процессах создания и использования продукции, охрану окружающей среды, безопасность продукции, процессов и услуг для жизни, здоровья, имущества и другие общетехнические требования.

Стандарты на продукцию (услуги) устанавливают требования к группам однородной продукции (услуг) или к конкретной продукции (услуге).

Стандарты на работы (процессы) устанавливают основные требования к методам (способам, приемам, режимам, нормам) выполнения различного рода работ в технологических процессах разработки, изготовления, хранения, транспортирования, эксплуатации, ремонта и утилизации продукции.

*Стандарты **на** методы контроля* **устанавливают** методы (способы, приемы, методики **и** др.) проведения испытаний, измерений, анализа продукции при ее создании, сертификации и использовании.

Федеральным законом «О техническом регулировании» введено понятие «оценка соответствия», которое определяется как прямое или косвенное определение соблюдения требований, предъявляемых к объекту. Далее в законе устанавливается, что **оценка** соответствия проводится **в** формах государственного контроля (надзора), аккредитации, регистрации, испытаний, подтверждения **соответствия,** приемки и ввода в эксплуатацию объекта, **строительство** которого закончено, и в другой форме.

Аккредитация — это официальное признание органом по аккредитации компетентности физического или юридического лица выполнять работы в определенной области оценки соответствия.

Подтверждение соответствия — это документальное удостоверение соответствия продукции или иных объектов, процессов производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг требованиям технических регламентов, положениям стандартов или условиям договоров.

На территории Российской Федерации подтверждение соответствия может носить обязательный или добровольный характер.

Обязательное подтверждение соответствия осуществляется в формах принятия декларации о соответствии и обязательной сертификации. Добровольное подтверждение соответствия осуществляется в форме добровольной сертификации.

Декларация о соответствии — это документ, удостоверяющий соответствие выпускаемой в обращение продукции требованиям технических регламентов.

Сертификат соответствия — это **документ,** удостоверяющий соответствие объекта требованиям технических регламентов, положениям стандартов или условиям договора. Сертификация соответствия — форма подтверждения

соответствия объектов требованиям технических регламентов, положениям стандартов или условиям договоров.

Декларирование о соответствии проводится только требованиям технических регламентов, т.е. только в обязательной форме; сертификация соответствия применяется как в обязательной, так и в добровольной формах.

Обязательное подтверждение соответствия проводится только в случаях, установленных соответствующим техническим регламентом и исключительно на соответствие требованиям технического регламента. Объектом обязательного подтверждения соответствия может быть только продукция, выпускаемая в обращение на территории Российской Федерации.

Формы и схемы обязательного подтверждения соответствия могут устанавливаться только техническим регламентом с учетом степени риска недостижения целей технических регламентов.

Под формой подтверждения соответствия понимается определенный порядок документального удостоверения соответствия продукции или иных объектов, процессов производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг требованиям технических регламентов, положениям стандартов или условиям договоров.

Схема подтвержения соответствия — это совокупность и последовательность отдельных операций (доказательств), выполняемых для подтверждения соответствия.

Декларирование соответствия осуществляется по одной из следующих схем:

- принятие декларации о соответствии на основании собственных доказательств;
- принятие декларации о соответствии на основе собственных доказательств, доказательств, полученных с участием органа по сертификации и (или) аккредитованной испытательной лаборатории — третьей стороны.

Орган по сертификации — это юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, аккредитованный в установленном порядке для выполнения работ по подтверждению соответствия.

Испытательная лаборатория осуществляет испытания конкретной продукции или конкретные виды испытаний и выдает протоколы испытаний для целей сертификации.

Обязательная сертификация осуществляется органом по сертификации на основании договора с заявителем. Соответствие продукции требованиям технических регламентов подтверждается сертификатом соответствия, выдаваемым заявителю органом по сертификации.

Обязательную сертификацию осуществляет орган по сертификации, который:

- привлекает на договорной основе для проведения исследований и измерений испытательные лаборатории;
- осуществляет инспекционный контроль за объектами сертификации, если такой контроль предусмотрен соответствующей схемой обязательной сертификации и договором;
- ведет реестр выданных им сертификатов соответствия;

- информирует соответствующие органы государственного контроля (надзора) за соблюдением требований технических рег- ламентов о продукции, поступившей на сертификацию, но не прошедшей ее;
  - приостанавливает или прекращает действие выданного им сертификата соответствия;
  - обеспечивает предоставление заявителям информации о порядке проведения обязательной сертификации.

Испытания, исследования и измерения продукции при осуществлении обязательной сертификации проводятся аккредитованными испытательными лабораториями в пределах своей области аккредитации на условиях договора с органом по сертификации. Аккредитованная испытательная лаборатория оформляет результаты испытаний соответствующими протоколами, на основании которых орган по сертификации принимает решение о выдаче или об отказе в выдаче сертификата соответствия. Аккредитованная испытательная лаборатория обязана обеспечить достоверность результатов испытаний.

Продукция, соответствие которой требованиям технических регламентов подтверждено в установленном порядке, маркируется знаком обращения на рынке — обозначением, служащим для информирования приобретателей о соответствии выпускаемой в обращение продукции требованиям технических регламентов. Изображение знака обращения на рынке устанавливается Правительством Российской Федерации. Продукция, соответствие которой требованиям технических регламентов не подтверждено в установленном порядке, не может быть маркирована этим знаком.

Добровольное подтверждение соответствия осуществляется по инициативе заявителя на условиях договора между заявителем и органом по сертификации. К объектам добровольного подтверждения соответствия относятся продукция, процессы производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, работы и услуги, а также иные объекты, в отношении которых стандартами, системами добровольной сертификации и договорами устанавливаются требования.

25.5 Правовое обеспечение качества продукции

В настоящее время получило широкое развитие законодательство, связанное с различными правовыми аспектами качества продукции. Среди принятых законодательных актов необходимо отметить такие, как Гражданский кодекс РФ, законы «О защите прав потребителей», «О качестве пищевых продуктов», «О техническом регулировании» и др.

В условиях рыночной экономики большое внимание уделяется защите интересов потребителей, фиксированию права потребителей на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества и

безопасных для жизни и здоровья потребителей, их прав на получение информации о товарах (работах, услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), обеспечению права потребителей на государственную и общественную защиту. Поэтому первым с момента начала рыночных преобразований экономики в нашей стране стал Закон «О защите прав потребителей», который был принят в 1992 г. и действует с изменениями и дополнениями по настоящее время.

Основными субъектами правового регулирования отношений являются: *потребитель* — гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных бытовых нужд, не связанных с извлечением прибыли; *изготовитель, исполнитель, продавец* — предприятия независимо от их формы собственности, а также индивидуальные предприниматели, производящие товары для реализации потребителям; выполняющие работы или оказывающие услуги потребителям по возмездному договору; реализующие товары потребителям по договору купли-продажи.

Права и обязанности изготовителя, исполнителя, продавца:

- ♦ установление срока службы, срока годности товара;
- ♦ гарантийного срока на товар;
- ♦ обеспечение возможности ремонта и технического обслуживания;
- ♦ предоставление информации о товаре;
- ♦ предоставление информации об изготовителе, исполнителе, продавце.

На товар, предназначенный для длительного использования, изготовитель вправе устанавливать *срок службы* — период, в течение которого изготовитель обязуется обеспечить потребителю возможность использования товара по назначению и нести ответственность за существенные недостатки, возникшие по его вине.

На продукты питания, парфюмерно-косметические товары, медикаменты, товары бытовой химии и иные подобные товары изготовитель обязан установить *срок годности* — период, по истечении которого товар считается непригодным для использования по назначению. Изготовитель вправе устанавливать на товар *гарантийный срок* — период, в течение которого в случае обнаружения в товаре недостатков изготовитель обязан удовлетворить требования потребителя.

Изготовитель обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достаточную информацию о товарах, работах, услугах, обеспечивающую возможность их правильного выбора. Информация о товаре должна содержать:

- ♦ обозначение стандартов, обязательным требованиям которых он должен соответствовать;
- ♦ сведения об основных потребительских свойствах;
- ♦ цену и условия приобретения товара;
- ♦ гарантийный срок, если он установлен для данного вида продукции;
- ♦ срок службы или срок годности;

- ♦ место нахождения (юридический адрес) изготовителя, продавца, исполнителя и местонахождение организации, уполномоченной на принятие претензий;
- ♦ информацию о сертификации товаров, подлежащих обязательной сертификации; информацию о правилах продажи.

Выводы

1. Качество выпускаемой продукции на предприятии — важный фактор деятельности в условиях рынка, поскольку обеспечивает расширение сегментов рынка, процветание предприятия, рост прибыли.
2. Международный и отечественный опыт показывает, что работы по повышению качества целесообразно проводить в рамках систем менеджмента качества, которые охватывают весь жизненный цикл продукции — от проектирования до потребления и утилизации.
3. Управление качеством продукции базируется на стандартах, которые составляют организационно-методическую основу систем менеджмента качества, позволяющих организовать выпуск конкурентоспособной продукции.
4. Оценка безопасности и качества продукции осуществляется с помощью подтверждения соответствия требованиям технических регламентов или стандартов.
5. Реализация нормативных актов в управлении качеством продукции позволяет организовать эффективную систему законодательного обеспечения качества и безопасности продукции.

Вопросы для самоконтроля

1. Раскройте понятие и показатели качества продукции.
2. В чем сущность управления качеством и какова стратегия в этом вопросе?
3. Раскройте содержание технического регулирования.
4. Какова система нормативно-правового обеспечения управления качеством продукции?
5. В чем заключается государственный контроль за соблюдением требований технических регламентов?
6. Назовите субъекты и объекты правовых отношений управления качеством продукции.

0£> £ л а в а

Промышленное предприятие и окружающая среда

26.1 Экологический фактор в размещении производства

При размещении промышленных предприятий учитываются многие традиционные экономические факторы: сырьевой, топливно-энергетический, водный, потребительский, транспортный, обеспеченность трудовыми ресурсами. В зависимости от значения каждого из факторов выделяется группа *материалоемких предприятий,* где расход сырья намного превышает объем произведенной готовой продукции. К ним можно отнести металлургические предприятия полного металлургического цикла, где расход сырья составляет не менее 2,5 т на тонну произведенного металла; заводы, предприятия по выплавке меди из концентратов — до 7,5 т; некоторые предприятия химической, пищевой отраслей промышленности (производство соды, калийных удобрений, первичная обработка сельскохозяйственного сырья). Строительство материалоемких отраслей ориентировалось на близость к сырьевым базам, чтобы избежать излишне дальних и дорогих перевозок.

Группа *энергоемких производств* требует большого количества электроэнергии; топливно-энергетические расходы — основные в структуре затрат, достигают 30—45%. Наиболее ярким примером энергоемкого производства служат алюминиевые предприятия, расходующие до 16—18 тыс. кВт • ч электроэнергии на тонну произведенного алюминия. Их размещение обычно привязано к источникам производства дешевой электроэнергии — крупным ГЭС.

Фактор *трудоемкости* подразумевает большие затраты труда, особенно высококвалифицированного, на выпуск единицы готовой продукции. Трудоемкие предприятия ориентируются на промышленные центры, отличающиеся не только наличием рабочей силы, но и учреждениями по ее подготовке, обучению, располагающие сетью научно-исследовательских, проектных институтов, лабораторий. К трудоемким можно отнести большинство предприятий машиностроения, легкой, пищевой, многие производства химической промышленности.

Важную роль играют *водные ресурсы,* особенно при размещении предприятий химической промышленности, где вода потребляется в технологическом процессе. К числу важнейших, в ряде случаев определяющих факторов размещения в последние десятилетия добавился экологический фактор, рассматривающий следующие аспекты:

- ♦ учет возможных негативных последствий от работы промышленного предприятия для **природного** комплекса в целом **и** для отдельных его компонентов — атмосферы, **водных источников,** почвы;
- ♦ учет суммарного воздействия выбросов различных предприятий, размещенных на одной территории;
- ♦ учет специфических требований к чистоте природной среды при размещении некоторых **отраслей** производства исходя из масштабов и характера его **влияния** на природный комплекс, здоровье человека.

Экологический фактор заставляет учитывать возможности развития производства на определенной террг ории. Если с экономической точки зрения размещение и функционирование предприятия эффективно, то с экологической оно может дать резко отрицательный результат.

Рассмотрим это положение на примере завода полного металлургического цикла — типичного материалоемкого предприятия, ориентированного при размещении на близость к месторождениям железной руды или коксующегося угля, либо при оптимальном выборе места — на близость к двум сырьевым составляющим производства. Именно поэтому районом для размещения **нового** завода полного **металлургического** цикла была выбрана Южная Якутия, **где** уголь и железная руда находились рядом с местом предполагаемого строительства. Удачным можно было считать строительство завода и по возможности обеспечения металлом Восточного региона страны, **не** располагающего собственной металлургической базой.

При принятии решения, однако, и при благоприятности традиционных факторов размещения решающим оказался **экологический** фактор. **Металлургические** предприятия сильно загрязняют природную среду, поэтому при их размещении важно учитывать устойчивость природного комплекса территории к техногенному воздействию, способность различных компонентов природы к разложению, усвоению или выносу вредных веществ. Южная Якутия имеет низкую устойчивость природного комплекса; это **в** первую очередь касается крайне неблагоприятных метеорологических условий. Значительную часть года здесь господствуют мощные антициклоны, сопровождаемые штилями, что препятствует выносу загрязняющих веществ, способствует их накоплению. Поэтому в случае строительства завода вся окружающая его территория находилась бы в зоне чрезвычайно сильного загрязнения, опасного для природы, и особенно для здоровья населения. Неблагоприятными для самоочищения оказались и поверхностные воды Южной Якутии. Как известно, интенсивное самоочищение естественных водоемов

происходит при температуре выше +15 град. В Южной Якутии господствует долгая, суровая зима, поэтому число дней в году с такими температурами невелико. Игнорирование особенностей природного комплекса, его уязвимости при вторжении хозяйственной деятельности привело к тому, что многие крупнейшие предприятия нефтеперерабатывающей, химической и других отраслей, загрязняющих природную среду, оказались крайне неудачно расположены. Например, в Восточной Сибири, где условия для выноса загрязняющих веществ неблагоприятны, эти предприятия стали причиной создавшихся острых экологи - ческих ситуаций.

Размещению нового производства или предприятия в уже сложившемся промышленном центре должно предшествовать проведение экологической экспертизы, которая предусматривает все возможные последствия, связанные с увеличением объема выбрасываемых вредных веществ, но особенно — учета возможности протекания химических реакций с образовыванием новых, подчас чрезвычайно токсичных веществ.

В настоящее время учитывается около 30 сочетаний различных веществ, оказывающих опасное воздействие на человека. К примеру, совместное действие сочетания бензол + никель + бензапирен + формальдегид вызывает канцерогенный эффект. Комбинация диоксида азота со смолоподобными веществами способна привести к обострению рака легких.

Есть еще важный аспект, связанный с учетом экологического фактора. Научно-техническая революция привела к появлению новых производств, отличающихся от традиционных повышенными требованиями к чистоте окружающей среды. К ним можно отнести производства полупроводников и элементной базы для ЭВМ, микроэлектронику и ряд других. Эти производства предъявляют повышенные требования к чистоте атмосферы, воды, используемой в технологическом процессе. Поэтому их размещение и эффективное функционирование в крупных многоотраслевых промышленных центрах, отличающихся загрязнением, невозможно. Повышенное загрязнение городской среды влияет на качество выпускаемой продукции, в производстве велика доля бракованных изделий. Здесь прослеживается прямая зависимость экономической эффективности производства от экологического фактора. В свое время эколо-гический фактор стал решающим при выборе места для создания

комплекса **микроэлектронных** предприятий — не **в** Москве, где имелись высококвалифицированные **кадры** рабочих, научная, проектная база, опытные **производства,** но уровень **загрязнения атмосферы** был **чрезвычайно** высок, а **во** вновь построенном подмосковном юроде Зеленограде, который имел одно важное преимущество: отличался **чистотой** окружающей среды.

Игнорирование экологического фактора при размещении производства **может** привести к тому, что затраты на стабилизацию окружающей среды, на ликвидацию последствий ее загряз - нения могут значительно превысить доход, получаемый **от** работы предприятия.

26.2 Воздействие промышленных предприятий на природную среду, здоровье человека

Предприятия различных отраслей существенно **различаются** между собой **масштабами** производства, объемами выбросов вредных веществ в атмосферу, сбросом сточных вод, твердых промышленных отходов. Различен и химический состав выбросов. По специфике воздействия особо различаются предприятия добывающей и перерабатывающей промышленности.

Основное воздействие, которое оказывают **предприятия** добывающей промышленности, сказывается:

- в изменении целостности массивов **горных** пород, связанном с проходкой горных выработок и скважин;
- нарушении земель, образовании **антропогенных** форм рельефа, изменении водного баланса территории;
- запылении атмосферы, связанном со взрывными работами при открытой добыче:
- изменении всею ландшафта, образовании так называемых **техногенных** ландшафтов, характеризующихся почти полным отсутствием почвенного покрова, растительности, микроорганизмов.

При имеющейся общности влияния предприятий добывающей промышленности на природный комплекс можно проследить и различия, объясняющиеся способом добычи (открытый или закрытый), ее технологией, видом добываемого ресурса; природными особенностями территории, где идет добыча. Можно проследить **особенности** воздействия на примере отдельных промышленных предприятий и способов добычи.

Подземный (шахтный) способ разработки применяется **преимущественно для** месторождений полезных ископаемых, **залегающ**их на больших (до 2000 м и более) и средних (100—600 м) глубинах. Подземный способ добычи широко распространен в угольной промышленности.

Наиболее ощутимым следствием шахтной добычи является проседание земной поверхности, вызванное выборкой угля из нижележащих толщ горных пород. Складируемые шахтные отходы образуют терриконы, загрязняющие атмосферу из-за их пыления и самовозгорания. Возрастание глубины шахт и расширение подземных выработок увеличивает объем твердых отходов. После выработки угля, закрытия шахт территория становится непригодной для какой-либо хозяйственной деятельности из-за чередования обрушившихся мелких шахт и невысоких бугров угольных отвалов.

Открытый (карьерный) способ добычи применяется в случае неглубокого залегания полезных ископаемых от поверхности (до 120—150 м). Он считается

предпочтительным, экономически более эффективным, так как при его использовании нет необходимости в проведении дорогостоящих работ по проходке, сооружению шахт, затрат, связанных с обеспечением безопасности работ в шахтах и т.д. Однако в стоимость работ, проводимых открытым способом, как правило, не включают затраты, связанные с ликвидацией экологических последствий от добычи. Стоимость возмещения ущерба, нанесенного природе, человеку, может существенно превышать весь полученный эффект от добычи.

Рассмотрим особенности воздействия открытой добычи на примере железорудного карьера по добыче руд Курской магнитной аномалии (КМА).

КМА является самым крупным по запасам железорудным месторождением России и одним из крупнейших в мире. Наиболее богатые руды этого месторождения содержат свыше 60% железа. Значительная часть запасов размещена на глубинах до 150 м. Именно поэтому здесь были созданы мощные железорудные карьеры, ведущие добычу открытым способом, с ежегодным объемом добычи до 100 млн т. Разработка железных руд сопровождается мощным вторжением в природный комплекс этой территории и вызывает ряд острейших конфликтов природного, экономического, социального характера.

К ним можно отнести потерю уникальных черноземов, наиболее плодородный гумусный горизонт которых достигает мощности до 1м. Закладка карьера для добычи руды начинается со снятия черноземного покрова. Чернозем складывается в отвалы около карьера и перестает использоваться в сельскохозяйственном производстве.

Следом за черноземом необходимо удалить пласты осадочных пород, представленных мергелем, известняками, песчаниками, мелом. Каждый слой осадочных порол перекрыт водоносными горизонтами. Когда снимают осадочные породы, происходит нарушение водоносных горизонтов, и вода уходит на большие глубины. В радиусе 25—30 км от карьера происходит обезвоживание территории: высыхают колодцы, реки, не получая дополнительного питания, мелеют. Возникает дефицит воды в хозяйстве и в природе. Обезвоживание территории приводит к изменению естественной растительности, появлению более засухоустойчивых разновидностей.

При добыче руды открытым способом необходимо **постоянное** проведение взрывных работ, что приводит к накоплению в атмосфере пыли, концентрации которой превышают предельно- допустимые концентрации в десятки, а иногда в сотни раз. Это приводит к угнетенному состоянию растительности, часто к ее гибели. У населения, проживающего около этих карьеров, учащаются заболевания дыхательных путей, особенно страдают дети.

Наконец, нужно отметить, что при добыче руды происходит процесс перемещения громадного количества пород, резко меняется рельеф территории. После отработки рудного месторождения остаются огромные карьеры, а рядом с ними вырастают «горы» из отвалов вынутых пород.

Таким образом, можно проследить цепь взаимосвязанных изменений природного комплекса, вызванных добычей ископаемого: добыча руды —

нарушение и изъятие плодородных земель — изменение водного баланса — изменение растительности — полная перестройка ландшафта. Возникает техногенный, полностью преобразованный человеком ландшафт.

Для сопоставления эффективности открытой и шахтной добычи любого ископаемого необходимо в стоимость добытого ресурса включить расходы на проведение рекультивации — комплекса инженерных, горнотехнических, мелиоративных, лесовосстановитель- ных и других видов работ, связанных с возвращением нарушенных земель в хозяйственное использование.

Для предприятий перерабатывающей промышленности характерно значительно большее воздействие на состояние атмосферы и поверхностных вод, чем для добывающей. Из общего объема промышленных выбросов в атмосферу на долю перерабатывающей промышленности приходится около 80%. а ее доля в объеме сбра-

Предприятия перерабатывающей промышленности образуют несколько десятков отраслей, различающихся не только своими технологическими особенностями, характером специализации, назначением выпускаемой продукции, но и спецификой воздействия на окружающую среду, определяемой большим разнообразием выбрасываемых вредных элементов.

Среди отраслей перерабатывающей промышленности по объему выбросов можно выделить крупнотоннажные; в эту группу входят предприятия черной и цветной металлургии, нефтепереработки, промышленности строительных материалов. Именно предприятия этих отраслей дают до 80% выбросов в атмосферу всей перерабатывающей промышленности.

Более 80% всех стоков отраслей перерабатывающей промышленности дают предприятия целлюлозно-бумажной, химической и нефтехимической промышленности, машиностроения, черной и цветной металлургии. По экспертным оценкам удельный выход твердых, газообразных, жидких продуктов на 1 т проката металлургического комбината составляет:

Вскрышные и вмещающие породы	1,5—2,5 т
Шлаки	0,5—1,0 т
Сухая пыль	80—120 кг
Окалина	30—40 кг
Сточные воды	250—300 м^3
Технологические газы	8,0—10,0 тыс. м

Суммарно отходы на предприятиях черной металлургии превышают объем выпуска черных металлов в 2—4 раза.

Специфической особенностью предприятий отраслей перерабатывающей промышленности является производство особо опасных веществ, не известных в природе, а также выбросы многих токсичных соединений, представляющих особую опасность для природы и человека. Среди громадного перечня токсичных веществ особо выделяется группа, вызывающая глобальные изменения в атмосфере и представляющая угрозу для здоровья и жизни населения. К таким соединения относят:

- ♦ хлорфторуглероды, широко используемые на предприятиях по выпуску холодильных установок, изделий в аэрозольной упаковке. В настоящее время считается, что именно хлорфторуг- лероды являются причиной истощения и разрушения озонового слоя;

- • **полихлорбифенилы,** имеющие высокую химическую, термическую и биологическую устойчивость, обладающие способностью накапливаться в экосистемах, трофических цепях, **в** жировых тканях животных;
- ♦ диоксины, поступающие в **окружающую** среду **от** предприятий с хлорным производством, выпускающих пестициды, целлюлозно-бумажную продукцию.

Каждое из предприятий перерабатывающей промышленности имеет свой набор опасных **и** специфических **элементов.** К числу специфических видов загрязнения предприятиями перерабатывающей **промышленности** можно отнести промышленные шумы, [вибрацию, электромагнитное, тепловое излучение. Интенсивный шум регистрируется практически во всех технологических процессах машиностроительных предприятий; особенно выделяются **кузнеч-** но-прессовое, штамповочное, литейное производства, в которых уровни звукового давления на рабочих местах **превышают допустимые** нагрузки на 10—30 дБ. Источником аэродинамических и механических шумов и вибраций высоких уровней являются вентиляционные системы, насосы, компрессорные установки. Особенно сильное шумовое загрязнение создают группы промышленных предприятий, расположенных **в** пределах промышленных зон юродов. Так, в Москве области акустического дискомфорта сложились вокруг промышленных зон «Очаково», «Серп и Молот». Шум и вибрация оказывают негативное действие не только на человека, но также на сооружения, конструкции, в частности усиливают процесс коррозии металлов.

Особую группу среди перерабатывающих отраслей составляю! предприятия прогрессивных, высокотехнологичных отраслей: производство полупроводников, элементной базы ЭВМ, микроэлектроника, объемы выбросов которых несопоставимо малы по **сравнению** с крупнотоннажными производствами, которые иногда относят к экологически чистым. Однако это не совсем так. Выбросы этих производств характеризуются большим количеством веществ, часто высокотоксичных. Отходы производства полупроводников и

элементной базы для ЭВМ содержат тяжелые металлы, соединения кремния, германия, мышьяка. Воздействие многих из веществ еще слабо изучено.

При производстве полупроводников используются токсичные соединения — бораны, силаны и их хлорпроизводные, которые могут приводить к загрязнению атмосферы. На предприятиях высокотехнологичных отраслей проявляется не совсем обычное **воздейст**вие на занятых на производстве рабочих. Производственные помещения указанных предприятий требуют повышенной чистоты, даже стерильности. У работающих в таких условиях часто ослабляется иммунитет к различным заболеваниям. Попадая из стерильного производства в более загрязненную окружающую среду, рабочие указанных производств чаще болеют.

Решение проблемы улучшения, оздоровления окружающей среды возможно на нескольких уровнях: глобальном, охватывающем всю биосферу, и локальном, рассматривающем конкретный источник загрязнения, территорию небольших размеров. Одно из важнейших положений экологии — «думай глобально, решай локально». Локальных решений требует любое промышленное предприятие, которое является существенным источником изменения природной среды, воздействия на здоровье человека, на элементы производственной инфраструктуры — здания, коммуникации, сооружения.

Улучшить экологическое состояние территории невозможно без проведения природоохранных мероприятий на каждом конкретном предприятии. Основная информация, необходимая для принятия решений, должна содержаться в экологическом паспорте предприятия.

26.3 Экологический паспорт предприятия

Экологический паспорт предприятия должен содержать детальную информацию, касающуюся мощности и специализации производства, технической оснащенности, полученном сырье и выпущенной продукции. В обширной информации, касающейся производственной деятельности предприятия, необходимо выделить ту ее часть, которая связана с природоохранными проблемами. Рассмотрим основные блоки информации.

Общие сведения о предприятии (наименование предприятия, подчиненность, отраслевая принадлежность). *Местонахождение предприятия* — расстояние от города, ближайшие транспортные магистрали. Если цехи предприятия расположены в разных населенных пунктах, обязательно указывается местонахождение каждого цеха.

Особо нужно выделить географическое положение предприятия: по отношению к окружающей территории, различным хозяйственным, природным объектам — жилым кварталам, площадкам других предприятий, землям сельскохозяйственных предприятий, лесопарковым зонам, наличие

санитарно-защитной зоны, ее размеры, особенности хозяйственного использования. 16*

Характеристика промышленной площадки — занимаемая площадь, геолого-инженерные особенности территории (основные слагающие территорию грунты, уровень грунтовых вод).

*Постоянные **и** временные водотоки на территории площадки* или в непосредственной близости от нее. Время и продолжительность паводков, службы предприятия, подвергающиеся их воздействию.

Метеорологические условия (средние температуры самого холодного и самого теплого месяца, роза ветров, средняя скорость ветра, число дней **в** году со штилями). Господствующее направление ветров. Влияние предприятия на ближайшие объекты, расположенные с наветренной стороны. Особо указывается возможность появления аномальных природных явлений — ураганов, пыльных бурь, катастрофических наводнений и т.д.

Характеристика промышленной площадки, особенностей ее природных компонентов очень важна, так как в значительной степени они влияют на характер распространения или накопления выбросов, определяют остроту экологической ситуации. Например, некоторые промышленные предприятия, размещенные в промышленных зонах городов, выбрасывают в сторону близлежащих жилых кварталов вредные выбросы в течение большого числа дней в году.

Состав предприятия. Основные цехи, участки, подразделения. Срок службы оборудования. Промышленное предприятие является сложным образованием, насчитывающим большое число как основных цехов, играющих важную роль в реализации технологической схемы, так и вспомогательных, помогающих основному производству. Отдельные подразделения предприятия не одинаковы и по воздействию на окружающую среду. Поэтому необходимо знать структуру предприятия, перечень основных цехов, участков, подразделений **с** указанием их специализации, мощности. Эти цехи предприятия являются основными технологическими источниками загрязнения среды, определяют объем и специфику выбросов.

Вспомним металлургический комбинат полного металлургического цикла, каждый из цехов которого является по существу самостоятельным заводом. Основные цехи: агломерационная фабрика, коксовые батареи, доменный, сталеплавильные, прокатный, коксохимический. В составе комбината вспомогательные цехи: энергетический, транспортный и др.

Современный металлургический завод является крупнейшим загрязнителем атмосферы, но долевой вклад отдельных цехов неоднозначен (табл. 26.1).

*Таблица 26.1. **Долевой вкладметаллургическихпроизводств в загрязнение воздушного бассейна, %***

Цех	*Пшь*	***so₂***	*СО*	***Щ***		*Аммиак*	*Фенолы*	*Фториды*
Коксохимии	6,5	10,3	5,3	6,9	61.6	98,3	96,6	–
Агломерации	28,4	63,0	55,9	16,9	6,6	-	-	-
Доменный	12,1	2,5	7,5	2,6	1,2	1,6	0,02	0,6
Мартеновский	11,9	3,8	3,8	30,1	–	–	–	0,4
Конвертор-торный	!,5	0,2	2,8	2,3	_	–	–	–
Электро-сталеплавильный	1,7	0,5	0,5	2,0	_	_	_	66,7
Прокатный	0,8	2,7	1,9	7,!	0.3	0,2	–	0.1
ТЭЦ	15,3	10,1	12,2	19,9	7,6	–	–	–
Транспортный		0,05	0,07	0,4	0,2	-	-	-

Основные выбросы в атмосферу по технологическим процессам нефтеперерабатывающего завода также довольно существенно различаются выбрасываемыми элементами. При каталитическом крекинге в составе выбросов преобладают оксиды серы и азота, углеводороды, альдегиды, аммиак. При каталитическом риформинге могут выбрасываться углеводороды, аммиак, сероводород; при вакуумной перегонке образуются фенолы.

Не равнозначен вклад отдельных подразделений и в загрязнение водных источников. На металлургическом комбинате крупнейшим загрязнителем водоемов является доменное производство. Для одной доменной печи средней мощности объем сточных вод составляет 2000 м^3, для сверхмощных печей 6000 м^3. Сточные воды загрязнены частичками руды, кокса, известняка и различных химических соединений — сульфатов, хлоридов, родонидов. Особо опасные сточные воды образуются в прокатных цехах в процессе травления — удаления окалины с поверхности металла путем обработки ее кислотами. Эти воды содержат

серную кислоту, сернокислую закись железа, хлориды, сульфаты, взвешенные вещества. Доменные цехи выделяются также выходом твердых отходов — доменных шлаков и шламов. На 1 т чугуна приходится от 0,4 до 0,65 т доменных шлаков. Состав их сложен, в них встречается **до** 30 элементов, главным образом в виде оксидов.

Срок службы оборудования в значительной степени определяет объемы выбрасываемых вредных веществ. Старое оборудование, как правило, является источником **многочисленных** аварийных выбросов. Особую опасность представляет оборудование, проработавшее свыше 20 лет, которое считается морально **и** физически устаревшим.

Технологическая схема производства основных видов продукции. Выбранная технологическая схема производства влияет на объем и специфику воздействия выбросов. Рассмотрим это на примере производства целлюлозы, где **существуют** два основных технологических процесса: сульфатный и сульфитный. В связи с различием реагентов, используемых в производстве, различно **и** их воздействие на природу. При сульфатном способе загрязняется преимущественно воздух, при сульфитном большая часть отходов поступает в воду.

Главную роль в решении природоохранных проблем может сыграть выбранная технология; внедрение экологически чистых, **щадящих** технологий является приоритетным **направлением** в мировой хозяйственной практике.

Для снижения воздействия горных разработок **применяются** *геотехнологии.* При геотехнологических методах добычу ведут через скважину с помощью рабочего реагента — теплоносителя, растворителя. Разновидностью геотехнологических методов являются **методы** *технической микробиологии.* Они основаны на способности ряда видов микроорганизмов в определенных условиях переводить некоторые минеральные соединения в растворимое состояние. В мировой практике метод бактериального **выщелачивания** используют для извлечения урана из руд.

На металлургическом предприятии полного цикла при традиционной технологии значительная часть **выбросов** приходится на коксохимическое, агломерационное, доменное производства, т.е. производства, обеспечивающие получение чугуна **в** доменном процессе. Наиболее чистым является бескоксовый и бездоменный метод **получения** железа непосредственным восстановлением железорудных концентратов водородом или конвертированным природным газом, при котором из технологической цепи полностью устраняются доменный передел, производство кокса и агломерата. Сравнение удельных выбросов при основных производственных стадиях показывает резкое их снижение за счет введения технологии прямого восстановления железа (ПВЖ, табл. 26.2).

Таблица 26.2. ***Сопоставление выбросов в атмосферу приразличныхтехнологическихсхемахпроизводствачугуна и стали, кг/т продукции***

Продукт	*Пыль*	*CO*	*SO_2*	*NOx*
Кокс			3,2 1,2 1,5 03 2,7 34,0 5,Q9	
Агломерат				^{7,5} I^{0,0} 0,106
Чугун доменный			$^{0,5\ 0,7}$ 0, 303$^{0,5\ 0,5}$ o, 1 0,1	
ПВЖ				
Выплавка стали в конвертере				

Кроме сокращения выбросов в атмосферу, с внедрением новой технологии решается проблема переработки шламов агломерационного, доменного и сталеплавильного производств.

С использованием технологии плазменной плавки металлургические процессы протекают при очень высоких температурах в специальных электропечах. Вследствие герметичности печей выброс вредных веществ отсутствует.

Основные виды ресурсов, потребляемых предприятием. Существует прямая зависимость между использованным сырьем и топливом и выбросами различных вредных веществ. Зная месторождение, с которого поступило топливо, или какой-либо вид сырья, можно определить набор возможных элементов, выбрасываемых в среду.

Поэтому экологический паспорт предприятия должен содержать все данные о поставщиках сырья, топлива, полуфабрикатов, наличии особо опасных элементов. Минеральная часть твердого топлива — углей, горючих сланцев содержит различные металлы, высокая токсичность которых делает их опасными. Среди металлов высокотоксичны марганец, ванадий, хром, свинец, ртуть, мышьяк, кобальт, уран. Содержание этих элементов различается по угольным бассейнам. Ряд месторождений содержит радиоактивные элементы. Повышена радиоактивность углей Кузбасса, Донбасса, Экибастуза.

Степень перехода фтора и ртути в процессах сгорания в воздух достигает 80—90% содержания в исходном топливе. Степень перехода в воздух летучих форм свинца, кадмия и хлора превышает 50%, мышьяка и никеля — около 20%.

Особенности воздействия предприятия на окружающую среду. Воздействие промышленного предприятия на окружающую среду происходит в нескольких направлениях.

Загрязнение атмосферы происходит за счет попадания в нее твердых, жидких и газообразных веществ, оказывающих отрицательное воздействие на окружающую среду либо непосредственно, после химических изменений в атмосфере, либо в сочетании с другими веществами. Общий объем выбросов за год

складывается из поступления в атмосферу промышленных выбросов, которые могут быть непрерывными, периодическими, залповыми или мгновенными. Непрерывные или периодические определяются технологическими особенностями производства и учитываются технологическим регламентом. Залповые выбросы возможны при авариях, взрывных работах, при сжигании быстрогорящих отходов производства. При мгновенных выбросах загрязнения выбрасываются в доли секунды, иногда на значительную высоту.

По агрегатному состоянию загрязнения подразделяют на твердые, жидкие, газообразные и смешанные. В выбросах промышленных предприятий сплошной фазой являются газы, а дисперсной — твердые частицы или капельки жидкости. Газовые выбросы делят на организованные и неорганизованные. Организованные поступают в атмосферу через специально сооруженные газоходы, трубы **и** т.д. Неорганизованные — в результате нарушения герметичности оборудования, неудовлетворительной работы оборудования по отсосу газа.

При оценке загрязнения атмосферы важно учитывать суммарный объем выбросов в целом по предприятию, а также структуру выбросов, с выделением специфических элементов по четырем классам опасности (1-й класс — особо опасные).

По массе выбросов преобладающими **веществами** являются соединения серы, азота, углерода, пыль. Вещества, поступающие **в** атмосферу от различных промышленных источников, создают так называемое первичное загрязнение. После выхода из источника загрязнения вещества не остаются в атмосфере **в** неизменном виде. Происходят физические изменения — перемещение и распространение в пространстве, турбулентная диффузия, разбавление и т.д. Происходят и химические изменения, реакции — окисление, фотохимические превращения, в которых образуется фотохимический смог. Солнечное излучение вызывает в атмосфере химические реакции между различными загрязняющими веществами и окружающей средой.

Химические реакции с участием некоторых газообразных загрязняющих веществ, приводящие к образованию кислот или кислотных ионов, вызывают повышение кислотности осадков. Основным загрязняющим веществом, обусловливающим этот процесс, является диоксид серы. В ходе окисления он превращается в серную кислоту и гидросульфаты. Оксиды азота образуют азотную кислоту. Кислотные осадки на 2/3 обусловлены диоксидом серы, а на 1/3 — оксидами азота. Наибольшие по масштабам выбросы диоксида серы связаны с работой тепловых электростанций. Кислотные дожди относятся к одной из глобальных экологических проблем; они являются причиной закисления озер, в результате чего рыба в них не может ни воспроизводиться, ни просто выжить. Огромный урон наносится вечнозеленым лесам — еловым, пихтовым, сосновым. Кислотные дожди усиливают коррозию металлических конструкций, механизмов, оборудования, а также разрушают здания.

Степень опасности различных загрязнителей выражается их предельно-допустимой концентрацией (ПДК) — нормативом содержания вредного

вещества, не оказывающего при постоянном воздействии вредного влияния на человека или компоненты окружающей среды.

При определении ПДК учитывается степень влияния на здоровье человека, а также воздействие на различные объекты живой природы — растительный и животный мир, микроорганизмы, почвы.

Для некоторых особо токсичных элементов, имеющих канцерогенный эффект, эффект ионизирующего излучения, не существует нижних порогов безопасности, а следовательно, и ПДК. Любое превышение ими привычных природных фонов опасно для живых организмов хотя бы генетически, в цепи поколений.

Существуют национальные стандарты ПДК, различающиеся по отдельным странам. В России установлены ПДК для 146 видов веществ и 27 типов веществ совместного действия. В качестве критерия ПДК применяют массовую концентрацию в атмосфере в микрограммах на кубометр.

Более сильным может оказаться действие сочетаний отдельных элементов, приводящее к эффекту суммации [35] . Для предприятий разных отраслей промышленности могут быть свои элементы, дающие эффект суммации.

Предельно допустимый выброс (ПДВ) — выброс вредного вещества в атмосферу, устанавливаемый для каждого источника загрязнения атмосферы при условии, что приземная концентрация этих веществ не превысит ПДК.

При оценке загрязнения атмосферы важен период времени, в течение которого загрязняющие вещества в ней сохраняются.

ДЛЯ определения особенностей воздействия предприятия на окружающую территорию необходимо знать характер распространения выбросов от источников загрязнения. Характер распространения выбросов определяется несколькими составляющими — метеорологической ситуацией, высотой заводской трубы, спецификой выбрасываемых веществ. Предприятия различных отраслей с учетом этих условий имеют различные радиусы распространения выбросов: металлургические — свыше 5 км, машиностроительные — до 5 км, предприятий пищевой, легкой промышленности — 1—2 км.

Можно выделить промышленные предприятия, оказывающие особо сильное влияние на загрязнение атмосферы, заводы по выпуску черных и цветных металлов, нефтеперерабатывающие и нефтехимические, по выпуску строительных материалов, особенно цемента.

Второе направление воздействия промышленного производства — *загрязнение водных источников:* поверхностных и подземных вод.

Вода в промышленном производстве выполняет различные функции: используется для охлаждения жидких и газообразных продуктов в теплообменных аппаратах; для растворения и образования пульп при обогащении и переработке руд; для промывки газообразных жидких и твердых продуктов и изделий. В

---

[35] Суммация — возникновение возбуждения в тканях организмов в результате действия ряда подпороговых (наименьших) раздражений, каждого из которых в отдельности недостаточно, чтобы вызвать физиологический эффект.

промышленности от 65 до 80% воды расходуется на охлаждение. Если вода используется как охладитель, она практически не загрязняется, а лишь нагревается. Технологическая вода контактирует с продуктами и изделиями и поэтому загрязняется, образуя сточные воды. Количественный и качественный состав производственных сточных вод разнообразен и зависит от отрасли промышленности, ее технологических процессов. Их делят на две основные группы.

К первой группе относятся сточные воды, содержащие неорганические примеси, в том числе токсичные и с наличием ядов. Это сточные воды содовых, сульфатных, азотно-туковых заводов и других предприятий основной химии, а также горно-обогатительных фабрик. В сточных водах этих предприятий содержатся кислоты, щелочи, ионы тяжелых металлов; сточные воды этой группы в основном изменяют физические свойства воды.

Сточные воды второй группы сбрасываются нефтеперерабатывающими, нефтехимическими заводами, предприятиями органического синтеза, коксохимическими и рядом других. В этих стоках содержатся нефтепродукты, аммиак, альдегиды, смолы, фенолы и другие вредные вещества. Опасное действие сточных вод этой группы заключается главным образом в окислительных процессах, вследствие чего уменьшается содержание в воде кислорода, увеличивается биохимическая потребность в нем, ухудшаются органолеп- тические показатели воды. Уменьшить количество загрязненных сточных вод можно внедрением безводных технологических процессов. В настоящее время в большинстве применяемых технологий удельный расход воды на единицу производимой продукции еще велик. Основной путь уменьшения водопотребления — создание оборотных и замкнутых систем.

Можно выделить предприятия нескольких отраслей, отличающихся особо сильным воздействием на водные ресурсы. Например, целлюлозно-бумажные комбинаты. Сточные воды целлюлозно- бумажного комбината состоят из пяти потоков основных загрязнителей. Воды, содержащие кору, образуются при мокрой окорке древесины; они имеют резкий скипидарный запах, низкую прозрачность, малое количество кислорода. Волокно- и каолиносодержа- щий поток образуется при производстве бумаги, картона. Продукты гниения волокна придают воде неприятный вкус. Щелокосодержа- щий поток имеет темно-коричневый цвет, процессы фотосинтеза в нем тормозятся, уменьшается кормовая база для рыб. Кислотный поток содержит минеральные кислоты, в том числе серную кислоту; хлорсодержащий поток загрязнен свободным и связанным хлором, в нем можно обнаружить диоксины.

Тепловые электростанции служат примером теплового загрязнения поверхностных вод. Проблема теплового загрязнения вод особенно сильно обострилась с наращиванием единичной мощности электростанций. Тепловое загрязнение водоемов ведет к изменению биоты под воздействием выпуска нагретых вод. Нагретая вода может активизировать действие многих токсичных

элементов, находящихся в малых концентрациях, не представляющих до того опасности.

В число отраслей, вносящих вклад в загрязнение поверхностных вод, входит и машиностроение. Здесь основными видами загрязнения являются механические взвеси: песок, окалина, металлическая стружка. Выделяются своей высокой токсичностью сточные воды травильных отделений и гальванических цехов. Травильный раствор для травления стальных заготовок состоит из серной и соляной кислот. Концентрация их в свежем травильном растворе составляет 15—20%, а в отработанном — 4— 5%. В сточных водах, образующихся при травлении цветных металлов и их сплавов, содержатся, кроме остатков кислот, также металлы из протравленных заготовок. В сточных водах гальванических цехов могут быть цианистые и хромсодержащие соединения. Для оценки уровня загрязнения сточных вод существует несколько экологических нормативов.

Сточные воды характеризуются показателями БПК — биологическая потребность в кислороде, или количество кислорода, использованного при биохимических процессах окисления органических веществ за определенный промежуток времени, и ХПК — химическая потребность в кислороде, т.е. количество кислорода, эквивалентное количеству расходуемого окислителя, необходимого для окисления всех восстановителей, содержащихся в воде.

Воздействие промышленныхвыбросов нарастительность и почву. Вредное воздействие проявляется обычно в виде хронических повреждений древесины малыми концентрациями нескольких загрязняющих веществ. Наиболее сильный ущерб приносят выбросы пылевых частиц, диоксида серы, фтора. В радиусе 1 км от источников выбросов происходит снижение продуктивности леса на 30—50%. В непосредственной близости от больших источников выброса деревья обычно погибают.

Загрязнение атмосферы промышленными выбросами приводит к загрязнению и разрушению почвенного слоя. От воздействия выбросов диоксида серы в зоне 2 км от предприятия происходит снижение урожайности на 15—30%. Растения обладают способностью накапливать большие количества фтора, особенно в зеленой массе. Может быть зафиксировано 100-кратное увеличение содержания фтора в массе растения, например в зоне, прилегающей к алюминиевому заводу. Урожайность сельскохозяйственных культур в непосредственной близости от источников выбросов может быть настолько ограниченной, что их выращивание становится нецелесообразным.

Воздействие на здоровье человека. По данным Всемирной организации здравоохранения неблагополучное состояние окружающей среды является причиной примерно 20% заболеваемости населения. При оценке воздействия особое внимание должно уделяться опасным элементам, вызывающим профессиональные заболевания, а также, возможно, ухудшающим здоровье населения прилегающих территорий.

Очистные и природоохранные сооружения предприятия. Смягчить воздействие производства на окружающую среду, существенно снизить объем поступления

вредных веществ по сравнению с технологическими нормативами можно с помощью средозащитной техники. Паспорт должен содержать данные об основных видах очистного оборудования, применяемых способах и степени очистки вредных выбросов.

Природоохранными органами страны установлены размеры штрафов за выброс предприятием от стационарных и передвижных источников загрязнения, за экологический ущерб, наносимый им различным компонентам природной среды, а также здоровью населения.

Для предприятия устанавливаются нормативы — ПДВ, нормы размещения отходов и нагрузки на окружающую среду.

Основной принцип, заложенный в определение суммы платежа, — платит загрязнитель. Размеры платы зависят от объема вредных выбросов, поступающих от предприятия, степени токсичности выбрасываемых веществ. В случае превышения выбросов, установленных нормативами для данного предприятия, вводится коэффициент, увеличивающий размеры платежа. В среднем увеличение платы за счет превышения установленных норм может достигать более 5 раз.

ВЫВОДЫ

1. Анализ развития промышленного производства в мире в последние десятилетия показывает резко возрастающую роль экологического фактора при размещении и функционировании промышленного предприятия. Часто именно экологический фактор становится определяющим.

2. Степень воздействия промышленного предприятия на окружающую среду, здоровье человека зависит от специализации предприятия, масштабов производства, принятой технологии и т.д. Можно выделить типы предприятий, различающихся характером воздействия — загрязняющих преимущественно воздух или воду, выделяющиеся значительными объемами твердых отходов и, наконец, комплексного воздействия.

3. При работе промышленного предприятия необходим постоянный контроль за масштабами загрязнения, изменениями в природном комплексе окружающих территорий; необходима разработка комплексных программ по уменьшению вредного воздействия предприятия.

4. Экологический паспорт предприятия, содержащий основную информацию о масштабах, специфике выбросов, особенностях технологического процесса, возрасте оборудования и т.д., является важным инструментом в организации природоохранной деятельности предприятия.

Вопросы для предварительного самостоятельного изучения

1. Какие факторы размещения промышленных предприятий вы знаете? Почему необходимо учитывать экологический фактор при размещении и работе промышленного предприятия?
2. В чем главные отличия воздействий на природный комплекс предприятий добывающей и перерабатывающей промышленности?
3. Назовите основные экологические стандарты, применяемые для определения уровня загрязнения атмосферы, водных источников.
4. Какие направления улучшения экологической ситуации города, вызванной работой промышленного предприятия, вы можете назвать?
5. Приведите пример решения экологической проблемы с помощью внедрения новых, малоотходных технологий.
6. Назовите специфические особенности воздействия на окружающую среду предприятий и учреждений непроизводственной сферы.

Термины и понятия к разделу V

Венчурная фирма — коммерческая научно-техническая фирма, занимающаяся разработкой и внедрением новых технологий и продукции с неопределенным : фанее доходом (рискованный вклад капитала).

Инвестиции — долгосрочные вложения средств как внутри страны, так и за рубежом в целях создания новых и модернизации действующих предприятий, освоения новейших технологий и техники, увеличения производства и получения прибыли.

Инвестиционный климат — совокупность политических, экономических, юридических, социальных, бытовых и др. факторов, которые в конечном счете предопределяют степень риска капиталовложений и возможность их эффективного использования.

Инвестиционная политика — определение наиболее приоритетных направлений капитальных вложений, от которых зависит повышение эффективности экономики, обеспечение наибольшего прироста продукции и национального дохода на каждый рубль.

Инвестиционный проект — план вложения капитала в целях получения прибыли; система, включающая в себя определенный набор организационно-правовых и расчетно-финансовых документов, необходимых для осуществления определенных целей, получения определенных результатов.

Инвестор — частный предприниматель, организация или государство, осуществляющие долгосрочное вложение капитала в какое-либо предприятие в целях получения прибыли.

Инновация — нововведение, комплексный процесс создания, распространения и использования новшеств (нового практического средства) для удовлетворения человеческих потребностей, меняю - щихся под воздействием развития общества.

Интенсификация — процесс экономического развития за счет более интенсивного использования всей совокупности ресурсов на основе ускорения научно-технического прогресса. Интенсивное экономическое развитие противопоставляется экстенсивному, сущность которого состоит в дополнительном вовлечении ресурсов.

Качество продукции — совокупность свойств продукции, объекта, относящихся к его способности удовлетворять определенные потребности в соответствии с назначением.

Материально-техническая база **науки** — совокупность средств научно-исследовательского труда, включая научные организации, научное оборудование и установки, **экспериментальные** заводы, цеха и лаборатории, вычислительные центры и т.п.

Научно-технический потенциал — обобщенная характеристика уровня развития науки, инженерного дела, техники в стране, возможностей и ресурсов, которыми располагает общество для решения научно-технических проблем.

Научно-технический про1ресс — процесс непрерывного развития науки, техники, технологии, совершенствования предметов труда, форм и методов организации производства и труда.

Оценка качества продукции — это совокупность операций, включающая выбор номенклатуры показателей качества оцениваемой продукции, определение значений этих показателей и сопоставление их с базовыми.

Показатель качества продукции — это количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции, составляющих ее качество, рассматриваемая применительно к определенным условиям ее создания, эксплуатации и потребления.

Портфельные инвестиции — инвестиции в долгосрочные ценные бумаги (акции, облигации, векселя и др.).

Сертификат — документ, удостоверяющий качество товара, выдаваемый компетентными органами на основе экспертизы товара.

Сертификация — документальное подтверждение соответствия продукции определенным требованиям, конкретным стандартам или техническим условиям.

Сертификат качества — документ, удостоверяющий качество поставленного товара.

Сертификат соответствия — является документальным результатом проведения специальной процедуры (соответствие продукции заданным требованиям или условиям).

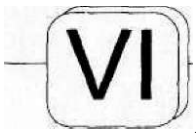
Стандартизация — деятельность, направленная на достижение оптимальной степени упорядочения в определенной области посредством установления положений для всеобщего и многократного использования в отношении реально существующих или потенциальных задач.

Уровень качества продукции — относительная характеристика качества оцениваемой продукции с базовыми значениями соответствующих показателей.

Эффект экономический — абсолютный показа гель, характеризующий результат деятельности в стоимостной, денежной оценке.

Эффективность экономическая — относительный показатель, соизмеряющий полученный эффект с затратами или ресурсами, использованными для достижения этого эффекта.

раздел _____
Финансовые ресурсы предприятия



Глава 27. Собственные и заемные средства предприятия
Глава 28. Расходы и доходы предприятия
Глава 29. Издержки производства, валовой доход, прибыль, себестоимость Глава 30. Ценовая политика на предприятии Глава 31. Риск в деятельности предприятия Глава 32. Учет и отчетность на предприятии Глава 33. Аналитическая деятельность на предприятии Глава 34. Банкротство предприятий. Профилактика банкротства

Глава

27 Собственные и заемные средства предприятия

Осуществление финансовых отношений предполагает наличие у предприятия финансовых ресурсов. Финансовые **ресурсы** — это совокупность денежных средств предприятия, предназначенных для выполнения финансовых обязательств и осуществления затрат по обеспечению расширенного воспроизводства.

Финансовая стабильность предприятий и риск неплатежеспособности существенно зависят от видов источников финансовых ресурсов. Источником формирования финансовых ресурсов служит совокупность источников удовлетворения дополнительной потребности в капитале на предстоящий период, обеспечивающем развитие предприятия. Эти источники подразделяются на собственные (внутренние) и заемные (внешние).

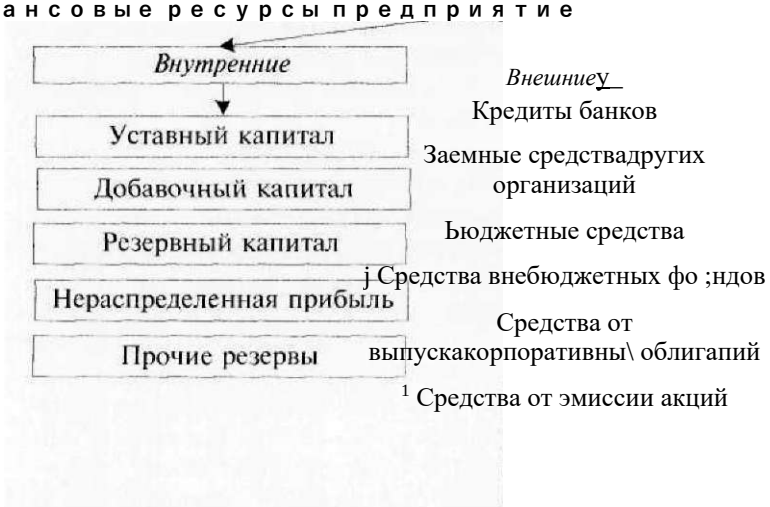


Рис. 27.1. Финансовые** ресурсы **предприятия

Анализ структуры капитала имеет огромное значение для собственников предприятия и инвесторов, так как имеющиеся существенные различия между привлеченными и собственными средствами определяют политику финансового менеджмента предприятия.

Структура капитала измеряется через относительные размеры различных источников средств.

Промышленные предприятия в России традиционно жалуются на нехватку собственных средств для инвестиций и недоступность заемных средств для этих целей. Лаборатория конъюнктурных опросов Института экономики переходного периода (ИЭПП) провела очередной опрос, в котором просила назвать основные препятствия, мешающие предприятиям инвестировать[1]. В период 1996— 2004 гг. эти ограничения оказались минимальными. Впервые за девять лет у 12% промышленных предприятий не было никаких помех для инвестиций. Доля предприятий, которым не хватает собственных финансовых ресурсов, снизилась за год с 89 до 76%. Доступность заемных ресурсов тоже выросла, так, на высокую стоимость кредитов указали лишь 24% опрошенных по сравнению с 30% в предшествующий год. Опрос ИЭПП выявил всего две помехи инвестициям, которые за последний год выросли: трудность получения долгосрочного кредита — 23% предприятий (+2%) и низкая прибыльность инвестиций — 14% (+2%). Однако это говорит не о том, что доступность долгосрочных кредитов уменьшилась, а скорее о том, что большая доля предприятий рассчитывает на получение такого кредита, планируя свое развитие на долгосрочную перспективу.

27.1 Собственный капитал предприятия

Собственный капитал — основной рисковый капитал предприятия, средства, которые предприятие может с наибольшей уверенностью инвестировать на долгосрочной основе и подвергнуть наибольшему риску. Их потеря по какой-либо причине не обязательно подвергнет риску способность предприятия выплатить фиксированные долги. Особенность собственного капитала заключается в том, что он не дает обязательной или гарантированной прибыли, которая должна выплачиваться при любом течении дел, и по нему нет определенного графика возмещения долго - срочных инвестиций. С позиций стабильности предприятий и подверженности риску неплатежеспособности особенность собственного капитала состоит в том, что его размер фиксирован, и есть основания рассчитывать, что он останется и при неблагопри-

[1] Ведомости. — 2004. — 30 апр.

ятных обстоятельствах, и по нему нет обязательных требований по выплате дивидендов.

Собственный капитал состоит из:

- ♦ уставного капитала;
- ♦ добавочного капитала;
- ♦ резервного капитала;
- ♦ нераспределенной прибыли (убытков);
- ♦ прочих резервов.

К собственному капиталу относятся **также** доходы будущих периодов (временно законсервированная прибыль отчетного года).

Уставный капитал акционерного общества. Уставный капитал предприятия представляет собой совокупность вкладов (долей, акций, паевых взносов) учредителей, его размер зафиксирован в учредительных документах. Взнос в уставный капитал может осуществляться как в денежной, так и в имущественной форме — **в** виде зданий, оборудования, прав пользования землей и природными ресурсами, патентов, лицензий, товарных знаков и других видов нематериальных активов. Он может пополняться за счет прибыли предприятия. У российских предприятий в структуре собственного капит&та доля уставного капитала незначительна: в начале 1995 г. она составляла лишь 1,4%, к концу 1998 г. увеличилась до 9% и продолжала возрастать.

Порядок формирования уставного капитала зависит от организационно-правовой формы предприятия. Например, уставный капитал акционерного предприятия образуется путем выпуска и реализации акций.

Уставный капитал акционерного общества разделен на определенное число акций; акционеры не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Уставный капитал акционерного общества составляется из номинальной стоимости акций общества, приобретенных акционерами, и определяет минимальный размер имущества общества, гарантирующего интересы его кредиторов. Он не может быть менее размера, предусмотренного законом об акционерных обществах. Открытая подписка на акции акционерного общества не допускается до полной оплаты уставного капитала. При учреждении акционерного общества все его акции должны быть распределены среди учредителей.

Если по окончании второго и каждого последующего финансового года стоимость чистых активов общества окажется меньше уставного капитала, общество обязано объявить и зарегистрировать в установленном порядке уменьшение своего уставного капитала. Если стоимость указанных активов общества становится меньше определенного законом минимального размера уставного капитала, общество подлежит ликвидации.

Если чистые активы меньше уставного капитала, то общество обязано уменьшить свой уставный капитал до размера чистых активов, т.е. фактически до размера собственных средств. Например, если чистьте активы равны 800 млн руб., а уставный капитал — 900 млн руб., то акционерное общество обязано уменьшить уставный капитал на 100 млн руб.

Акционерное общество вправе по решению общего собрания акционеров увеличить уставный капитал путем увеличения номинальной стоимости акций или выпуска дополнительных акций. Увеличение уставного капитала акционерного общества допускается после его полной оплаты, но увеличение уставного капитала общества для покрытия понесенных обществом убытков не допускается.

Акционерное общество вправе по решению общего собрания акционеров уменьшить уставный капитал путем уменьшения номинальной стоимости акций либо путем покупки части акций в целях сокращения их общего числа. Уменьшение уставного капитала общества допускается после уведомления всех его кредиторов в порядке, определяемом законом об акционерных обществах. Кредиторы общества вправе потребовать досрочного прекращения или исполнения соответствующих обязательств общества и возмещения им убытков. Уменьшение уставного капитала акционерного общества путем покупки и погашения части акций допускается, если такая возможность предусмотрена в уставе общества.

Существуют ограничения на выпуск ценных бумаг и выплату дивидендов акционерного общества. Доля привилегированных акций в объеме уставного капитала акционерного общества не должна превышать 25% процентов. Акционерное общество вправе выпускать облигации на сумму, не превышающую размера уставного капитала либо размера обеспечения, предоставленного обществу в этих целях третьими лицами, после полной оплаты уставного капитана. При отсутствии обеспечения выпуск облигаций допускается не ранее третьего года существования акционерного общества и при условии надлежащего уг- верждения к этому времени двух годовых балансов общества. Акционерное общество не вправе объявлять и выплачивать дивиденды:

- до полной оплаты всего уставного капитала;
- если стоимость чистых активов акционерного общества меньше его уставного капитала и резервного фонда либо стане! меньше их размера в результате выплаты дивидендов.

Формирование уставного капитала предприятий других организационно-правовых форм может отличаться более или менее существенно. Например, у общества с ограниченной ответственностью уставный капитал разделен на доли определенных учредительными документами размеров; участники общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск **убытков,** связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

У общества с дополнительной ответственностью уставный капитал разделен на доли определенных учредительными документами размеров; участники такого общества солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом в одинаковом для всех кратном размере к стоимости их вкладов, определяемом учредительными документами общества. При банкротстве одного из участников его ответственность **по** обязательствам

общества распределяется между остальными участниками пропорционально их вкладам, если иной порядок распределения ответственности не предусмотрен учредительными документами общества.

Добавочный капитал. Добавочный капитал аккумулирует денежные средства, поступающие предприятию в течение года по нескольким каналам.

Добавочный капитал возникает в результате:

- прироста стоимости внеоборотных активов после их переоценки;
- получения дополнительных денежных средств (или имущества) при продаже акций в случае их первичного размещения по цене, превышающей их номинальную стоимость (эмиссионный доход);
- прироста активов в результате безвозмездного получения имущества и денежных средств;
- прироста стоимости внеоборотных активов, созданных за счет чистой прибыли или фондов предприятия;
- отражения положительной курсовой разницы по вкладам иностранных инвесторов в уставные капиталы российских предприятий.

Что включать в состав добавочного **капитала** и как его использовать, решают собственники предприятия, разрабатывая соответствующие положения. Основной канал поступления добавочного капитала — результаты переоценки основных фондов. Вполне **естественно** ежегодное увеличение уставного каптала за счет добавочного. Но, как отмечалось, многие предприятия этого не **делают и** в результате несут определенные потери, связанные с условиями формирования резервного капитала. У российских предприятий добавочный капитал является основным элементом собственного капитала: в 1995 г. он составлял две трети собственного капитала, к концу 1998 г. - 59%.

Резервный капитал. Резервный капитал предприятий подразделяется на два типа резервных фондов. *Обязательный резервный фонд,* создаваемый в соответствии с законодательством РФ, объем которого должен составлять не менее 15% уставного капитала предприятия (на предприятиях с иностранным капиталом — 25%), формируется только за счет ежегодного отчисления чистой прибыли предприятия в размере не менее 5%. Отчисления прекращаются при достижении установленного уставом объема этого фонда. Средства фонда в первую очередь используются на покрытие убытков от хозяйственной деятельности, а в акционерных обществах, при отсутствии иных средств, — для погашения облигаций общества и выкупа собственных акций. Ни на какие другие цели деньги резервного фонда не используются.

Таким образом, в соответствии с мировой практикой резервный капитал предприятия предназначен для покрытия убытков предприятия, а в акционерных обществах — также для погашения облигаций общества и выкупа их акций при отсутствии иных средств. Если резервный фонд используется на указанные цели, то отчисления в него производятся из прибыли до ее налогообложения. Это означает, что предприятие имеет льготу и отчисления в резервный фонд не облагаются налогом на прибыль.

Необязательные резервные фонды предприятия могут использоваться:

- при недостатке оборотных средств — на формирование производственных запасов, незавершенного производства и готовой продукции;
- при достаточности оборотных средств — в краткосрочные финансовые вложения.

При использовании резервного капитала на эти цели отчисления в него должны производиться из чистой прибыли, т.е. без льгот по налогообложению. В частности, акционерные общества могут формировать из чистой прибыли специальный фонд акционирования работников общества. Он предназначен на приобретение акций общества, продаваемых акционерами, для последующего размещения их работникам. В условиях развития производства, когда будут приглашаться высококвалифицированные специалисты, это может быть одним из стимулов. Акции акционерного общества могут быть одним из вариантов премирования работников. Кроме того, концентрация большей части выпущенных акционерным обществом акций среди работников общества служит мощным стимулом и условием повышения эффективно - сти производства.

Значение резервною капитала для российских предприятий пока невелико. Его доля в собственных источниках финансирования с 1995 г. не превышала 1%.

Прочие собственные средства. Нераспределенная прибыль — это часть чистой прибыли, которая не была распределена между акционерами и осталась в распоряжении предприятия. Ее доля в собственных источниках финансирования российских предприятий невелика, однако это наиболее быстро растущий элемент собственного капитала предприятий. Существенный рост объемов нераспределенно!! прибыли предопределил увеличение ее удельного веса в собственном капитале предприятий с 0,2% в 1994 г. до 2.8% в 1998 г.

Нераспределенная прибыль может аккумулироваться как в резервных фондах, так и в фондах специального назначения, из которых покрываются расходы, не связанные непосредственно с производственным процессом. При возможности создания множества таких фондов для различных целей по экономическому содержанию и\ можно подразделить на два типа — фонды накопления и социальной сферы и фонды потребления.

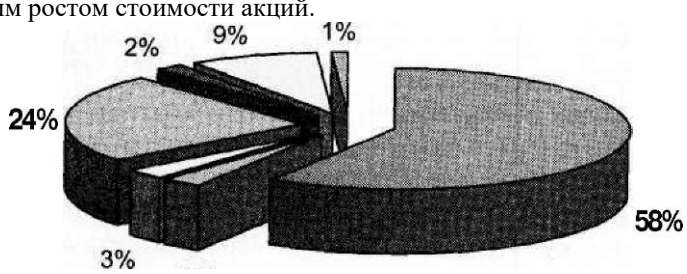
В фонде накопления по решению учредителей резервируется часть чистой прибыли для финансового обеспечения капитальных вложений в производство. Значение этого фонда для российских предприятий постепенно снизилось: с 5,7% в 1995 г. до 3,1% в 1998 г.

Инвестиционный фонд предназначен для развития производства. В нем концентрируются:

- амортизационный фонд, предназначенный для простого воспроизводства основных фондов;
- фонд накопления, образуемый за счет отчислений от прибыли и предназначенный для развития производства;

♦ темные **и** привлеченные источники.

Этот **фонд** создается **в** целях предоставления предприятию возможности за счет собственной прибыли **и** других источников обеспечить прирост оборотных средств и финансирование капитальных вложений. При распределении чистой прибыли решается, какая ее часть должна быть направлена на выплату дивидендов и какая на развитие производства. Инвестиционный фонд служит источником увеличения уставного капитала предприятия, так как вложения в развитие производства увеличивают имущество предприятия. Следовательно, увеличиваются чистые активы и балансовая стоимость акций акционерного общества, а при увеличении уставного капитала — и их номинальная стоимость. Увеличение средств на развитие способствует увеличению объема реализации предприятия и росту его прибыли. Вот почему в мировой практике примерно половина акционерных обществ не платят дивиденды, а привлекают акционеров постоянным ростом стоимости акций.



Шдобавочный капитал -нераспределенная прибыль • фонд накопления
Офонд социальной сферы Шпрочие резервы • уставный капитал
• резервный капитал

Рис. 27.2, Доля в собственном капиталероссийскихпредприятий, %

Фонд социальной сферы покрывает капитальные вложения в социальные службы предприятия. Фонды потребления создаются для финансирования социальных мероприятий некапитального характера (премии работникам, спортивные соревнования, материальная помощь и др.). Фонд социальной сферы по своему значению для российских предприятий занимает второе место после добавочного капитала: в 1995—1998 гг. его доля в собственных источниках финансирования оставалась на уровне 23—24%.

К прочим резервам относятся резервы, которые создаются на предприятиях в связи с предстоящими крупными расходами, включаемыми в себестоимость, и издержки обращения, что позволяет избежать неравномерности включения этих расходов **в** затраты.

Что касается размещения собственного капитала, то основная его доля находится в форме внеоборотных активов (основных средств, незавершенного строительства, долгосрочных финансовых вложений, нематериальных активов и прочих внеоборотных).

Важнейшие собственные источники инвестиций. Среди внутренних источников финансовых ресурсов, используемых для целей инвестирования, важнейшими во всем мире считаются прибыль и амортизационные отчисления. Прибыль предприятия формируется в процессе его производственной деятельности, это ее конечный результат и источник роста производства. Однако таким источником служит не вся валовая прибыль, полученная в результате хозяйственной деятельности предприятия, а лишь часть ее, остающаяся после уплаты налогов и платежей в бюджет, **чистая** прибыль. Она используется для формирования фондов накопления и потребления, резервного фонда. Амортизационные **отчисления** представляют собой денежное выражение стоимости износа основных производственных фондов и нематериальных активов. Амортизационные отчисления включаются в себестоимость продукции и затем в составе выручки от реализации продукции возвращаются на расчетный счет предприятия, становясь внутренним источником формирования фонда накопления. В развитых странах доля амортизации в финансировании простого и расширенного воспроизводства составляет 50—70%.

В России в 2003 г. инвестиции в нефинансовые активы (без субъектов малого предпринимательства) составили 1794,7 млрд руб.[36], из них 98,9% приходилось на инвестиции в основной капитал. Как и в предыдущие годы, собственные средства предприятий оставались важнейшим источником финансирования инвестиций. В структуре финансирования инвестиций в основной капитал крупных и средних предприятий в 2003 г. соотношение собственных и привлеченных средств составило 45,6 и 54,4%, в 2002 г. — 45 и 55% (табл. 27.1). При этом 18—19% инвестиций в основной капитал финансировалось за счет прибыли, остающейся в распоряжении организаций, а 22—24% — за счет амортизации.

[36] По данным Госкомстата РФ.

2003 г.

Таблица 27.1. ***Структура инвестиций в основной капитал по источникам финансирования ****

Направление инвестиций	*млрд рублей*	*% к итогу*	*2002 г., % к итогу*
В основной капитал	1774,9	100	100
1) собственные средства	809,5	45,6	45,0
прибыль, остающаяся в распоряжении организаций	319,1	18,0	19,1
амортизация	421,9	23,8	21,9
2) привлеченные средства	965,4	54,4	55,0

Без субъектов малого предпринимательства и параметров неформальной деятельности.

Если в 2001 г. на инвестиции в основной капитал крупными и средними предприятиями было направлено 245,6 млрд руб. амортизационных отчислений, то в 2002 г. их сумма составила 319,8 млрд, а в 2003 г. — 421,9 млрд руб. На рост амортизационные отчисления кроме переоценок основных фондов повлияли и такие факторы, как разрешение применять с 2002 г. ускоренную амортизацию для расчета налогооблагаемой прибыли; распределение амортизируемого имущества по 10 амортизационным группам и утверждение Правительством РФ классификации элементов основных фондов, включаемых в амортизационные группы.

Рост амортизационных отчислений у российских предприятий сдерживают:

1) низкие объемы выбытия и обновления основных производственных фондов, приводящие к сохранению высокой доли физически изношенных элементов, по которым амортизация не начисляется;

2) низкие темпы роста инвестиций в основной капитал (за исключением 2000 г.), обусловливающие слабый прирост основных производственных фондов и замедляющие увеличение объема амортизационных отчислений;

3) то, что предприятия, особенно инновационно-активные, еще редко применяют методы ускоренной амортизации.

Вместе с тем собственные средства предприятий служат важнейшим источником ресурсов, инвестируемых в основной капитал. Относительно амортизационных отчислений актуальна задача более полного их использования для целей инвестирования в

основной капитал, расширения масштабов применения ускоренной **амортизации** (введенными с 2002 г. налоговыми правилами разрешается применять ускоренную амортизацию при расчете налога на прибыль), применения санкций к предприятиям, допускающим нецелевое использование сумм ускоренной амортизации. Что касается прибыли как источника инвестиций, то ее увеличение связано с ростом объемов производства и продаж **конкурентоспособной** продукции, ограничением экспорта добытых полезных ископаемых и углублением их переработки на отечественных предприятиях; снижением себестоимости продукции, в частности, за счет реструктуризации и технологической мод ер - низации производства.

Финансовые вложения российских предприятий в основном обеспечиваются за счет собственных средств. Общий объем финансовых вложений организаций (без субъектов малого предпринимательства) в 2003 г. составил 3390,5 млрд рублей, из них за счет собственных источников было обеспечено 75% всех вложений, в том числе за счет фонда накоплений 56%, а за счет привлеченных — лишь 25% вложений.

Таблица 27.2. Финансовые вложения по источникам финансирования *

Финансовые ***вложения***	*Всего*		*В том числе*			
	млрд ***руб.***	*% к итогу*	*долгосрочные*		*краткосрочные*	
			млрд ***руб.***	*%к итогу*	*млрд руб.*	*%к итогу*
Всего	3390.5	100	978,2	100	2412,3	100
собственные средства	1779,6	73.8				
фонд **накоп**ления	1888.6	55,7	569,4	58,2	1319,2	54,7
амортизация						
привлеченные средства	90,5	2,7	20,3	2,1	70,2	2.9
	848,7	25,0	216,0	22,1	632,7	26.2

По данным **Госкомстата** РФ.

Легко заметить, и это вполне естественно, что в долгосрочные финансовые инвестиции предприятия стараются вкладывать больше собственных средств (более дешевых, более доступных), а в краткосрочные инвестиции направляется чуть больше заемных средств.

27.2 Заемные (внешние) средства предприятия

В условиях рыночной экономики внешние источники финансовых ресурсов имеют огромное значение: предприятие на практике не может обойтись без привлечения заемных средств. Заемные средства в нормальных экономических условиях способствуют повышению эффективности производства, они необходимы для осуществления расширенного производства. Многообразие каналов привлечения заемных ресурсов создает возможность использовать их в различных ситуациях.

К источникам заемных средств относятся: кредиты банков, коммерческие кредиты, факторинг, лизинг, кредиты частных лиц и пр.

Привлечение заемного капитала становится необходимым для покрытия потребности предприятия в основных и оборотных фондах. Такая потребность может возникнуть в ходе проведения реконструкции и технического перевооружения производства, из-за отсутствия достаточного стартового капитала, наличия сезонности в производстве, заготовках, переработке, снабжении и сбыте продукции, а также в результате отклонений в нормальном ходе кругооборота средств по независящим от предприятия причинам: необязательности партнеров, чрезвычайным обстоятельствам и т.д.

Заемный капитал подразделяется на краткосрочный и долго - срочный. Как правило, заемный капитал сроком до одного года относится к краткосрочному, а больше года — к долгосрочному капиталу. Как финансировать те или иные активы предприятия — за счет краткосрочного или долгосрочного (заемного и собственного) капитала, решают в каждом конкретном случае. Однако предприятие часто следует правилу, согласно которому элементы основного капитала, а также наиболее стабильная часть оборотного капитала (например, страховой запас, часть дебиторской задолженности) финансируются за счет долгосрочного капитала. Остальная часть оборотных активов, величина которых зависит от товарного потока, финансируется за счет краткосрочного капитала.

Все внешние источники финансирования попадают в одну из двух категорий: финансирования путем получения кредитов либо выпуска ценных бумаг (кроме акций). Более подробно остановимся на кредитной форме заемного капитала.

В мировой практике выделяют следующие виды кредитов: банковский, коммерческий, потребительский, государственный, международный и ростовщический кредит. Для предприятий наиболее актуальны коммерческий и, конечно, банковский кредит.

Коммерческий кредит. Такой кредит предприятие может получить при закупке товаров или создании производственного запаса у поставщика. Для многих мелких предприятий он является важнейшим источником

финансирования. Хотя упущенная выгода при использовании коммерческого кредита не отражается в учете, тем не менее она может выражаться значительной суммой, если поставщик предоставляет покупателю скидки с цены при оплате сделки в более короткие сроки, чем определены в договоре. Например, при оплате в течение 10 дней при сроке платежа в 30 дней поставщик может предоставить скидку *2%* стоимости платежа.

Как и во всех других случаях привлечения капитала, предприятие, получающее коммерческий кредит, должно обратить внимание на проблему зависимости. Поставщик может навязать фирме невыгодные цены или товар более низкого качества, потребовать прекращения деловых контактов с конкурентами данного поставщика или выполнения других неподходящих условий.

Банковский кредит. Во всем мире коммерческие банки наиболее часто используются предприятиями в качестве источников краткосрочных и долгосрочных кредитных ресурсов.

Банковское кредитование предприятий на производственные и социальные нужды осуществляется при строгом соблюдении принципов возвратности, платности и срочности, отражающих сущность и содержание кредита. Эти принципы стихийно сложились на раннем этапе развития кредита, а затем были закреплены в законодательстве.

Возвратность кредита означает обязательность выплаты кредитору суммы основного долга на оговоренных условиях.

Срочность кредита — возврат кредитору заемных средств не в любое подходящее для заемщика время, а в заранее оговоренные сроки. Срок кредитования — это предельное время, в течение которого ссудные средства находятся в распоряжении заемщика. Нарушение этого принципа заемщиком влечет за собой применение определенных санкций: увеличение взимаемого процента, а затем — предъявление финансовых требований в судебном порядке.

Платность кредита. Согласно этому принципу заемщик должен не только вернуть полученные от банка кредитные ресурсы, но и оплатить право на их использование, что связано с платностью услуг, оказываемых банками при кредитовании. За предоставление банковской ссуды, как правило, взимается плата в виде процентов. Размер процентной ставки устанавливается сторонами по кредитному договору.

Банковский кредит предоставляется специализированными кредитно-финансовыми организациями, имеющими лицензию на осуществление данных операций от Центрального банка. Заемщиками банковского кредита могут быть только юридические лица. Инструментом кредитных отношений является кредитный договор или кредитное соглашение.

Процесс кредитования. Кредитный процесс начинается со дня выдачи ссуды. До этого момента и вслед за ним проводится активная работа между предприятием-заемщиком и банком-кредитором, включающая несколько этапов.

Этап 1. Переговоры о кредите. Предложение о выдаче кредита может исходить как от клиента, так и от банка. Для западной практики типична ситуация, когда банк ищет клиента, предлагая ему свой продукт, в том числе кредиты на различных условиях.

Этап 2. Рассмотрение конкретного проекта. Банк проявляет особую тщательность и осторожность в оценке кредитоспособности клиента, объекта кредитования и надежности обеспечения, качества залога и гарантий.

Этап 3. Оформление кредитной документации. Работники банка оформляют кредитный договор, выписывают распоряжения по банку о выдаче кредита, заводят специальное досье на клиента- заемщика (кредитное дело).

Этап 4. Использование кредита и контроль за кредитными операциями: соблюдением лимита кредитования (кредитной линии), целевым использованием кредита, уплатой ссудного процента, полнотой и своевременностью возврата ссуд. На этом этапе банк не прекращает работу по оперативному и традиционному анализу кредитоспособности и финансовых результатов работы клиента (могут проводиться встречи, переговоры с клиентом, уточняться условия и сроки кредитования).

Кредитная документация, предоставляемая банку. Кредитная сделка требует документального оформления. Устные переговоры, которые ведет предприятие с банком на предварительном этапе, заканчиваются представлением в кредитное учреждение письменного ходатайства — обоснования необходимости кредита на определенные цели. Ходатайство (его также называют технико-экономическим обоснованием) содержит просьбу клиента о получении кредита с указанием цели, необходимого размера, процента, срока погашения. Ходатайство рассматривается банком в составе других сопроводительных документов, позволяющих банку определить финансовое положение клиента и его кредитоспособность, в том числе баланс на начало года (как правило, банки требуют баланс за последние 2—3 года, а при необходимости запрашивают баланс на ближайшую дату) и отчетность по прибылям и убыткам.

Заключение кредитного договора и выдана кредита. В **соответствии** с Законом РФ «О банках и банковской деятельности РФ» кредитные сделки банка с клиентами осуществляются на основе заключения между ними кредитных договоров.

Кредитный договор — это важнейший документ, определяющий права и обязанности участников кредитной сделки. Согласно действующему законодательству кредитный договор должен быть заключен в письменной форме, в противном случае он будет признан недействительным. Он подписывается лицами. уполномоченными на заключение подобного рода договоров, что должно быть подтверждено соответствующей доверенностью, несоблюдение письменной формы кредитного договора влечет его недействительность. Кредитный договор, заключенный между банком (кредитором) и заемщиком определяет правовые и **экономические** условия кредитной сделки. Он является юридическим документом, все пункты которого

обязательны для выполнения заключившими его сторонами. Правовой характер кредитного договора обусловлен соответствующими статьями ГК РФ (ч. II).

Закон не регламентирует структуру кредитного договора, хотя на практике он имеет установившиеся разделы, которые фиксируют полное наименование участников, их юридические адреса, предмет договора, сумму, срок, порядок погашения, процентную ставку, размер комиссионных, обеспечение и гарантии. Особое значение придается позициям, дающим право банку в случае задержки платежа, несоблюдения договорных условий реализовать свое право на возвращение кредита и уплату процента за счет ресурсов и имущества как самого клиента, так и его гарантов, специальные разделы посвящают обязанностям клиента и банка. Может также дополнительно заключаться договор о залоге, если залог присутствует в сделке. В процессе кредитования клиент может представлять в банк гарантии, поручительства третьих лиц.

По содержанию и форме каждый кредитный договор базируется на четырех принципах: прочной основе, добровольности вступления в сделку, взаимной заинтересованности сторон и согласованности условий сделки.

Договор считается заключенным, когда сторонами достигнуто согласие по всем его существенным условиям.

Заключение кредитного договора дает основание для выдачи кредита, который выдается с письменного распоряжения работника банка (президента, его заместителя, начальника кредитного управления и т.д.)- Распоряжение о выдаче кредита поступает в отдел, который ведет расчетные и кредитные операции по счетам клиентов, в нем указывается Ф.И.О., сумма, счет, по которому следует выдать кредит. Распоряжение устанавливает направление кредита. Возможны три случая:

1) ссуда зачисляется на расчетный счет предприятия;

2) ссуда, минуя расчетный счет, предоставляется на оплату различных платежных документов по товарным и нетоварным операциям;

3) ссуда поступает в погашение других, ранее выданных кредитов.

Во время действия кредитного договора банк может осуществлять контроль за кредитными операциями, включающий контроль за соблюдением лимита кредитования (кредитной линии), целевым использованием кредита, уплатой ссудного процента, полнотой и своевременностью возврата ссуд. Кроме того, не прекращается работа по оперативному и традиционному анализу кредитоспособности и финансовых результатов работы предприятия, при необходимости проводятся встречи и переговоры, уточняются условия и сроки кредитования.

Обеспечение возвратности кредита — это виды и формы гарантированных обязательств заемщика перед кредитором (банком) по возвращению кредита в случае его возможного невозврата заемщиком.

Различные аспекты обеспечения возвратности кредита рассматриваются в Гражданском кодексе РФ, Основах гражданского законодательства, Федеральном

законе «О Центральном банке (Банке России)», Федеральном законе «О банках и банковской деятельности», Арбитражно-процессуальном кодексе и др.

На практике источники погашения ссуды подразделяются на первичные и вторичные. *Первичным источником* является выручка от реализации продукции или услуг, производимых предприятием. Однако реальной гарантией возврата кредита является выручка (доход) лишь финансово-устойчивых предприятий, к которым относятся предприятия, имеющие высокий уровень рентабельности и высокую обеспеченность собственным капиталом. Для таких предприятий — первоклассных клиентов банка — юридическое закрепление в кредитном договоре погашения ссуд за счет поступающей выручки представляется вполне достаточным.

На практике чаще встречается ситуация, когда возникает определенный риск своевременного поступления выручки. В этих случаях появляется необходимость в дополнительных гарантиях возврата кредитов, что требует *вторичных источников.* К их числу от-

носятся: неустойка, залог, удержание имущества должника, поручительство, банковская гарантия, задаток и другие способы, предусмотренные законом или договором.

Факторинг и лизинг. Кроме традиционных форм кредита, существуют и другие формы внешнего финансирования, которые непосредственно с кредитными операциями не связаны, но так же, как и кредит, связаны с привлечением заемных средств. Примером таких операций служат факторинговые и лизинговые операции.

Основной принцип *факторинга* — покупка фактор-фирмой (зачастую в этой роли выступает банк) у своего клиента-предприятия требований к покупателям его продукции. Фактически банк покупает дебиторскую задолженность. В течение 2-3 дней он оплачивает 70—80% требований в виде аванса. Оставшаяся часть выплачивается клиенту банка после поступления средств. Таким образом, банк фактически финансирует предприятие.

Факторинг обеспечивает следующие преимущества:

1) финансирование предприятия осуществляется сразу же, исчезает необходимость дожидаться срока платежа со стороны покупателей его продукции;

2) уменьшается финансовый риск предприятия, которое гарантированно получает все платежи;

3) предприятие может уменьшить свои расходы за счет сокращения персонала бухгалтерии, так как банк берет на себя обязательства по ведению дебиторского учета;

4) предприятие получает возможность получать информацию о платежеспособности покупателей, так как банки связаны между собой и через компьютерную систему могут круглосуточно получать сбытовую, финансовую информацию о клиентах.

Стоимость услуг факторинга складывается из двух элементов:

- ♦ комиссионных, которые зависят от размера оборота и платежеспособности покупателей и могут составлять от 0,5 до 2% суммы счетов;
- ♦ обычной рыночной процентной ставки для кредитов, так как банк выплачивает предприятию деньги раньше, чем покупатель оплачивает свои счета.

Лизинг — это долгосрочная аренда машин, оборудования **и** других товаров инвестиционного назначения, купленных арендодателем (лизингодателем) для арендатора (лизингополучателя) при сохранении права собственности на них за арендодателем на весь срок аренды (подробно лизинг был рассмотрен выше).

Коэффициенты соотношения собственных и заемных средств предприятия. Политика привлечения больших объемов заемного капитала повышает риск банкротства предприятия, например, если кредиторы потребуют возврата крупных средств в тот период, когда предприятие испытывает недостаток оборотных средств. Для оценки структуры капитала предприятия и рисков инвестиций служит соотношение собственных и заемных средств. Оно показывает, сколько рублей собственного капитала приходится на один рубль привлеченных средств. Динамика этого соотношения отражает изменение зависимости предприятия от внешних инвесторов. В целях анализа этой зависимости и ее динамики рассчитывают ряд коэффициентов.

1. *Коэффициент независимости к*\ характеризует структуру капитала с позиции финансовой независимости предприятия от заемных источников капитала:

где $К_с$ — собственный капитал;

К — весь капитал предприятия.

Оптимальным считается /ч = 0,5, т.е. равенство собственных и заемных средств, поскольку в этом случае при необходимости обязательства перед внешними кредиторами могут быть покрыты за счет собственных средств.

2. *Коэффициент финансирования к:,* характеризует соотношение собственных и заемных средств в структуре капитала-предприятия:

ще заемный капитал предприятия.

ki > 1 говорит о финансовой самостоятельности и устойчивости предприятия, его возможности погасить долговые обязательства; kj < 1 может указывать на серьезные проблемы с кредитоспособностью предприятия.

3. *Коэффициент финансовой устойчивости кт,,* или доля средств, которые предприятие может использовать на долгосрочной основе во всем капитале предприятия:

где К, , — заемный долгосрочный капитал предприятия.

Считается, что достаточно стабильное финансовое положение в глазах кредиторов обеспечивает А-, = 0,6.

Роль привлеченных средств в финансировании инвестиций. Как уже отмечалось, в финансировании инвестиций в основной капитал крупных и средних российских предприятий привлеченные средства играют несколько большую роль, чем собственные средства (табл. 27.3).

*Таблица 27.3. Структура инвестиций в основной капитал по источникам финансирования **

Инвестиции в основной капитал	*2003 г.*		*2002 г., % к итогу*
	млрд руб.	*% к итогу*	
Всего	1774,9	100	100
В том числе			
Собственные средства	809,5	45,6	45,0
Привлеченные средства	965,4	54,4	55,0
Кредиты банков	94,0	5,3	5,9
Заемные средства других организаций	162,7	9,2	6,5
Бюджетные средства	331.1	18,7	19.9
из федерального бюджета	112,2	6,3	6,1
из бюджетов субъектов Федерации	202,1	11,4	12,2
средства внебюджетных фондов	19,6	1,1	2,4
Прочие	358,0	20,1	20,3
средства вышестоящих организаций	221,1	12,5	11,5
средства, полученные на долевое участие в строительстве (организаций и населения)	53,0	3,0	4,0
средства от выпуска корпоративных облигаций	2,7	0,2	0,1
средства от эмиссии акций	3,7	0,2	0,3
Из-за рубежа	101,6	5,7	4,9

* По данным Госкомстата (без субъектов малого предпринимательства и параметров неформальной деятельности).

Среди привлеченных средств весомая часть приходилась на бюджетные средства (преимущественно на бюджеты субъектов Федерации): их доля в общем объеме инвестиций составила почти 19%. Доля бюджетных средств в структуре финансирования в основной капитал в последние годы имеет тенденцию к некоторому снижению. Большая часть федеральных бюджетных средств, выделенных на инвестиционные цели, как и в предыдущие годы, была направлена на решение важнейших социальных проблем, не имеющих, как праш- ло, альтернативных источников финансирования.

В составе привлеченных средств в 2003 г. оставалась небольшой доля кредитов банков, которая снизилась до 5,3 против 5,9% в2002 г. В 2003 г. развитие банковского кредитования инвестиций в основной капитал сдерживали сохраняющиеся риски долгосрочного кредитования предприятий, несовершенство законодательной базы, отсутствие должной прозрачности информации о финансовом положении предприятий. Доля заемных средств других организаций оставалась выше доли банковских кредитов: около 9% инвестиций финансировались предприятиями за счет заемных средств других организаций (в 2002 г. — 6,5%). В структуре финансирования инвестиций в основной капитал заметную роль играют «прочие» источники, состоящие в основном из средств вышестоящих организаций. В 2003 г. их доля составила 20,1% (в 2002 г. - 20,3%). В общем объеме инвестиций в основной капитал в 2003 г. 5,7% приходилось на инвестиции из-за рубежа (в 2002 г. — 4,9%).

Таблица 27.4. Финансовые вложения предприятий по источникам финансирования *

Финансовые вложения	*Всего*		*В том числе*			
	млрд руб.	*% к итогу*	*долгосрочные*		*краткосрочные*	
			млрд руб.	*%к итогу*	*млрд руб.*	*%ск итогу*
Всего	3390,5	100	978,2	100	2412,3	100
В том числе:						
Собственные средства	2541,8	75,0	762,2	77,9	1779,6	73,8
Привлеченные средства	848,7	25,0	216,0	22,1	632,7	26,2
Кредиты банков	358,6	10,6	124,1	12,7	234,5	9,7
Заемные средства других организаций	372,1	10,9	62,4	6,4	309,7	12,9
Бюджетные средства, в том числе:	2,8	0,1	2,0	0,2	0,8	0,0
из федерального бюджета	0,3	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0
из бюджетов субъектов РФ	2,2	0,1	1,7	0,2	0,5	0,0
Средства внебюджетных фондов	0,5	0,0	0,3	0,0	0,2	0,0
Прочие	114,7	3,4	27,2	2,8	87,5	3,6
Централизованные фонды федеральных органов исполнительской власти	12,9	0,4	8,2	0,8	4,7	0,2
Средства от выпуска корпоративных облигаций	1,3	0,0	1,2	0,1	0,1	0,0
Средства от эмиссии акций	5,2	0,1	3,3	0,3	1,9	0,1

* По данным Госкомстата РФ (без субъектов малого предпринимательства и параметров неформальной деятельности).

Среди источников финансовых вложений предприятий роль привлеченных средств невелика. Основными источниками являются кредиты банков — 10,6% всех финансовых вложений, и заемные средства, полученные от других организаций, — 10,9%. Вместе с тем в структуре долгосрочных финансовых инвестиций роль банков более существенна — 12,7%, в то время как на краткосрочной основе предприятия стараются привлекать заемные средства других организаций — 12,9%.

Выводы

1. Финансовая стабильность предприятий и риск неплатежеспособности существенно зависят от источников финансовых ресурсов. Эти

источники подразделяются на собственные (внутренние) и заемные (внешние).

2. Собственный капитал — основной рисковый капитал предприятия, т.е. это средства, которые предприятие может с наибольшей уверенностью инвестировать на долгосрочной основе и подвергнуть наибольшему риску. Состоит из уставного капитала, добавочного капитала, резервного капитала, нераспределенной прибыли (убытков), прочих резервов. К собственному капиталу относятся также доходы будущих периодов (временно законсервированная прибыль отчетного года).

3. Среди внутренних источников финансовых ресурсов, используемых для целей инвестирования, важнейшими являются **прибыль** и амортизационные отчисления.

4. Предприятие не может обойтись без привлечения заемных средств, способствующих повышению эффективности производства и необходимых для его расширения. К источникам заемных средств можно отнести кредиты банков, коммерческие кредиты, факторинг, лизинг, прочих кредиторов.

5. Коммерческий кредит предприятие может получить при закупке товаров или создании производственного запаса у поставщика. Кредиты коммерческих банков наиболее часто используются предприятиями в качестве источников краткосрочных **и** долгосрочных ресурсов. Банковское кредитование предприятий осуществляется при строгом соблюдении принципов, которые являются главным элементом системы кредитования, так как **отражают** сущность и содержание кредита: возвратности, платное™ и срочности.

6. Факторинговые и лизинговые операции являются формами внешнего финансирования, связанными с привлечением заемных средств.

опросы для самоконтроля

1. За счет каких источников формируются финансовые ресурсы предприятия?

2. Из чего состоит собственный капитал предприятия?

3. Назовите важнейшие внутренние источники финансовых ресурсов, используемые предприятием для инвестирования.

4. Каковы основные источники заемных средств предприятия?

5. Назовите основные этапы кредитного процесса.

6. Что относится к первичным и вторичным источникам погашения ссуды?

7. С помощью каких коэффициентов можно оценить структуру капитала предприятия, соотношение собственных и заемных средств в его капитале?

Глава

Расходы и доходы предприятий

28.1 Классификация расходов

Под ***расходами предприятия*** признается *уменьшение экономических выгод в результате выбытия денежных средств, иного имущества и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала.*

Все денежные затраты[1] предприятия группируются по трем признакам:

- ♦ расходы, связанные с извлечением прибыли;
- ♦ расходы, не связанные с извлечением прибыли;
- ♦ принудительные расходы.

Расходы, *связанные с извлечением прибыли,* включают в себя:

- ♦ затраты на производство и реализацию продукции (работ, услуг);
- ♦ инвестиции.

Затраты на производство и реализацию продукции (работ, услуг) — это расходы, связанные с созданием товара (продукции, работ, услуг), в результате продажи которого предприятие получит финансовый результат в виде прибыли или убытка.

Инвестиции — это капитальные вложения в целях расширения объемов собственного производства, а также извлечение доходов на финансовых и фондовых рынках.

Расходы, *не связанные **с** извлечением прибыли,* — расходы на потребление, социальную поддержку работников, благотворительность и другие гуманитарные цели. Такие расходы поддерживают общественную репутацию предприятия, способствуют созданию благоприятного социального климата в коллективе и в конечном итоге способствуют повышению производительности и качества труда.

Принудительные расходы — это налоги и налоговые платежи, отчисления на социальное страхование, расходы по обязательному личному и имущественному страхованию, созданию обязательных резервов, экономические санкции.

1. По *учетному принципу* расходы классифицируются на:

- ♦ расходы по обычным видам деятельности;
- ♦ операционные;
- ♦ внереализационные;
- ♦ чрезвычайные.

[1] В данном контексте термины «затраты» и «расходы» используются как синонимы.

Расходы *по обычным видам деятельности* — это расходы, связанные с изготовлением и продажей продукции, приобретением и продажей товаров, а

также расходы, осуществление которых связано с выполнением работ, оказанием услуг. Сюда же относятся управленческие и коммерческие расходы.

К *операционным* относятся расходы:

- связанные с предоставлением за плату во временное пользование (временное владение и пользование) активов предприятия;
- связанные с предоставлением за плату прав на патенты на изобретения, промышленные образцы и другие виды интеллектуальной собственности;
- на участие в уставных капиталах других предприятий;
- связанные с продажей, выбытием и прочим списанием основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты), товаров, продукции;
- на проценты, уплачиваемые предприятием за предоставление ему в пользование денежных средств (кредитов, займов);
- на оплату услуг, оказываемых кредитными организациями;
- прочие операционные расходы.

К *внереализационным* расходам относятся:

- штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров;
- возмещение причиненных предприятием убытков;
- убытки прошлых лет, признанные в отчетном году;
- суммы дебиторской задолженности, по которой истек срок исковой давности, других долгов, нереальных для взыскания;
- курсовые разницы;
- сумма уценки активов (за исключением внеоборотных активов);
- прочие внереализационные расходы.

В составе *чрезвычайных* расходов отражаются расходы, возникающие как последствия чрезвычайных обстоятельств хозяйственной деятельности (стихийного бедствия, пожара, аварии, национализации имущества и т.п.).

На основе этой классификации составляется Отчет о прибылях и убытках.

Затраты по основной деятельности группируются по элементам:

- материальные затраты;
- затраты на оплату труда;
- отчисления на социальные нужды (социальный налог);
- амортизация;
- прочие затраты.

На основании этой классификации составляется смета затрат на производство и реализацию продукции.

Затраты на производство и реализацию продукции включают в себя:

- материальные затраты, т.е. стоимость потребленных в процессе производства товарной продукции, работ, услуг материальных ресурсов;
- затраты на оплату труда и отчисления на социальное страхование;
- расходы, связанные с управлением производственным процессом;

- стоимость использованных в процессе производства внеоборотных активов (основных фондов, нематериальных активов), возмещаемая в форме амортизации.

2. По *отношению к объему производства* затраты подразделяются на постоянные и переменные.

Постоянными (FC— от англ.*Fixed Costs)*называются затраты, не зависящие от объема производства. Они возможны даже тогда, когда предприятие простаивает или только что организовалось. К таким затратам относятся, например, арендная плата по взятым в аренду основным фондам, амортизация собственных основных фондов, зарплата администрации и обслуживающего персонала, коммунальные услуги, почтово-телеграфные услуги, налоги и другие. Такие затраты еще называют «затраты на период», имея в виду, что они зависят не от того, сколько продукции выпущено, а только от того, что закончился некий период времени, за который начисляются платежи.

Переменные затраты*(VC*— от англ.*Veriable Costs)*зависят от выпуска продукции: увеличиваются с ростом выпуска продукции, уменьшаются со снижением выпуска продукции. Это затраты на сырье, материалы, комплектующие изделия и полуфабрикаты, топливо и энергию на технологические цели, зарплату основных рабочих, на ремонт и обслуживание оборудования. Такие затраты также называют «затраты на продукт», имея в виду, что они непосредственно связаны с производством новых продуктов (работ, услуг).

Поскольку управление затратами является одной из главных задач внутрифирменного управления, для этой цели высшим критерием классификации является классификация по *месту возникновения затрат* в зависимости от организационного деления предприятия. Это деление предусматривает назначение ответственных руководителей подразделений. Классификация мест возникновения затрат должна быть настолько широкой, чтобы по каждому подразделению можно было определить только один базовый показатель.
который бы учитывал загрузку данного структурного подразделения и одновременно отражал зависимость затрат от выработки.

Классификация по *объектам затрат* проводится в зависимости от производимых предприятием товаров, услуг, работ, на которые падают эти затраты. Основу классификации составляет картотека продукции предприятия, объект затрат — каждое изделие, вид услуг или работ, предназначенных для реализации. При серийном, непрерывном производстве, а также при изготовлении продукции по отдельным заказам в качестве объекта затрат выступает заказ. На основе этой классификации составляется калькуляция полной себестоимости продукции.

3. По *способу отнесения на себестоимость объектов* затраты делят на прямые и косвенные.

К *прямым* относятся расходы, которые можно прямо отнести на себестоимость единицы изделия (например, материалы, из которых

изготавливаются конкретные изделия). К *косвенным* относятся расходы, которые невозможно в момент их возникновения соотнести с конкретными видами изделий. Такие расходы предварительно накапливаются на отдельных счетах, затем, в конце отчетного периода, они распределяются между видами продукции пропорционально выбранной базе (например, основной заработной плате рабочих или прямым материальным затратам).

В целях обложения налогом на прибыль в Налоговом кодексе также предусмотрена классификация расходов на прямые и косвенные. К *прямым* относятся материальные расходы, расходы на оплату труда и амортизация. Остальные расходы классифицируются как *косвенные.* Прямые расходы формируют производственную себестоимость готовой продукции и распределяются между готовой продукцией и незавершенным производством, а косвенные включаются в себестоимость реализованной продукции в конце отчетного (налогового) периода. Но в Налоговом кодексе не предусмотрен учет себестоимости единицы изделий (продукции, работ, услуг), предусмотрен лишь «котловой» метод формирования совокупных затрат предприятия за налоговый (отчетный) период. Поэтому пользоваться классификаторами, данными в Налоговом кодексе, для целей планирования и управления предприятием нельзя. Их следует учитывать только для исчисления налоговой базы по налогу на прибыль.

Классификация затрат позволяет применять административные и экономические методы управления расходами. Административными методами можно предотвратить необоснованные, несанкционированные расходы, хищения, злоупотребления. К экономическим методам управления затратами относят планирование и бюджетирование.

28.2 Планирование расходов

Планирование затрат на производство и реализацию продукции осуществляется различными методами, которые зависят от общеэкономических условий, масштабов предприятия и его деятельности, возможностей бухгалтерского и управленческого учета.

При учете затрат в разрезе постоянных и переменных расходов планируются переменные затраты. Планируемая сумма переменных затрат (С) определяется как произведение удельных затрат на единицу продукции (Н) на планируемый объем выпуска продукции в натуральном выражении (В):

Постоянные расходы принимаются в фактической величине.

В планировании применяется метод формирования плановой себестоимости на основе сметы затрат. Смета составляется по элементам затрат. По каждому элементу осуществляются разработки и планируются

затраты исходя из потребностей производства с учетом использования факторов снижения себестоимости.

Совокупность затрат по элементам формирует *валовые затраты* (всего затраты на производство). Из этих затрат исключаются затраты, списываемые на непроизводственные счета — связанные с обслуживанием хозяйства или выполнением и оказанием услуг, отдельно возмещаемых сверх цены товарной продукции. Из затрат также вычитается сумма изменений остатков по счетам «Незавершенное производство» и «Расходы будущих периодов». В результате формируется производственная себестоимость продукции.

На себестоимость оказывают влияние различные факторы. Если в структуре себестоимости большой удельный вес имеют материальные затраты, значит, производство материалоемкое и в управлении затратами следует направить свои усилия на снижение материальных затрат. Если оплата труда с начислением социального налога занимает наибольший удельный вес в себестоимости, то это трудоемкое производство, и следует заниматься повышением производительности труда, что приведет к удельному снижению себестоимости. Если амортизация основных фондов составляет значительную долю в структуре себестоимости, то это производство фондоемкое. Следует изучить степень эффективности использования основных фондов, загруженность производственных мощностей и принять меры к улучшению использования имеющихся основных фондов. Тогда доля амортизации на единицу продукции уменьшится и себестоимость снизится.

28.3 Классификация доходов предприятия

Под ***доходами предприятия*** подразумевается *увеличение экономических выгод в результате поступления денежных средств, иного имущества и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала.*

Доходы, так же как и расходы, подразделяются на:

- ♦ доходы от обычных видов деятельности;
- ♦ операционные;
- ♦ внереализационные;
- ♦ чрезвычайные.

Доходами от *обычных видов деятельности* являются выручка от продажи продукции и товаров, поступления, связанные с выполнением работ, оказанием услуг.

К *операционным* доходам относятся:

- ♦ плата за временное пользование (временное владение и пользование) активами предприятия;

- ♦ плата за права на патенты на изобретения, промышленные образцы и другие виды интеллектуальной собственности;
- ♦ поступления, связанные с участием в уставных капиталах других предприятий (включая проценты и иные доходы по ценным бумагам);
- ♦ прибыль, полученная предприятием в результате совместной деятельности (по договору простого товарищества);
- ♦ поступления от продажи основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты), продукции, товаров;
- ♦ проценты, полученные за предоставление в пользование денежных средств предприятия, а также проценты за использование банком денежных средств, находящихся на счете предприятия в этом банке.

Внереализационные доходы — это:

- ♦ штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров;
- ♦ активы, полученные безвозмездно, в том числе по договору дарения;

- ♦ поступления в возмещение причиненных предприятию убытков;
- ♦ прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году;
- ♦ суммы кредиторской и депонентской задолженности, по которым истек срок исковой давности;
- ♦ курсовые разницы;
- ♦ сумма дооценки активов (за исключением внеоборотных активов);
- ♦ прочие внереализационные доходы.

Чрезвычайными доходами считаются поступления, возникающие как последствия чрезвычайных обстоятельств хозяйственной деятельности (стихийного бедствия, пожара, аварии, национализации и т.п.): страховое возмещение, стоимость материальных ценностей, остающихся от списания непригодных к восстановлению и дальнейшему использованию активов, и т.п.

В зависимости от *направлений деятельности предприятия,* основной (обычной), инвестиционной и финансовой, доходы бывают следующие.

1. Доход от основной деятельности — это выручка от реализации продукции (выполненных работ, оказанных услуг).

2. Доход от инвестиционной деятельности — финансовый результат от продажи внеоборотных активов, реализации ценных бумаг.

3. Доход от финансовой деятельности включает в себя результат от размещения среди инвесторов облигаций и акций предприятия.

Выручка от реализации продукции (товаров, работ, услуг) служит основным источником финансовых потоков на предприятии.

Выручка от реализации и методы определения момента реализации имеют существенное значение для расчета финансовых показателей.

В отечественной практике применяются два метода определения момента реализации: по отгрузке — метод начислений и по оплате — кассовый метод.

Все предприятия, кроме малых, должны применять метод начислений и учитывать выручку от реализации продукции по факту отгрузки продукции, товаров, выполнения работ, оказания услуг. Выручкой считается и поэтапная оплата выполненных работ с длительным производственным циклом по мере готовности этапов в отраслях строительства, научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы. Малые предприятия могут отражать в учете выручку от реализации по мере ее оплаты. На выручку от реализации влияют такие факторы, как цена реализуемых товаров и объем продаж в натуральном выражении.

28.4 Планирование доходов от реализации. Использование выручки от реализации

Планирование выручки от реализации осуществляется одним из двух способов.

1. Метод прямого счета.

Выручка от реализации (В) определяется как произведение цены (Ц) без налогов в виде надбавок к цене на объем реализованной продукции (выполненных работ) в натуральном выражении (Р):

$$В = Ц \cdot Р.$$

2. Расчетный метод.

Этим методом учитываются выпуск товарной продукции (Т), остатки готовой продукции на складе и в товарах отгруженных на начало ($О_н$) и конец ($О_к$) планируемого года:

$$В = Он + Т - Ок.$$

Расчет осуществляется в ценах продаж; остатки на начало планируемого года оцениваются по ценам предыдущего года, товарный выпуск и остатки на конец планируемого года — в плановых ценах.

Так же определяется полная себестоимость реализованной продукции, поскольку разница между выручкой от реализации продукции и ее полной себестоимостью составляет прибыль от продажи.

Поступая на предприятие, выручка от реализации распределяется по направлениям возмещения потребленных средств производства, а также формирует валовой и чистый доход. Выручка от реализации должна покрывать совокупные затраты предприятия и приносить ему прибыль.

Поступление выручки на денежные счета предприятия — завершение кругооборота средств. Дальнейшее использование поступивших средств — это начало нового кругооборота. Одновременно происходит распределение чистого дохода в интересах предприятия, физических лиц, государства, других заинтересованных лиц. Направления использования выручки представлены на рис. 28.1.



Рис. 28.1. ***Направления использования выручки отреализации***

Кроме доходов от продажи готовой продукции (работ, услуг), немалое значение для предприятия имеют и доходы от реализации имущества, в частности основных фондов. Доходы от реализации имущества отражаются как *операционные доходы,* а остаточная стоимость и расходы, связанные с реализацией, — как *операционные расходы.*

Если предприятие считает сдачу в аренду или лизинг своего имущества основной деятельностью, то арендная плата **и** лизинговые платежи являются выручкой от основной деятельности. В остальных случаях получение арендной платы или результата от продажи имущества считается выручкой от инвестиционной деятельности.

Финансовая деятельность приносит предприятию выручку в виде эмиссионного дохода и средств от размещения акций или облигаций.

28.5 Прибыль предприятия

Экономическая сущность прибыли относится к сложным и дискуссионным проблемам в современной экономической теории.

С экономических позиций прибыль — это разность между денежными поступлениями и денежными выплатами. С хозяйственной позиции прибыль — это разность между имущественным состоянием предприятия на конец и начало отчетного периода. ***Прибыль*** — это *часть добавленной стоимости, которая получена вре- зультате реализации продукции (товаров), выполнения работ, оказания услуг.*

Реализация других активов, поступления от внереализационных операций и прочие поступления формируют *доход.* Это требует новой концепции налогообложения, заключающейся в раздельном налогообложении прибыли и дохода. Тем не менее в действующей системе налогообложения такое разделение не предусмотрено. Все поступления доходов за исключением расходов фактически признаются образующими прибыль.

Прибыль — это превышение доходами расходов. Обратное положение называется убытком.

В рыночной экономике признание доходов и расходов не зависит от факта получения или уплаты денежных средств. Денежные потоки обособляются от движения и оценки активов.

Влияние учетной политики на финансовый результат деятельности предприятия. На финансовый результат существенное влияние оказывает учетная политика предприятия. Поскольку прибыль — это разница между доходами и расходами, то выбор метода признания доходов и расходов увеличивает или уменьшает конечный финансовый результат. В отношении доходов влияние оказывает факт признания дохода в результате реализации. В некоторых случаях доход может не признаваться как реализация, если не подписан акт выполненных работ, хотя работа принята **и** ее результатами пользуется заказчик. Товары или продукция могут не признаваться реализованными, если не выполнены все условия договора (например, товары не оплачены).

В отношении расходов влияние учетной политики на прибыль существенно выше. Это связано с тем, что расходы могут учитываться различными методами. Оценка стоимости затрат также может существенно варьироваться в зависимости от выбранной учетной политики. Это касается стоимости товаров, материальных запасов, оценки амортизируемого имущества, методов исчисления амортизации, оценки ценных бумаг, прочих расходов. Например, амортизация внеоборотных активов может начисляться несколькими способами. Одни способы равномерно переносят стоимость амортизируемого имущества (линейный метод), другие **позволяют** существенно увеличить размер амортизационных отчислений в первые годы эксплуатации активов, что приведет к уменьшению прибыли. Выбор метода

оценки стоимости материально-производственных запасов **(ФИФО, ЛИФО,** средней стоимости) позволяет увеличивать или уменьшать прибыль отчетного года. Грамотное, взвешенное применение различных способов управления прибылью с помощью учетной политики позволяет планировать такие показатели, как рентабельность, ликвидность, доходность.

Методы планирования прибыли. Планирование прибыли — составная часть финансового планирования. Оно проводится раздельно по всем видам деятельности предприятия (организации). Раздельное планирование обусловлено различивши в методологии исчисления и налогообложение прибыли от различных видов деятельности. В процессе разработки финансовых планов учитываются все факторы, влияющие на размер прибыли и моделируются финансовые результаты выполнения различных управленческих решений.

В условиях стабильной развивающейся экономики планирование прибыли осуществляется на период от трех до пяти лет. При относительно стабильных ценах и прогнозируемых условиях хозяйствования распространено текущее планирование в рамках одного года. При нестабильной экономической и политической ситуации планирование возможно на кратковременный период — квартал, полугодие.

Планирование прибыли использует все параметры бизнес- плана и определяет финансовый **результат** всей деятельности предприятия. Очень важно осознать взаимосвязь планирования прибыли с параметрами производственной, хозяйственной и финансовой деятельности предприятия. Нужно изучить наиболее существенные взаимосвязи в экономике предприятия и понять их влияние на размер прибыли. Это поможет глубже понять факторы, влияющие на ее рост.

Прибыль планируется раздельно по всем видам деятельности предприятия (организации). Раздельное планирование обусловлено различиями в методологии исчисления и налогообложении прибыли от различных видов деятельности. В процессе разработки финансовых планов учитываются все факторы, влияющие на размер прибыли, и моделируются финансовые результаты выполнения различных управленческих решений.

В планировании прибыли используются методы прямого счета, аналитический и основанный на эффекте производственного (операционного) рычага.

1. *Метод прямого счета.* В основе его лежит поассортиментный расчет прибыли от выпуска и реализации продукции.

Более простой вариант этого метода предполагает укрупненный расчет по позициям плана, пример которого приведен в табл. 28.1.

Таблица 28.1. Расчет прибыли, тыс. руб.

№ п/п	*Показатель*	*Сумма*
1	Плановый объем продаж а) гго отпускным ценам предприятия б) по полной себестоимости	313 075 199 858
2	Прибыль (убыток) от продажи (стр. ia — сгр. 16)	ИЗ 217
3	Доходы от внереализационных операций • Доходы по ценным бумагам • Доходы от долевого участия в деятельности других предприятий	610 510
4	Операционные доходы • От прочей реализации • Арендные платежи	500 800
5	Операционные расходы • По прочей реализации • Амортизация и обслуживание имущества,сданного в аренду	89 200
6	Внереализационные доходы • Поступления в возмещение причиненный предприятию убытков • Курсовые разницы	2 0002 500
7	Внереализационные расходы • Курсовые разницы • Налог на имущество • Налог на рекламу	1 700 500 100
8	Прибыль (убыток) планируемого года (стр. 2 ++ стр. 3 + стр. 4 - стр. 5 + стр. 6 - стр. 7)	116 428

2. *Аналитический метод.* Этот метод используется при незначительных изменениях в ассортименте выпускаемой продукции. Применяется при отсутствии инфляционного роста цен и себестоимости.

При использовании аналитического метода расчет ведется раздельно по сравнимой и несравнимой товарной продукции. *Сравнимая продукция* выпускается в базисном году, который предшествует планируемому, поэтому известны ее фактическая полная себестоимость и объем выпуска. По этим данным можно определить базовую (отчетную) рентабельность $Р_0$:

ще $П_0$ — ожидаемая прибыль (расчет прибыли ведется в конце базисного года, когда точный размер прибыли еще не известен);

$С_{Т(}$ — полная себестоимость товарной продукции базисного года.

Расчет ведется в определенной последовательности.

1. С помощью базовой рентабельности ориентировочно рассчитывается прибыль планируемого года на объем товарной продукции планируемого года, но по базисной себестоимости.

2. Рассчитывается изменение (+, —) себестоимости продукции в планируемом году.

3. Определяется влияние изменения ассортимента, качества, сортности продукции. Такие расчеты выполняются в специальных таблицах на основе плановых данных об ассортименте продукции, ее качестве, сортности.

4. После обоснования цены на готовую продукцию планируемого года определяется влияние роста (или снижения) цен.

5. Влияние на прибыль всех перечисленных факторов суммируется. Прибыль от производства сравнимой продукции в планируемом году определяется с учетом прибыли, исчисленной на этапе 1 и последующих этапах.

6. Далее учитывается изменение прибыли в нереализованных остатках готовой продукции на начало и конец планируемого периода.

Аналитический метод имеет то преимущество, что показывает влияние различных факторов на размер прибыли, но это преимущество проявляется только при наличии стабильных условий хозяйствования.

3. Метод, основанный на эффекте производственного (операционного) рычага (CVP-анализ). Этот метод планирования прибыли базируется на принципе разделения затрат на постоянные и переменные и расчете маржинальной прибыли[37]. Из выручки от реализации

[37] Маржинальную прибыль еще называют валовой маржей, маржинальным доходом, суммой покрытия, предельной прибылью.

продукции (без НДС, акцизов, таможенных пошлин) вычитаются переменные затраты и получается маржинальная прибыль. Далее из маржинальной прибыли вычитаются постоянные расходы и определяется финансовый результат (прибыль или убыток).

Для коммерческих предприятий очень важно определить порог окупаемости затрат, после которого они начнут получать прибыль. Для этого следует установить точку безубыточности. ***Точкой безубыточности*** называют *критический объем продаж, при котором коммерческое предприятие способно покрыть все свои расходы, не получая прибыль, но и без убытка.*

Более наглядно это представлено на рис. 28.2.



Рис. 28.2. Определениеточки безубыточности

Прямые 1—3 показывают зависимость переменных затрат, постоянных затрат и выручки. Точка критического объема производства показывает объем производства, при котором выручка от реализации продукции равна ее полной себестоимости (точка безубыточности).

После определения точки безубыточности планирование прибыли строится на основе эффекта производственного (операционного) рычага[38], т.е. того запаса финансовой прочности, при котором предприятие может позволить себе снизить объем реализации, не приводя к убыточности. Эффект операционного рычага состоит в том, что любое изменение выручки от реализации приводит к еще более сильному изменению прибыли. Действие эффекта связано с

[38] В некоторых изданиях авторы применяют термин «давередж» (от англ. lever— действие рычага).

непропорциональным воздействием постоянных и переменных затрат на финансовый результат при изменении объема производства и реализации. Чем выше доля постоянных расходов в себестоимости продукции, тем сильнее воздействие производственного рычага. И наоборот, при росте объема продаж доля постоянных расходов в себестоимости падает, и воздействие производственного рычага уменьшается.

Сила воздействия операционного рычага = *Маржинальная прибыль Прыбым*

Пример. Выручка от реализации продукции составила на пред приятии 500 тыс. руб., условно-переменные затраты 250 тыс. руб.. условно-постоянные затраты — 100 тыс. руб. Пользуясь табл. 28.2. рассчитаем точку безубыточности и эффект операционного рычага.

Таблица 28.2

Показатель	*Сумма, тыс. руб.*	*Доля, %*
1. Выручка от реализации	500	100
2. Переменные затраты	250	50
3. Маржинальная прибыль (стр. 1 — стр. 2)	250	50
4. Постоянные расходы	100	
5. Финансовый результат (прибыль) (стр. 3 — ~ стр. 4)	150	

Рассчитаем отношение маржинальной прибыли к выручке от реализации: 250 : 500 • 100% = 50%.

Точка безубыточности в этом случае будет определена как отношение постоянных затрат к доле маржинальной прибыли в общей выручке от реализации: 100 : 50% • 100% = 200 тыс. руб.

Эффект операционного рычага рассчитывается как отношение маржинальной прибыли к прибыли. В нашем примере сила воздействия операционного рычага будет равна 250 : 150 = 1.67.

Другими словами, любое изменение выручки влечет за собой изменение прибыли в пропорции 1 : 1,67. Допустим, у предприятия появилась возможность увеличить выручку от реализации на 10%. В этом случае прибыль возрастет на 16,7%, значит, при выручке в 550 тыс. руб. прибыль составит 175 тыс. руб.

При снижении выручки от реализации сила операционного рычага возрастает, что влечет за собой серьезное снижение прибыли.

В нашем примере уменьшение реализации на 5% повлечет за собой снижение прибыли на 8,35% (5 • **1,67).**

В процессе планирования прибыли важно определить, какие факторы приводят к ее росту или снижению.

К *факторамроста прибыли* относятся:

- ♦ объем продаж;
- ♦ рост цен;
- ♦ снижение себестоимости;
- ♦ обновление ассортимента и номенклатуры выпускаемой продукции.

В период высоких темпов инфляции рост прибыли обеспечивался за счет ценового фактора. Замедление инфляционных процессов, насыщение рынка товарами, развитие конкуренции ограничили возможности производителей повышать цены и получать прибыль посредством этого фактора. Увеличение объема продаж также не может происходить бесконечно. Жесткая конкурентная борьба, невысокий уровень платежеспособного покупательского спроса накладывают ограничения на рост объема продаж. На очередь приходит метод снижения затрат.

В практике предпринимательской деятельности применяются различные способы снижения себестоимости. Безусловно, используются такие приемы, как экономия топливно-сырьевых ресурсов, материальных и трудовых затрат, снижение доли амортизационных отчислений в себестоимости, сокращение административных расходов и т.п. Однако следует иметь в виду, что уменьшение себестоимости имеет свой предел, после которого оно невозможно без снижения качества продукции. То же относится и к административным и коммерческим расходам, которые невозможно свести к нулю, поскольку без них предприятие нормально функционировать не сможет и продукция реализовываться не будет.

В современном рыночном хозяйстве большое внимание уделяется новым методам управления затратами, например *управленческому учету.* С его помощью осуществляется контроль над издержками предприятия. Особенно эффективен *учет по центрам ответственности.* Эта форма управления затратами позволяет рационализировать структуру расходов, оперативно реагировать на отклонения от нормальной запланированной величины издержек и передать часть функций по принятию решений на уровень линейных управляющих. Они несут ответственность за утвержденную величину расходов и должны обеспечить выполнение запланированных показателей.

Учет по центрам ответственности базируется на принципе *бюджетирования.* На основе бюджетирования разрабатываются компьютерно-ориентированные модели финансового планирования прибыли. Алгоритм планирования прибыли основан на поэтапной подготовке исходных данных для финансового планирования. Здесь осуществляется взаимосвязь организационного, производственного и финансового планирования.

Первый этап планирования — *организационный.* На этом этапе проводятся маркетинговые исследования, изучаются возможности производства и сбыта продукции. Определяющим фактором является наименьшая величина из двух возможных: объем сбыта продукции или производственная мощность. На основе принятого решения о планируемом

объеме продаж заключаются договоры поставки и формируется портфель заказов.

Второй этап — *производственное планирование.* Цель этого этапа — разработка производственной программы. Здесь определяется количество продукции, ее ассортимент, номенклатура, сроки изготовления, комплектация. Разработка производственной программы осуществляется с учетом уже имеющихся запасов готовой продукции на складе, на ответственном храпении и в отгруженных товарах. Одновременно рассчитываются размеры страховых запасов готовой продукции на конец года в i (елях обеспечения непрерывности отгрузки продукции.

Третий эгап связан со вторым и включает в себя *планирование издержек производства (производственной себестоимости).* Они складываются из прямых материальных и трудовых затрат, а также производственных накладных расходов.

Четвертый этап — *планирование прибыли от реализации продукции.* Прибыль определяется как разность между планируемой выручкой от продаж и полной себестоимостью продукции. В свою очередь, полная себестоимость складывается из производственной себестоимости, административных и коммерческих расходов. Административные расходы определяются на основе сметы и включают в себя затраты на управление и обеспечение производственного процесса. Коммерческие расходы связаны с процессом реализации продукции. Это затраты на маркировку, упаковку, сертификацию продукции, рекламные, транспортные и другие расходы, связанные с продвижением продукции от продавца к покупателю.

Пятыиэтап — *проектирование прибьыи планируемого года.* Это финансовый результат от всех видов деятельности предприятия (основной, инвестиционной и финансовой). Совокупный финансовый результат складывается из прибыли от реализации, операционных и внереализационных доходов за минусом операционных и внереализационных расходов. Инвестиционная деятельность предприятия обусловлена приобретением, строительством и продажей основных средств и других внеоборотных акгивов. Кроме того, средства могут инвестироваться в другие предприятия, на проведение НИОКР. Такого рода операционные доходы и расходы образуют разницу, которая увеличивает или уменьшает прибыль. Финансовая деятельность приводит к появлению операционных и внереализационных доходов и расходов. Например, доходы от размещения свободных денежных средств на депозитных счетах банков, расходы на выплату дивидендов акционерам и т.п. Разница между полученными в результате финансовой деятельности доходами и осуществленными расходами также приводит к увеличению или уменьшению прибыли. Планирование доходов и расходов по финансовой деятельности — наиболее субъективная часть финансового планирова

ния. Основой для прогнозов служит изучение фондового рынка, динамики процентов по кредитам, анализ предыдущих периодов и экстраполяция результатов на планируемый период.

Результаты прогнозных расчетов переносятся в проект Отчета о прибылях и убытках. Затем может формироваться прогнозный баланс и, наконец, финансовый план.

К числу факторов роста прибыли относится обновление ассортимента и номенклатуры выпускаемой продукции.

В рыночной экономике прибыль — движущая сила обновления как производственных фондов, так и выпускаемой продукции. Характерно проявление этой силы в концепции жизненного цикла продукции. Это же положение относится и к технологиям, видам и сферам деятельности. Общеизвестно, что любая продукция проходит стадии жизненного цикла от ее проектирования, освоения, запуска в производство, серийного выпуска, в результате которого происходит насыщение рынка этим продуктом. По истечении времени продукция морально устаревает либо не выдерживает конкурентной борьбы, и под давлением снижающейся рентабельности выпуск ее сокращается или прекращается (рис. 28.3).

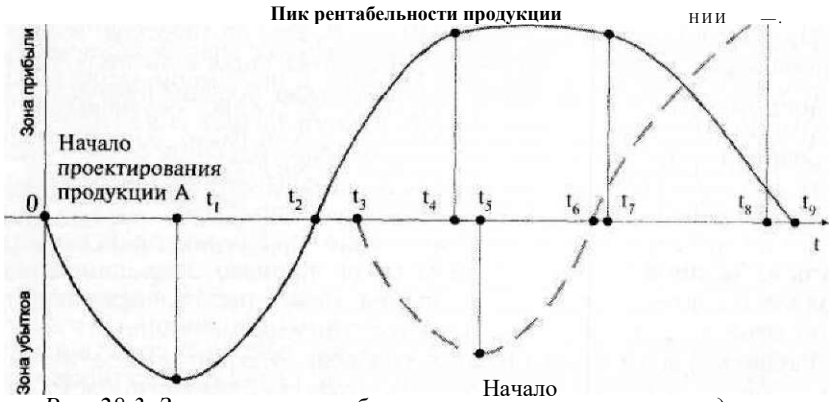


Рис. 28.3. Зависимость прибыли от жизненного цикла продукции

Для сохранения уровня прибыли на предприятии важно определить момент начала проектирования и запуска в производство новой продукции. Дело в том, что этап проектирования и освоения продукции занимает определенное время (0;*t{*),в течение которого предприятие несет убытки. Затем с момента запуска продукции в производство*(t\)*убытки начинают снижаться и через некоторое время достигается точка безубыточности*(t).*При увеличении объема продаж прибыль растет за счет

снижения доли постоянных расходов i.\!. При достижении равновесия спроса и предложения размер прибыли стабилизируется и некоторое время остается на неизменном уровне ((£*i-,).*Такое положение может сохраняться довольно долго при отсутствии угрозы со стороны конкурентов и при стабильном спросе на продукцию. При наличии конкурентов поддержание уровня продаж достигается путем снижения рентабельности, т.е. понижения цены за счет доли прибыли. Эффективность начинает снижаться {/7; Щ).

При усилении конкурентной борьбы предприятие не **в** состоянии далее поддерживать уровень продаж за счет снижения пены, поскольку работа становится неэффективной, убыточной. Для поддержания эффективности предприятию нужно снижать издержки пропорционально снижению цены или же переходить к выпуску другой продукции, спрос на которую еще не исчерпан. Учитывая жизненный цикл продукции (работ, услуг), предприятия должны приступать к освоению нового вида продукции на этапе *роста прибыли* (/З). чтобы к моменту начала снижения рентабельности старой продукции выпуск новой продукции достиг точки безубыточности {/(,) . Такая стратегия позволит постоянно сохранять достигнутый уровень рентабельности и даже, при благоприятной конъюнктуре, повысить его (/7; /<ч).

Повышение качества продукции, дизайна, технические усовершенствования и другие приемы поддержания спроса на продукцию требуют дополнительных затрат и потому также должны применяться задолго до того, как уровень рентабельности начнет снижаться, или по крайней мере сразу же, как только такая тенденция наметится. Более того, на гребне спроса улучшение предлагаемого товара может повлечь за собой и повышение цены на нее и прибыли.

По отношению к технологиям, видам и сферам деятельности обновление приводит к диверсификации производства, снижению производственных издержек, внедрению новых ресурсосберегающих технологий на более высоком научно-техническом уровне.

Распределение и использование прибыли. Механизм воздействия финансов на хозяйство, на его экономическую эффективность находится не в самом производстве, а в *распределительных денежных отношениях.* Характер направлений использования прибыли отражает стратегические задачи предприятия.

По сути, распределение прибыли следует рассматривать в трех направлениях.

бюджет **f Предприятие**] **С**

обственники 1

| Прибыль отчетною гола]

Рис. 28.4. Направленияраспределения прибыли

Прибыль распределяется между государством, собственниками предприятия и самим предприятием. Пропорции этого распределения в значительной мере воздействуют на эффективность деятельности предприятия как позитивно, так и негативно.

Взаимоотношения предприятий и государства по поводу прибыли строятся на основе налогообложения прибыли. Налоги оказывают значительное влияние на формирование финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия и на размер чистой прибыли, используемой предприятием на цели накопления и потребления. В состав налогов, уплачиваемых предприятиями, входят федеральные налоги, налоги субъектов Российской Федерации и местные налоги. Налоги начисляются с отнесением их на различные источники.

Часть налогов включается в цену продукции (товара, работ, услуг). К таким налогам относятся налог на добавленную стоимость, акцизы, экспортные таможенные пошлины.

Некоторые налоги включаются в состав расходов на производство продукции, т.е. относятся на ее себестоимость или же на их сумму увеличивается стоимость амортизируемого имущества. К ним относятся единый социальный налог, транспортный налог, импортные таможенные пошлины, государственные пошлины, земельный налог, лесной налог, другие ресурсные налоги.

Другие налоги относятся на финансовые результаты хозяйственной деятельности предприятий, т.е. уменьшают балансовую прибыль предприятия: налог на прибыль, налог на имущество, налог на рекламу.

Непосредственно из прибыли, полученной в результате финансово-хозяйственной деятельности и остающейся у предприятия после уплаты налога на прибыль, предприятия уплачивают некоторые местные налоги.

Поскольку, как мы видим, основным источником уплаты налогов является добавленная стоимость, то налоги непосредственно влияют на часть прибыли, остающуюся в распоряжении предприятия, т.е. на чистую прибыль. Косвенные налоги, хотя и прямо не уплачиваются из прибыли, но при достижении ценой товара максимума покупательной возможности также начинают снижать долю прибыли товаропроизводителя. Сумма налогового бремени обратно пропорциональна инвестиционным возможностям реального сектора экономики. Задача государственного управления состоит в том, чтобы, сохраняя стабильность роста доходов бюджета, способствовать экономическому росту на предприятиях. Закономерно предположить, что должен быть ограничитель для налоговой нагрузки на экономику предприятий- налогоплательщиков. В противном случае утрачиваются стимулы к повышению эффективности работы предприятия и получению прибыли.

Прибыль, оставшаяся после уплаты налогов, распределяется между собственниками (акционерами и учредителями) и самим предприятием.

Это распределение зависит от многих факторов. В период технического перевооружения и модернизации производства, освоения новых видов продукции и новых технологий предприятие крайне нуждается в финансовых ресурсах, и предоставить их должны в первую очередь собственники. Это не означает, что они должны отказаться от

своих ожиданий и не получать доход на вложенный капитал. Просто это должны быть отложенные ожидания, и собственники смогут получить свои дивиденды после выхода производства на проектную мощность, когда предприятие начнет получать прибыль в достаточном размере. Дивиденды за период ожидания должны быть не меньше процентной ставки на банковский вклад за этот же период, но меньше ставки за кредит.

В условиях рыночного хозяйства государство не вмешивается в процесс распределения прибыли, остающейся в распоряжении предприятия после уплаты налогов. Тем не менее посредством предоставления налоговых льгот оно стимулирует направление прибыли на капитальные вложения производственного назначения и строительство жилья, на благотворительные цели, финансирование природоохранных мероприятий, расходов на содержание объектов и учреждений социальной сферы, на проведение научно-исследовательских работ. Законодательно устанавливается минимальный размер резервного капитала для акционерных обществ, регулируется порядок создания резерва по сомнительным долгам и под обесценение ценных бумаг.

Распределение прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, регламентируется внутренними документами предприятия, как правило, в учетной политике. Некоторые аспекты распределительного процесса фиксируются в уставе предприятия. В соответствии с уставом или решением распорядительного органа на предприятии создаются фонды: накопления, потребления, социальной сферы. Если же фонды не создаются, то в целях обеспечения планового расходования средств составляются сметы расходов на развитие производства, социальные нужды трудового коллектива, материальное поощрение работников и благотворительные цели.

К расходам, связанным с развитием производства и финансируемым из прибыли, относятся расходы на научно-исследовательские, проектные, опытно-конструкторские и технологические работы, разработку и освоение новой продукции и технологических процессов, совершенствование технологии и организации производства, модернизацию оборудования, техническое перевооружение и реконструкцию действующего производства, расширение предприятия и новое строительство объектов, проведение природоохранных мероприятий. В эту же группу расходов относят расходы на погашение долгосрочных кредитов банков и

процентов по ним. Накопленная прибыль предприятия может быть вложена им в уставные капиталы других предприятий, долгосрочные и краткосрочные финансовые вложения, перечисляться вышестоящим организациям, союзам, концернам, ассоциациям и пр. Эти направления также считаются использованием прибыли на развитие.

Распределение прибыли на социальные нужды включает в себя расходы по эксплуатации социально-бытовых объектов, находящихся на балансе предприятия, финансирование строительства объектов непроизводственного назначения, проведение оздоровительных и культурно-массовых мероприятий и т.п.

К затратам на материальное поощрение относятся выплата премий за достижения в труде, расходы на оказание материальной помощи,

единовременные пособия ветеранам, пенсионерам, компенсация удорожания стоимости питания в столовых и др.

Вся прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, разделяется на прибыль, увеличивающую стоимость имущества, т.е. участвующую в процессе накопления, и прибыль, направляемую на потребление, не увеличивающую стоимости имущества. Если прибыль не расходуется на потребление, то она остается на предприятии как нераспределенная прибыль прошлых лет и увеличивает размер собственного капитала предприятия. Наличие нераспределенной прибыли увеличивает финансовую устойчивость предприятия, свидетельствует о наличии источника для последующего развития.

ВЫВОДЫ

1. Расходы предприятия обусловлены его производственно-хозяйственной (основной), инвестиционной и финансовой деятельностью. Расходы подразделяются на связанные или не связанные с извлечением прибыли и принудительные.

2. Расходы классифицируются в целях повышения управляемости финансовым результатом, а также в целях планирования и прогнозирования затрат.

3. Предприятие получает доходы от основной деятельности: выручку от реализации продукции (работ, услуг, товаров), от инвестиционной деятельности и от финансовой деятельности. Выручка от реализации продукции служит основным источником благосостояния предприятия, из выручки покрываются расходы предприятия и получают прибыль.

4. Прибыль предприятия — основная цель предпринимательской деятельности. Это часть добавленной стоимости, полученной в результате реализации продукции (товаров), выполнения работ, оказания услуг. Прибыль обладает стимулирующей функцией, является критерием и показателем эффективности деятельности предприятия, источником формирования бюджетов различных уровней, социального и производственного развития самого предприятия. Прирост прибыли обеспечивается ростом объема продаж, снижением себестоимости, своевременным обновлением ассортимента продукции.

5. Распределение прибыли раскрывает стратегические задачи предприятия. Оставляя прибыль на предприятии, собственники (акционеры) решают задачу конкурентной борьбы, обеспечивают рост объема продаж, обновление продукции, диверсификацию деятельности, внедрение новых достижений научно-технического прогресса, создают финансовые резервы. Выплата дивидендов акционерам обеспечивает доход на вложенный капитал, тем самым стимулируются дальнейшие инвестиции и наращивание совокупного капитала. Государство, получая свою долю от прироста капитала в виде налогов, имеет финансовые источники для выполнения своих функций.

Вопросы для самоконтроля

1. Назовите группы денежных расходов, приведите классификацию расходов, связанных с извлечением прибыли.
2. Назовите методы планирования расходов.
3. Назовите элементы сметы затрат на производство и реализацию продукции.
4. Назовите виды доходов от обычной деятельности предприятия, от инвестиционной, от финансовой.
5. Какие методы применяются в планировании выручки от реализации продукции? В чем их сущность?
6. Какие факторы влияют на рост объема выручки от реализации продукции? Как используется выручка от реализации на предприятии?
7. Дайте определение прибыли.
8. Назовите методы планирования прибыли и дайте их краткую характеристику.
9. Назовите основные факторы роста прибыли.
10. Назовите пути распределения и использования прибыли на предприятии.

Глава 29 Издержки производства, валовой доход, прибыль, себестоимость

29.1 Понятия «издержки производства», «валовой доход» и «прибыль»

Прежде чем начать производство продукции, каждое предприятие определяет, какую прибыль, какой доход оно сможет получить.

Мы уже говорили, что прибыль предприятия зависит от цены продукции и затрат на ее производство. Цена продукции на рынке есть следствие взаимодействия спроса и предложения. Под воздействием законов рыночного ценообразования в условиях свободной конкуренции цена продукции не может быть выше или ниже по желанию производителя или покупателя, она выравнивается автоматически. Другое дело — затраты на производство продукции, или *издержки производства.* Они могут возрастать или снижаться в зависимости от объема потребляемых трудовых или материальных ресурсов, уровня техники, организации производства и других факторов. Следовательно, производитель располагает множеством рычагов снижения затрат, которые он может привести в действие при умелом руководстве. Что же понимается под издержками производства, прибылью и валовым доходом?

Издержки производства, затраты на производство, себестоимость — важнейшие экономические категории, от которых зависит эффективность работы предприятия, его прибыльность и рентабельность. Эти категории близки между собой, но не тождественны, как на уровне общественного производства, так и на уровне предприятия. ***Издержки производства*** — это *стоимостное выражение всех затрат производственных факторов, необходимых предприятию для своей деятельности.*

Общественные издержки на производство охватывают все затраты живого и общественного труда и составляют для изготовителя внутреннюю стоимость товара, а поэтому являются базой для определения исходной продажной цены, т.е. цены предложения, а также для выбора рациональной

предпринимательской политики. Издержки предприятия отражают текущие затраты на производство и реализацию товара (продукции, работ, услуг).

По роли в процессе воспроизводства затраты предприятия делят на три вида:

- ♦ текущие затраты на производство **и реализацию** продукции (себестоимость продукции), которые обеспечивают процесс простого воспроизводства;
- ♦ капитальные затраты на расширение и обновление производства;
- ♦ затраты на социально-культурные и другие **непроизводственные** нужды.

В мировой практике различают **бухгалтерские** и экономические издержки производства. Для предприятия России характерным является бухгалтерский подход к оценке затрат. *Бухгалтерские из держки* соответствуют затратам отечественных предприятий на **производство** и реализацию продукции, включая стоимость израсходованных материальных ресурсов, оплату труда работников, отчисления на социальные нужды, амортизацию основных фондов и другие **затраты.**

Экономические издержки — это **альтернативные** издержки предприятия. Они включают в свой состав бухгалтерские (явные) и неявные издержки (внутренние), являющиеся собственностью предприятия, за них оно не платит. Поэтому внутренние издержки включают доход на собственный ресурс в пределах поминального процента, как если бы они были сданы в аренду, и нормальную прибыль, определяемую оплатой труда и вознаграждением предпринимателя, как если бы он работал по найму. Экономические издержки используют для принятия решения о целесообразности продолжения принятой предпринимательской политики или изменения ее.

Валовой доход — обобщающий показатель конечных **результатов** хозяйственной деятельности предприятия, исчисляемый путем *исключения из выручки (нетто) от продажи товара, работ, услуг* **(за** вычетом налога на добавленную стоимость, акцизов и других обязательных платежей) *текущих материальных затрат* (стоимости потребленных в процессе производства и реализации продукции сырья, материалов, покупных полуфабрикатов и комплектующих изделий), *а также перенесенной стоимости потребленных в процессе производства средств производства* (суммы начисленной амортизации основных производственных фондов).

В бухгалтерском учете выделяют **валовую** прибыль, прибыль (убыток) от продаж, прибыль (убыток) от налогообложения, прибыль (убыток) от обычной деятельности, чистую (нераспределенную) прибыль (убыток).

29.2. Классификация затрат, включаемых в себестоимость продукции. Планирование себестоимости

Себестоимость продукции, работ, услуг представляет собой *стоимостную оценку используемых в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию.*

В себестоимость производства **и** реализации продукции включаются расходы, связанные:

- с непосредственным производством продукции, обусловленные технологией и организацией производства;
- использованием природного сырья;
- подготовкой и освоением производства;
- совершенствованием технологии и организации производства, а также улучшением качества продукции, повышением ее надежности, долговечности и других эксплуатационных свойств (затраты некапитального характера);
- изобретательством и рационализацией, проведением опытно-экспериментальных работ, изготовлением **и** испытанием моделей и образцов, выплатой авторских вознаграждений и т.п.;
- обслуживанием производственного процесса — обеспечением производства сырьем, материалами, топливом, энергией, инструментом и другими средствами **и** предметами труда, поддержанием основных производственных фондов в рабочем состоянии, выполнением санитарно-гигиенических требований;
- обеспечением нормальных условий труда и техники безопасности;
- управлением производством — содержанием работников аппарата управления предприятия, фирмы и их структурных подразделений, командировками, содержанием и обслуживанием технических средств управления, оплатой консультационных, информационных **и** аудиторских услуг, представительскими расходами, в связи с коммерческой деятельностью предприятий, фирм и т.п.;
- подготовкой и переподготовкой кадров;
- отчислением на социальные нужды (единый социальный налог) и др.

В отечественной практике управления затратами для целей планирования, учета и калькулирования применяется следующая классификация:

- по виду производства — затраты основные **и вспомогательные;**
- по виду продукции — затраты на отдельное изделие, **группу** однородных изделий, заказ, передел, работы, услуги;
- по виду расходов — статьи калькуляции (для калькулирования себестоимости продукции и организации аналитического учета) и элементы затрат (для составления проектной сметы затрат и отчета по **затратам** на **производство);**
- по месту возникновения затрат — участок, цех, производство, хозрасчетная бригада.

Для практического использования в **системе** управления **формированием** затрат и издержек целесообразно **выделить** и рассмотрен, *классификацию затрат* по статьям калькуляции и элементам затрат.

Перечень статей калькуляции, их состав и методы распределения по видам продукции, работ, услуг определяются отраслевыми методическими рекомендациями по вопросам планирования, учена и катькулирования себестоимости продукции (работ, **услуг)** с учетом характера и структуры производства.

В качестве примера рассмотрим калькуляционные статьи затрат, широко применяемые на заводах машиностроения.

1. Сырье и материалы (за вычетом отходов).
2. Покупные изделия, полуфабрикаты и услуги кооперированных предприятий.
3. Заработная плата основная производственных рабочих.
4. Заработная плата дополнительная производственных рабочих.
5. Отчисления на социальное страхование с заработной платы основной и дополнительной производственных рабочих.
6. Расходы на подготовку и освоение производства.
7. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования.
8. Цеховые расходы.
9. Общезаводские расходы.
10. Потери от брака.
11. Внепроизводственные расходы.

Первые восемь статей затрат образуют *цеховую себестоимость.* Цеховая себестоимость плюс общезаводские расходы и **потери от** брака составляют *производственную себестоимость.* **Наконец,** все **11** статей представляют собой *полную себестоимость продукции.*

На предприятиях промышленности **применяют** следующие **основные** методы калькулирования себестоимости продукции:

- прямого счета;
- нормативный;
- расчетно-анапитический;
- параметрический.

Наиболее простой и наименее точный — *метод прямого счета.* Этим методом себестоимость единицы продукции определяется делением общей суммы издержек

на количество изготовленной продукции. Применение этого метода возможно лишь на предприятиях, производящих однородную продукцию, в связи с чем метод используется очень ограниченно. Кроме того, он не дает представления о затратах на отдельные статьи калькуляции.

Нормативный метод калькулирования себестоимости продукции применяется на предприятиях, где четко организован учет изменений фактических затрат каждого вида ресурсов на единицу конкретного вида продукции массового производства. Он основан на нормах и нормативах использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов. При этом нормы и нормативы использования этих ресурсов должны быть прогрессивными и научно обоснованными. Их необходимо систематически пересматривать.

Наиболее точный и совершенный метод калькулирования себестоимости продукции — *расчетно-аналитический.* В этом методе прежде всего осуществляется всесторонний анализ состояния производства, возможных изменений в нем. Изучается, какие факторы и как влияют на себестоимость продукции. В основу нормативов и норм закладываются технико-экономические и организационные условия работы в проектируемом периоде.

При калькулировании однотипных, но разных по качеству изделий применяется *параметрический* метод. Он заключается в установлении закономерностей изменения издержек производства в зависимости от качественных характеристик продукции. Так, определяют себестоимость изделия на основании стоимости одного килограмма, одной тонны конструктивного веса аншюгичных машин и оборудования. Могут применяться и другие показатели, наиболее характерные для данной продукции. Этим же методом можно определять и дополнительные затраты на улучшение качественных характеристик продукции.

В современных условиях перехода к рыночной экономике на многих малых и средних предприятиях используют сокращенную номенклатуру калькуляционных статей, включающую:

- материальные затраты (сырье, материалы, топливо и энергия на технологические цели) в прямом исчислении;
- затраты на оплату труда (также в прямом исчислении);
- прочие прямые затраты;
- затраты по управлению и обслуживанию производства (косвенные).

Перед предприятиями стоит задача получения быстрой и как можно более достоверной информации об издержках производства. Нередко предпринимателю приходится составлять калькуляции затрат на базе определенных предложений. Назначение калькуляции затрат — получить информацию индикативного характера, позволяющую выявить отклонения от заданных норм, планов, заранее установленных стандартов, определить причину этих отклонений и принять необходимые меры по устранению или сокращению подобных отклонений.

В отличие от статей калькуляции, группировка которых носит рекомендательный характер, затраты, образующие *себестоимость продукции*

(работ, услуг), группируются в соответствии с их экономическим содержанием по следующим общепринятым элементам:

- материальным затратам (за вычетом стоимости возвратных отходов);
- затратам на оплату труда;
- отчислениям на социальные нужды;
- амортизации основных фондов;
- прочим затратам.

В элементе «материальные затраты» отражается стоимость приобретаемых со стороны для производства продукции сырья и материалов, комплектующих изделий и полуфабрикатов, топлива и энергии всех видов, расходуемых как на технологические цели, так и на обслуживание производства (отопление зданий, транспортные работы и т.п.). Из затрат на материальные ресурсы исключается стоимость возвратных отходов, под которыми понимаются остатки сырья, материалов, теплоносителей, образовавшиеся в процессе производства продукции, утратившие полностью или частично потребительские качества исходного продукта и в силу этого используемые с повышенными затратами или вовсе не используемые по прямому назначению.

В состав элемента «затраты на оплату труда» входят расходы на оплату труда основного производственного персонала предприятия, включая премии рабочим и служащим за производственные результаты, стимулирующие и компенсирующие выплаты, а также затраты на оплату труда не состоящих в штате предприятия работников, занятых в основной деятельности.

В элементе «отчисления на социальные нужды» отражаются обязательные отчисления на социальное страхование, медицинское страхование, пенсионное обеспечение (сейчас это единый социальный налог).

«Амортизация основных фондов» включает сумму амортизационных отчислений на полное восстановление основных произвол- ственных фондов, исчисленную исходя из их балансовой стоимости и установленных норм, включая и ускоренную амортизацию их активной части.

Все другие затраты, не вошедшие в перечисленные элементы затрат, отражены в элементе «прочие затраты». Это налоги, сборы, отчисления в специальные фонды, платежи по кредитам в пределах установленных ставок, затраты на командировки, оплата услуг связи и др.

Таким образом, группировка затрат по статьям калькуляции отражает место возникновения этих затрат и применяется для планирования, учета и калькулирования затрат на производство и реализацию единицы продукции, всей товарной продукции. Во многих случаях она содержит комплексные статьи затрат.

Группировка издержек по элементам затрат включает экономические элементы, израсходованные независимо от места их возникновения. Как правило, это прямые затраты. В условиях рыночной экономики классификация затрат в отечественном хозяйстве будет упрощаться и приближаться к зарубежной практике.

За рубежом в последние 35—40 лет широко применяется метод исчисления затрат на производство продукции по ограниченной, *сокращенной номенклатуре калькуляционных статей.* В затраты включаются только переменные расходы: сырье и материалы, оплата труда, переменная часть косвенных расходов. Эти затраты рассматриваются как функция объема производственной деятельности. Совершенно обоснованно считается, что постоянные расходы слабо связаны с издержками производства отдельных видов продукции. В соответствии с этим широко принято деление издержек производства предприятия на постоянные, переменные, валовые и предельные.

На зарубежных предприятиях также применяется группировка издержек производства по экономическим элементам и по статьям затрат, близкая отечественной. В группировку *издержек* по *экономическим элементам* включаются затраты на приобретение сырья, материалов, топлива, энергии, расходы на содержание персонала (оплата труда работников), амортизация основною капитала (основных фондов), издержки по выплате процентов и прочие внешние издержки (аренда помещений, страховые взносы, транспортные расходы, услуги сторонних организаций, реклама и прочие расходы).

В состав группировки издержек по *статьям затрат* входят следующие статьи.

1. «Материалы». Эти затраты составляют наиболее важную статью издержек. К ним относят расходы на приобретение сырья, материалов основных и вспомогательных, полуфабрикатов. Расходы на материалы непосредственно зависят от объема производства продукции и относятся к переменным издержкам предприятия. Они изменяются пропорционально объему производства продукции.

2. «Оплата труда». Сюда входит заработная плата рабочих и административного персонала. За рубежом, так же как и в нашей стране, применяются две принципиально отличающиеся друг от друга формы оплаты труда: повременная и сдельная.

Повременная оплата труда рабочих применяется там, где количество продукции, произведенной рабочим, не зависит от его индивидуальных усилий, например на конвейерных линиях, а также там, где главную роль играет качество выпускаемой продукции и где трудно или невозможно рассчитать объем выполненной работы. Повременная оплата труда имеет как положительные стороны, так и недостатки. Рабочий имеет гарантированный ежедневный или ежемесячный доход, не зависящий от колебаний объема производства. Но повременная оплата не стимулирует повышения **индивидуальных** усилий рабочего и не дает ему возможности повысить свой заработок. Повременная оплата наиболее распространена за рубежом при оплате труда рабочих.

Сдельная оплата труда стимулирует рабочих добиваться большей выработки, что выгодно как самому рабочему, так и предприятию. Но при такой системе возникает риск снижения качества выпускаемой продукции.

Обе формы оплаты труда (и сдельная, и повременная) могут иметь разновидности. Например, за рубежом широко применяется сдельная оплата с гарантированным минимумом, сдельно- премиальная. Так, при сдельной оплате с гарантированным минимумом минимальный размер заработной платы может быть установлен в соответствии с почасовой заработной платой. Такая смешанная оплата труда обеспечивает рабочему минимальный размер заработка с одновременным использованием преимуществ сдельной оплаты труда.

Формой оплаты труда административного персонала на зарубежных предприятиях служат, как и **в** нашей стране, должностные оклады. Помимо твердых окладов таким работникам в порядке стимулирования выплачиваются премии, обычно соотносимые с прибылью предприятия. Некоторые предприятия заключают соглашения со своими работниками о той или иной форме распределения части своих расходов (прибыли).

3. «Плата за аренду помещений». Нередко это относительно крупная статья издержек. Если предприятие или фирма арендуют помещение, то издержки по этой статье равны общей арендной плате. Если же помещение принадлежит самому предприятию, то плата за его аренду состоит из ряда статей: выплат по ипотечной задолженности, налогов на недвижимость, страхования, эксплуатационных расходов, а также процентов с собственного капитала, вложенного в данную недвижимость.

4. «Амортизация». Применяются несколько методов расчета амортизации: линейный, по остаточной стоимости, по объему производства и по сумме лет.

Наиболее близко отечественным методам бухгалтерского учета исчисление амортизации *линейным методом.*

5. «Прочие издержки». Сюда относятся расходы на эксплуатацию и ремонт машин и прочие элементы основного капитала, издержки на различные виды энергоносителей, расходы на доставку продукции покупателю, телекоммуникационные издержки, почтовый сбор и некоторые другие.

На зарубежных предприятиях под структурой издержек нередко понимается процентное соотношение переменных и постоянных издержек предприятия в рамках его валовых издержек. По такому соотношению делают определенные выводы.

Так, например, представим структуру издержек, %, предприятий *А* и *Б* следующим образом:

Издержки	*А*	*Б*
Переменные Постоянные Валовые	70 40 30 60 100 100	

Анализ представленной структуры издержек предприятий *А* и *Б* позволяет сделать вывод о том, что предприятие *А* имеет меньший уровень механизации и автоматизации производства и обладает большей потребностью в использовании малопроизводительного ручного труда. Вследствие этого постоянные издержки фирмы *А* на амортизацию и выплату процентов на капитал, использованный на приобретение машинного парка, будут относительно невелики, а переменные издержки на оплату труда работников предприятия *А* — относительно высокими. На предприятии *Б* картина обратная: относительно высокие **постоянные** издержки на амортизацию и выплату процентов на капитал и соответственно низкие переменные издержки на оплату ручного труда, обусловленные высоким уровнем механизации **и** автоматизации производства.

На зарубежных предприятиях планирование **и** учет себестоимости продукции в части переменных затрат широко практикуется по методу *директ-костинг* (от англ.*direct-costing).*В этом методе основными финансовыми показателями служат маржинальная прибыль и прибыль. Расчет ведется по табл. 29.1':

*Таблица 29.1. Схема **отчета** о доходахпо системе «директ-костинг»*

Показатель	***Уел очное обо та ч епие,формула***	***Сумма, г>ен. еб.***
Выручка от реализации продукции Примерные затратыМаржинальная прибыльПостоянные затратыПрибыль '	$\%_{кр}$ 1000$П_ч$= В - $З_{1вп}$ 1000$З_{плеТ}$400П - П« - $З_{1юст}$600	В 2000

Как справедливо указывают авторы приведенной схемы, метод «директ-костинг» дает возможность установить связи и пропорции между объемом производства и затратами на **него,** получить информацию о прибыльности или убыточности производства в зависимости от его объема, прогнозировать поведение себестоимости продукции при увеличении или уменьшении объема производства. А выделение постоянных затрат этим методом калькулирования позволяет показать влияние их размера на сумму прибыли. При этом изменение маржинального дохода позволяет выявить более рентабельные изделия и своевременно внести изменения в ассортимент выпускаемой продукции. В результате метод «директ-костинг» дает возможность определить размер прибыли и его колебания под влиянием изменения переменных затрат, цен реализации, структуры выпускаемой продукции и на основе подобного анализа **принять** комплекс необходимых в этом случае мер по управлению издержками и предприятием.

Применение такой системы особенно важно в российских условиях освоения рыночной экономики. Сегодня важно добиваться увеличения

прибыли не повышением цен, а установлением относительно невысоких цен на продукцию, делая ее, таким образом, конкурентоспособной. Завоевание и удержание рынков сбыта возможно лишь при реализации более дешевой и качественной продукции на основе снижения нормы прибыли и получения массы прибыли за счет больших объемов продаж.

Наконец, важным показателем для принятия управленческих решений является *точка безубыточности* (критическая точка) (см. гл. 28).

29.4 Снижение затрат на производство продукции

Мы уже говорили, что в условиях свободной конкуренции цена продукции, произведенной предприятиями, выравнивается под воздействием законов рыночного ценообразования. В то же время каждый предприниматель стремится к получению максимально возможной прибыли. И здесь, помимо факторов увеличения объема производства продукции, продвижения ее на незаполненные рынки, неумолимо выдвигается проблема снижения затрат на производство и реализацию этой продукции, снижения издержек производства.

В традиционном представлении важнейшим путем снижения затрат является экономия всех видов трудовых и материальных ресурсов, потребляемых в производстве.

Так, значительную долю в структуре издержек производства занимает оплата труда (в промышленности России 13—14%, развитых стран — 20—25%). Поэтому актуальна задача снижения трудоемкости выпускаемой продукции, роста производительности труда, сокращения численности административно-обслуживающего персонала.

Снижения трудоемкости продукции, роста производительности труда можно достичь различными способами. Наиболее эффективные из них — механизация и автоматизация производства, разработка и применение прогрессивных, высокопроизводительных технологий, замена и модернизация устаревшего оборудования. Однако одни мероприятия по совершенствованию применяемой техники и технологии не дадут должной отдачи без улучшения организации производства и труда. Нередко предприятия приобретают или берут в аренду дорогостоящее оборудование, не подготовившись к его использованию. В результате коэффициент использования такого оборудования очень низок. Затраченные на приобретение средства не приносят ожидаемого результата.

Важное значение для повышения производительности труда имеет надлежащая его организация: подготовка рабочего места, полная его загрузка, применение передовых методов и приемов труда и др.

В структуре затрат на производство продукции материальные ресурсы занимают до 3/5. Поэтому понятно значение экономии этих ресурсов, рационального их использования. На первый план здесь выступает применение ресурсосберегающих технологических процессов. Немаловажно и повышение требовательности и повсеместное применение входного контроля за качеством поступающих от поставщиков сырья и материалов, комплектующих изделий и полуфабрикатов.

Сокращения расходов по амортизации основных производственных фондов можно достичь лучшим использованием этих фондов, максимальной их загрузкой.

На зарубежных предприятиях рассматриваются такие факторы снижения затрат на производство продукции, как определение и соблюдение оптимального размера партии закупаемых материалов, оптимального размера серии запускаемой в производство продукции, решение вопроса о том, производить самим или закупать у других производителей отдельные компоненты или комплектующие изделия.

Известно, что чем больше партия закупаемого сырья, материалов, тем больше среднегодовой запас и больше издержки, связанные со складированием этого сырья, материалов (арендная плата за складские помещения, потери при длительном хранении, потери, связанные с инфляцией, и др.). Вместе с тем приобретение сырья и материалов крупными партиями имеет преимущества. Снижаются расходы, связанные с размещением заказа на приобретаемые товары, с приемкой этих товаров, контролем за прохождением счетов и др. Таким образом, возникает задача определить оптимальное количество закупаемых сырья и материалов. Расчет можно вести по следующей примерной схеме (табл. 29.3)[39].

---

[39] *Ворст И., Ревентлоу П.* Экономика фирмы: Учебник: Пер. с дат. — М.: Высшая школа, 1994.

Таблица 29.3. Расчет оптимального количества закупаемого сырья иматериалов

1 § g з Iщ §•	З = & й р. S3 1	а С нлллллл* *запас, кг*	4 ip. I щ; 1 § ръ « аа == £3 J, с а о і я іо =	*Издержки по складированию,тыс. руб. в год*		
				1®§1 §1 §	*по обму-живаниюзак упок*	*всего*
1	200 0U0	10 000	100 000	20 000	1 250	21 250
2	10 ООО	5 000	50 000	10 000	2 500	12 500
3	6 667	3 333	33 333	6 667	3 750	10 417
4	5 ООО	2 500	25 000	5 000	5 000	10 000
5	4 ООО	2 000	20 000	4 000	6 250	10 250

Как видно из таблицы, оптимальная годовая партия закупок в этом примере 4-я, поскольку сумма издержек по складированию и обслуживанию закупок в этом случае наименьшая.

Те же правила действуют и при определении оптимального размера серии запускаемой продукции. При производстве продукции значительным числом мелких серий издержки по складированию готовой продукции будут минимальными, однако возрастут затраты на подготовку производства. Рассчитаем оптимальный размер серии запуска (табл. 29.4).

Таблица 29.4. Расчет оптимальной серии запуска

%	*Число издел. в сер., шт.*	*Среднегодовой запас готовой продукции, шт.*	*Стоимость сред-негодовогозапаса ,тыс. руб.*	*Издержки, тыс. руб./год*		
				по складировани юготовой продукции	*по подготовке [1] производства*	*Всего*
\	3 000	3 375	47 250	1 1 813	3 000	14 8! 3
2	4 500	! 688	23 632	5 908	6 000	11 908
3	3 000	1 і 25	15 750	3 938	9 000	12 938
4	2 250	844	11 816	2 954	12 000	14 954
5	1 800	675	9 450	2 363	15 000	17 363

Из таблицы следует, что оптимальное число изделий 4500 шт. содержится в серии запуска 2; издержки по складированию готовой продукции и подготовке производства для этой серии минимальны — 11 908 тыс. руб. в год.

Конечно, подобные расчеты нельзя считать достаточно объективными и точными, однако в определенном приближении их принять можно.

Выводы

1. Категории «издержки производства», «затраты на производство», «себестоимость» хотя и близки между собой, но не тождественны.
2. Издержки — это стоимостное выражение всех затрат производственных факторов, необходимых предприятию для его деятельности.
3. Затраты предприятия по роли в процессе воспроизводства делят на текущие, затраты капитального характера на расширение и обновление производства; затраты на непроизводственные нужды.
4. В мировой практике различают бухгалтерские и экономические издержки производства. Издержки производства и реализации продукции могут изменяться в зависимости от роста или снижения объема производства, уровня использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.
5. Для целей планирования, учета и калькулирования затраты на производство продукции классифицируются по виду производства, виду продукции, виду расходов, месту возникновения затрат.
6. Затраты, образующие себестоимость продукции, группируются следующим образом: материальные затраты, затраты на оплату труда, отчисления на социальные нужды, амортизация основных фондов, прочие затраты.
7. Важнейший путь снижения затрат на производство продукции — экономия всех видов ресурсов, потребляемых в производстве, — трудовых и материальных.

Вопросы для самоконтроля

1. Что входит в понятия «издержки производства», «прибыль» и «валовой доход»?
2. В чем разница между бухгалтерскими и экономическими издержками?
3. На какие виды делят затраты предприятия в зависимости от их роли в процессе воспроизводства?
4. Что представляют собой постоянные, переменные и совокупные издержки производства?
5. Раскройте классификацию затрат на производство продукции.
6. Каковы значение и пути снижения затрат на производство продукции в условиях рыночной экономики?



на

предприят

ии 30.1 Понятие

«ценовая политика»

Цена — это ключевой элемент рыночной экономики, сердцевина ее хозяйственного механизма. Способ установления цены характеризует не только природу рынка, но и саму экономическую систему. В рыночной экономике цена определяет объем и структуру производства, движение материальных и денежных потоков, уровень жизни общества.

Каждый предприниматель, устанавливая цену на свой товар, использует ее как решающее средство для достижения поставленных в своем бизнесе целей. Важная роль ценового механизма для предприятия бесспорна. Между тем практика показывает, что ни одна компания, независимо от прочности ее позиций на рынке, не может позволить себе устанавливать цены без анализа возможных последствий различных вариантов такого решения. И несмотря на то что широкое распространение имеют и неценовые формы конкуренции, цена является существенным элементом конкурентной политики и оказывает значительное влияние на рыночное положение и доходы предпринимателя. Поэтому настоятельной необходимостью для успешной предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики становится использование хорошо проработанной и научно обоснованной ценовой политики.

Однако подавляющее большинство руководителей российских предприятий еще не обладают достаточными знаниями и опытом в области разработки ценовой политики. При установлении цены ориентиром для них, как правило, служат затраты на производство (реализацию) продукции и некоторая доля прибыли. Ряд фирм придерживаются цен на аналогичную продукцию, продаваемую на рынке. Есть и такие производители, которые, не вникая в суть проблемы, просто стараются продать товар как можно дороже.

Работая в условиях рынка, нельзя забывать о том, что цена и ценовая политика для предприятия — главный элемент маркетинга. Однако среди всех составляющих элементов маркетинга цена имеет два неоспоримых преимущества:

Глава

^^ Ценовая политика

♦ изменение цены происходит быстрее и легче, чем, к примеру, разработка нового товара, проведение рекламной кампании

или нахождение новых, более эффективных способов распространения продукции;

- ценовая политика предприятия мгновенно сказывается на бизнесе, на его финансово-хозяйственных результатах.

Именно поэтому разработке ценовой политики должно уделяться самое пристальное внимание со стороны руководства предприятия, желающего наиболее эффективно и долговременно развивать свою деятельность на рынке, так как любой ложный или недостаточно продуманный шаг немедленно сказывается на динамике продаж и рентабельности.

Вместе с тем установление цен на продукцию предприятия в значительной мере является искусством: низкая цена вызывает у покупателя ассоциацию с низким качеством товара, высокая — исключает возможность приобретения товара многими покупателями.

Ценовая политика предприятия — понятие многоплановое. Предприятие не просто устанавливает ту или иную цену, оно создает свою систему ценообразования, охватывающую весь ассортимент выпускаемой продукции, в которой учитывает различия в издержках производства и сбыта для отдельных категорий потребителей и для разных географических регионов, специфику в уровнях спроса; сезонность потребления товара и многие другие факторы. Кроме того, деятельность фирмы осуществляется в условиях постоянно меняющегося конкурентного окружения. Иногда фирма сама проявляет инициативу изменения цен, но чаще просто реагирует на действия конкурентов.

Для грамотного использования всех преимуществ рыночного ценообразования в хозяйственной деятельности предприятия необходимо изучить сущность ценовой политики, последовательность этапов ее разработки, условия и преимущества их применения. ***Ценовая политика фирмы*** — это *деятельность еруководства по установлению, поддержанию и изменению цен ни производимые товары, направленная на достижение целей и задач фирмы.*

Разработка ценовой политики включает этапы:

- выработки целей ценообразования;
- анализа ценообразующих факторов (определения спроса, анализа предложения, цен конкурентов и др.);
- выбора метода ценообразования;
- принятия решения об уровне цены.

Каждый шаг установления цены сопряжен с определенными проблемами, о которых вдумчивый предприниматель должен знать заранее.

30.2 Цели ценовой политики

В процессе ценообразования предприниматель прежде всего должен определить, каких целей он желает достичь с помощью продажи своего товара. Часто оказывается, что стратегических целей у предприятия несколько и они достижимы в краткосрочной или долгосрочной перспективе. Следует выработать навыки умения распознавать и с помощью ценовой политики реапизовывать оптимальное соотношение возможно большего числа целей. При формулировании целей ценообразования обычно ориентируются на стратегические цели предпринимательской деятельности. Наиболее распространенные цели таковы.

Выживание предприятия. Эта цель может рассматриваться как краткосрочная. В условиях конкурентного рынка предприятие часто идет на снижение цен для ликвидации запасов продукции на складе. При этом прибыль теряет свое значение. Производство будет осуществляться до тех пор, пока цена, установленная на нижнем пределе, покрывает хотя бы издержки.

Краткосрочная максимизация прибыли и повышение уровня рентабельности, что в свою очередь увеличивает доходность и расширяет инвестиционные возможности фирмы. Эту цель наиболее целесообразно ставить в краткосрочной политике цен. В перспективном плане она является производной от глобальной цели — максимизации ценности фирмы, т.е. максимальной стоимости ее активов при продаже их по рыночным ценам. Реализуя в своей деятельности эту цель, предприятие делает основной упор на краткосрочные ожидания прибыли и мало учитывает долгосрочные перспективы работы на рынке. Также слабо принимаются во внимание ответные действия конкурентов и меры воздействия государства, направленные на регулирование деятельности рынка. Однако именно эта цель наиболее часто выдвигается предприятиями в условиях формирования и становления рынка в России.

Краткосрочное максимальное увеличение сбыта продукции. Предприниматели исходят из того, что увеличение объема сбыта приведет к снижению затрат на единицу продукции и, как следствие, к увеличению прибыли. Учитывая чувствительность рынка к уровню цены, руководство фирмы устанавливает цену на минимально допустимом уровне. На какое-то время это обеспечивает расширение ниши рынка, занимаемой предприятием. Однако политика низких цен может обеспечить положительный результат только в том случае, когда чувствительность рынка к ценам очень велика и расширение объема производства сопровождается снижением издержек производства. Это очень рискованная **политика,** так как может привести к развязыванию ценовой войны.

Завоевание лидерства на рынке и в определении цен. Эту цель преследуют, как правило, крупные компании, она отражает положение фирмы на рынке при установлении обших ценовых уровней. Например, корпорация «Дюпон» на новинки своего производства — целлофан, нейлон, тефлон, обладающие

неоспоримыми преимуществами перед товарами конкурентов, устанавливала **максимально** возможную цену.

Стремление к завоеванию лидерства может проявляться и в производстве продукции гарантированно высокого качества. В этом случае предприятие, которому удается на протяжении многих лет сохранять за собой такую репутацию, устанавливает более высокую цену по сравнению с **конкурентами,** чтобы компенсировать повышенные затраты. А уже само имя предприятия является надежным гарантом непревзойденного качества, как, например, японская фирма «Шарп» — в производстве звуковоспроизводящей техники, немецкая фирма «.Мерседес Бенц» — в автомобилестроении.

30.3 Анализ ценообразующих факторов

Рыночная цена товара формируется **под** влиянием многих факторов. Для выбора ценовой стратегии предприятие должно выявить и проанализировать ценообразующие факторы. По отношению к предприятию они могут быть как внешними и не контролируемыми им, так и внутренними.

Кратко остановимся на характеристике основных ценообра- зующих факторов.

Спрос и предложение. Цена на рынке подвергается изменениям прежде всего под воздействием спроса и предложения. Этот фактор в рыночной экономике играет едва ли не **ключевую** роль.

Спрос — это важнейшая категория рыночной экономики, так как именно он в конечном счете определяет цену на различные товары, распределяет сырье и готовую продукцию. *Спрос* — это *желание и возможность потребителя купить товар или услугу в определенное время и в определенном месте.*

Следует различать понятия «желание» и «спрос». Не всякое желание иметь товар является спросом. Желание только тогда **превращается** в спрос, когда подкрепляется финансовыми возможностями покупателя. Иными словами, рынок не реагирует на потребности, не обеспеченные платежеспособностью покупателя.

Взаимосвязь между спросом на товар и определяющими его факторами отражена общей функцией:

г $Q_{сд}$. объем спроса на товар х в единицу времени;
P_x — цена товара;
P_y,...,P, — цены товаров-заменителей и взаимодополняющих товаров;
1 — доход покупателя;
W — уровень благосостояния, т.е. покупательная способ ность потребителя;
T_x — потребность покупателя в товаре х;
F — мнение потребителя о перспективах его благосостояния;
S — сезонность потребности, удовлетворяемой данным товаром;
q — число покупателей.

Объем спроса — это то количество товара, которое покупатель готов приобрести при данных условиях в течение определенного промежутка времени. При изменении хотя бы одного из перечисленных факторов изменится и объем спроса на данный товар.

Однако если допустить, что в какой-то период времени все факторы, кроме первого, в выражении (ЗОЛ) неизменны, то спрос реально будет зависеть только от цены. Таким образом осуществляется переход от спроса как общей функции многих переменных к спросу как функции цены:

$$Qm\ ЩРх>- \quad \textbf{(30.2)}$$

Зависимость спроса от цены может быть представлена *кривой спроса D*(рис. 30.1). По оси абсцисс отложены объемы продаж некоторого товара *X,* по оси ординат — цена единицы данного товара. Кривая спроса*D*показывает соответствие между ценой *P* и количеством товара*Q,*которое будет приобретено покупателем по данной цене. Если изменяется цена товара *P,* то при прочих равных условиях изменяется спрос на него, и движение идет по кривой спроса. При изменении других факторов изменяется сам спрос и, следовательно, положение кривой спроса.

Кривая спроса устанавливает обратно пропорциональную зависимость между ценой товара и его количеством. Чем выше цена, тем меньше товаров по этой цене может быть куплено. Как показывает практика, увеличение количества товара в продаже вызывает снижение цены на него.

В установлении рыночной цены не менее важную роль играет предложение.

Предложение *количество товаров, которое продавцы могут и хотят предложить покупателю в определенное время и в определенномместе.*

Кривая предложения *S* характеризует предложение товара прямо пропорциональной зависимостью между *P* и *Q* (рис. 30.1). Она объясняет то, что чем выше цена товара, тем больше будет его предложено на рынке.

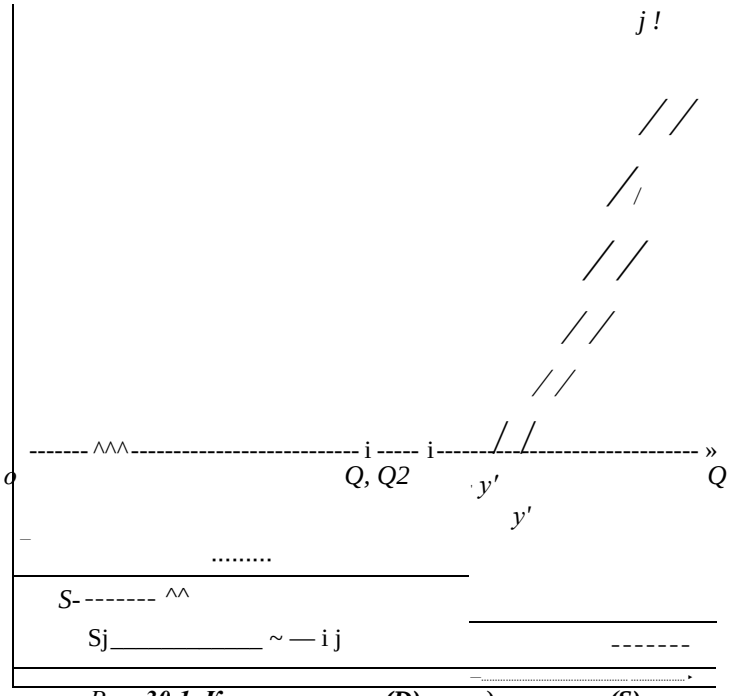


*Рис. **30.1. Кривые спроса (D) и предложения (S)***

Предприятие-производитель через цену товара **получает** информацию о том, в какой степени общество нуждается **в** ею продукции. И если уровень цены, сложившейся на рынке, возмещает затраты предприятия и обеспечивает получение желаемой прибыли, то это служит самым верным ориентиром целесообразности производства и соответствия спросу.

Предложение можно выразить обшей функцией определяющих его факторов:

$$-fii¥.\ i',\ldots\ ./¥\ a\ ./.\ -v \qquad (30.3)$$

где ^ — объем предложения товара *x* в единицу времени; !'; — цена предложения товара *x*\
Л...../'.— цены на товары-конкуренты и товары, производимые совместно с данным товаром; А' — уровень технологии производства;
I — государственная политика в области налогообложения;
— плата за ресурсы; а — численность продавцов.

Объем предложения — это то количество товара, которое продавец хочет продать при данных условиях. Объем предложения меняется

только при изменении цены. Графически изменение объема предложения выражается в движении по кривой предложения. При изменении факторов, влияющих на предложение, смещается сама кривая предложения. Так, на рис. 30.1 увеличение предложения отображено смещением кривой .V вниз по оси ординат в положение S/.

Особенность свободного рынка в том, что при определенном количестве предложенной продукции он стремится к равновесию. Таким образом, при соответствии спроса и предложения устанавливается *рыночная равновесная цена* в точке !'/ (см. рис. 30.1). Равновесие отражает взаимное согласие покупателя и продавца совершить сделку купли-продажи. Единственной уравновешенной ценой, которая может сохраняться, так как удовлетворяет интересам покупателей и продавцов, является цена, при которой объем предлагаемого товара равен объему спрашиваемого товара *(Qs ~ QD)*-Конкурентное равновесие всегда находится в точке пересечения кривых спроса*(D)*и предложения*(S)*и соответствует точке равновесия *E*\.

Однако состояние равновесия спроса и предложения никогда не бывает статичным из-за множества влияющих на него факторов. Это влияние приводит к постоянному смещению кривых спроса и предложения (вправо или влево, вверх или вниз), в результате чего происходит нарушение равновесия. Новое равновесие устанавливается в другой точке, например в точке *E,* которой будет соответствовать новая рыночная цена P_2 (рис. 30.1). Практика знает много случаев, когда «инициаторами» нарушения равновесия выступают и спрос, и предложение.

Эластичность спроса. При анализе спроса и предложения наибольший интерес, как правило, представляет не их абсолютное значение, а их изменение в ответ на изменение цены товара или какого-либо другого определяющего параметра. Количественно измерить чувствительность спроса и предложения к изменению определяющих факторов позволяет эластичность.

Эластичность есть *мера реагирования одной переменной на изменение другой. Эластичность показывает, на сколько процентов изменится одна переменная при изменении другой на 1%.*

Предпринимателю действительно необходима информация о том, насколько изменится спрос под воздействием ряда факторов (доходов, цен на другие товары, налогов и т.п.).

Особую важность представляет эластичность спроса по отношению к цене, или *ценовая эластичность,* которая показывает, на сколько процентов изменится спрос при изменении цены на 1%.

Это характеризует чувствительность покупателей к изменению цен. влияющую на количество товаров, которые они приобретают.

Степень ценовой эластичности определяют с помощью *коэффициента эластичности* E_dпо формуле

где O;. Qj — объем продаж соответственно по старым !/'.> и новым {P_л ценам.

В зависимости от значения коэффициента ценовой эластичности спроса различают:

неэластичный спрос — при $E_d < 1$*:*

спрос единичной эластичности — при 1;

эластичный спрос — при

Что дает предпринимателю знание эластичности спроса?

Если маркетинговая служба, подсчитав эластичность спроса, определила, что спрос на товар неэластичен можно реко мендовать руководству фирмы повысить цену на этот товар, выручка при этом будет расти. Если спрос на товар эластичен (L,, I) , то цены лучше не повышать, поскольку выручка от реализации будет снижаться. В данном случае целесообразнее рассмотреть предложение о снижении цены, и выручка будет расти из-за увеличения спроса на товар.

Определенный на основе ценовой эластичности спрос образует верхнюю границу цены.

Предпринимателей также интересует эластичность спроса по отношению не только к цене, но и к другим переменным, например к доходу.

Эластичность спроса может быть использована и для принятия решений в условиях изменения налоговых ставок на прибыль. Если ставка налога повышается, то предприниматель, учитывая эластичность спроса на свой товар, принимает решение о повышении цены, чтобы его финансовое положение не ухудшилось (или ухудшилось незначительно).

Конкуренция. Сглаживает и временно устраняет противоречия между спросом и предложением конкуренция — ценовая и неценовая.

Ценовая конкуренция — это конкурентная борьба посредством изменения цен на товары. В значительной степени она влияет на уровень цены. Предприятия-продавцы следуют кривой спроса, снижая или повышая цену. Поэтому ценой можно легко маневрировать под воздействием множества факторов.

Ценовую конкуренцию может начать не только предприятие, занимающее господствующее положение на рынке, но и небольшое, чтобы выжить в условиях конкуренции. Основное условие успешной ценовой конкуренции — постоянное совершенствование производства и снижение себестоимости. Выигрывает только предприниматель, располагающий реальными шансами снижения издержек производства.

Механизм ценовой конкуренции действует по следующей схеме: предприятие-производитель устанавливает на свою продукцию цены ниже рыночных; конкуренты, не располагающие возможностью последовать за ним, не могут удержаться на рынке и уходят с него или разоряются. Однако всегда находится конкурент, который выведет свое предприятие из трудного положения, перенесет ценовую войну и дождется нового повышения цен. В этом случае цель войны не достигнута и придется или смириться, или снова начинать снижение цен.

Ценовая война — акция трудная **и** дорогостоящая. На выигрыш может рассчитывать только то предприятие, которое имеет более сильное положение на рынке, чем конкурент. Если же конкурирующие предприятия находятся примерно в равных условиях, то ценовая война не просто расточительна, но и бессмысленна.

Если экономическая мощь конкурентов примерно одинакова, оправданно маневрирование ценами. Эта политика состоит в предоставлении покупателям различного рода скидок, снижении цен на продукцию по сравнению с прейскурантами, установлении цен на товары разного качества в близком диапазоне. В результате выигрывает покупатель.

В условиях *неценовой* конкуренции роль цены нисколько не уменьшается, однако на первый план выступают уникальные свойства товара, его техническая надежность и высокое качество. Именно это (а не снижение цены) позволяет привлечь новых покупателей и повысить конкурентоспособность товара.

Финансово-кредигная сфера. Большое влияние на уровень и динамику цен оказывает состояние финансово-кредитной сферы, когда на цены непосредственно влияют изменения покупательной способности денежной единицы России. В нормально функционирующей экономике, когда существует достаточный золотовалютный резерв, соотношение между суммой цен товаров и количеством денег в обращении относительно стабильно. При отсутствии такого условия в системе «количество денег — сумма цен» начинает изменяться сумма цен. Так, девальвация или упорные слухи о ней вызывают неуклонное повышение цен.

Потребители. Любой предприниматель должен видеть глубокую взаимосвязь цены и восприятия ее различными потребителями. Отношения между ценами и количеством сделанных покупок по этим ценам можно объяснить двумя причинами: воздействием законов спроса и предложения и ценовой эластичности и неодинаковой реакцией покупателей различных сегментов рынка на цену. Именно эти причины легли в основу деления всех покупателей по их восприятию цен и ориентации в покупках на четыре группы:

1) покупатели, при выборе покупки проявляющие большой интерес к ценам, качеству, ассортименту предлагаемых товаров. Большое влияние на эту группу покупателей оказывает реклама, раскрывающая дополнительные полезные свойства и преимущества этого товара. Это так называемая группа *экономных покупателей;*

2) покупатели, создавшие себе образ товара, которым они хотят владеть, и чутко реагирующие на все характеристики, приближающие их к этому образу или удаляющие от него. Такие покупатели получили название *персонифицированных.* Они требуют особого внимания к себе и чуткого обслуживания;

3) покупатели, которые поддерживают своими покупками небольшие фирмы по уже давно сложившейся традиции. Эта группа покупателей называется *этичные покупатели.* Они готовы заплатить более высокую цену за товар, продаваемый в этом магазине, подчас пренебрегая широким ассортиментом товаров других магазинов;

4) покупатели, мало интересующиеся ценами, или *апатичные покупатели.* При выборе покупки основное внимание они уделяют удобству и комфорту, получаемому от приобретения этого товара.

Государственное регулирование цен. Важнейшим фактором, оказывающим влияние на цену, а следовательно, и на всю предпринимательскую деятельность хозяйствующего субъекта, является государственное регулирование цен.

Существуют прямые и косвенные меры воздействия государства на цены. *Прямые меры* осуществляются путем установления определенного порядка ценообразования, *косвенные* направлены на изменение конъюнктуры рынка, создание определенного положения в области финансов, валютных, налоговых операций, оплаты труда.

Способы воздействия государства на цены иллюстрирует табл. ЗОЛ.

Таблица 30.1. ***Государственноерегулирование цен***

Виды цен	*Роль государства*	*Формы государственного воздействия*
Фиксированные государственные	Цены устанавливает само государство	Государственные прейскуранты Замораживание рыночных свободных цен Фиксирование монопольных цен
Регулируемые государством цены	Государство устанавливает правила для предприятия, а предприятие само устанавливает цены	Установление предельного уровня цен Установление предельных надбавок или коэффициентов к фиксированным ценам прейскуранта Установление предельных значений элементов розничной цены Установление предельного уровня разового повышения цен Государственный контроль над монопольными ценами Регулирование рыночных цен путем установления цен государственным предприятием
Свободная (договорная) цена	Государство устанавливает «правила игры» на рынке, вводя ряд запретов на недобросовестную конкуренцию	Запрет на горизонтальное фиксирование цен Запрет на вертикальное фиксирование цен Запрет на ценовую дискриминацию Запрет на демпинг Запрет на недобросовестную ценовую рекламу

Государственное регулирование рынка и цен осуществляется во всех странах мира. Широкое распространение эта практика получила в развитых странах. Так, в США государство регулирует до 10%

цен, в основном в отраслях, где существует естественная монополия (сельское хозяйство, энергетика, связь). В Японии государство регулирует около 20% потребительских цен (в том числе такие важные, как тарифы на электроэнергию, газ, железнодорожные тарифы, стоимость медицинского

обслуживания и образования, цены на рис, пшеницу, мясные и молочные продукты, воду). В Швейцарии федеральное ведомство по контролю за ценами в законодательном порядке фиксирует почти 50% объема товарной продукции сельского хозяйства.

В России государство оставляет за собой право вмешиваться в регулирование цен отдельных товаров на определенных предприятиях. В отечественной промышленности традиционно сложился высокий уровень монополизации, который необходимо ограничивать, всячески пресекая недобросовестную конкуренцию и эскалацию монополий. Для предотвращения действий предприятий- монополистов, направленных на ущемление интересов других предприятий и препятствующих эффективному функционированию товарных рынков, государство сочло необходимым ввести регулирование цен на вырабатываемую ими продукцию. В отношении предприятий-монополистов осуществляются следующие методы регулирования цен:

- ♦ устанавливается предельная цена (цена замораживается), что особенно важно в условиях дефицита этого товара. Однако от этого метода многие развитые страны давно отказались в отношении товаров первой необходимости и, в частности, продуктов питания;
- ♦ устанавливается фиксированная цена;
- ♦ при повышении цен устанавливаются предельные надбавки (коэффициенты изменения цен);
- ♦ применяются предельные уровни рентабельности и товарной надбавки.

30.4 Оценка издержек производства

В условиях рыночной экономики перед предпринимателем встает задача определения оптимального объема продаж продукции, выпускаемой на его предприятии. Различные объемы выпуска товаров требуют разных по объему и структуре издержек. В этом случае категорию издержек уже нельзя рассматривать как некий монолит, отдельные структурные элементы которого подчиняются тем же законам, что и целое. Практически необходимым становится выделение из валовых (совокупных) затрат постоянных **и** переменных издержек.

Постоянные издержки не зависят от объема выпуска продукции в короткие промежутки времени и могут контролироваться в долговременном периоде. Постоянные издержки по своей экономической природе являются затратами на создание условий для конкретной деятельности. Это расходы по содержанию зданий, помещений, арендная плата, оплата труда административного аппарата, отчисления на обязательное страхование имущества, амортизационные отчисления, износ **НМА** и **МБП.**

Переменные издержки меняются вместе с объемом выпуска продукции и обычно определяются этим объемом. Экономическая природа переменных издержек — это затраты на практическое осуществление деятельности, ради которой создано предприятие. К ним относятся затраты на сырье, материалы, топливо, газ и электроэнергию, расходы на оплату труда. На каждом предприятии разграничение затрат на постоянные и переменные происходит посредством анализа конкретных статей, определяющих предпринимательские издержки и формирующих цену предприятия.

Классификация издержек на постоянные и переменные имеет реальный экономический смысл и широко используется в зарубежной практике при решении таких проблем, как оценка конкурентоспособности, выявление возможности роста финансовой устойчивости, определение точки безубыточности и др. Все эти вопросы рассматриваются детально в курсе «Финансовый менеджмент», однако расчет *точки безубыточности* (кромки безопасности, предела безопасности) является прерогативой ценовиков предприятия и используется при принятии решения по вопросам цен.

Экономическая сущность расчета точки безубыточности состоит в анализе взаимодействия спроса и предложения по конкретному товару предприятия. При этом надо учитывать, что своим предложением предприятие может управлять, так как его формируют затраты предприятия, а спросом управлять нельзя, можно лишь в некоторой степени повлиять на него (маркетинговая система ФОССТИС). В процессе такого анализа определяется точка безубыточности, соответствующая объему выпускаемой продукции при заданном (анализируемом) уровне цен, при котором доход от продажи равен издержкам производства.

Точка безубыточности определяется как отношение постоянных издержек производства*FC*к разнице между ценой *P* и удельными переменными издержками КС:

$$X = \frac{FC}{P - VC} \quad (30.5)$$

где X — безубыточный объем производства (продаж), шт. (англ. break — even sales volume); P — иена единицы продукции; FC — постоянные затраты;

VC — переменные затраты в расчете на единицу продукции.

Из этого соотношения можно определить максимальную сумму издержек производства, если известны значения остальных величин:

$$FC = X(P - VQ. \quad \textbf{(30.6)}$$

Можно также рассчитать и минимальную цену, по которой реализуется продукция, исходя из заданного объема продаж, суммы постоянных и

$$P = \frac{FC}{} \quad \textbf{(30.7)}$$

удельных переменных издержек производства:

— + *УСХ*

Таким образом, *практическая ценность классификации издержек* по связи с объемом производства продукции и выделения постоянных и переменных затрат состоит в следующем:

- ♦ помогает решить задачу регулирования массы и прироста прибыли на основе относительного сокращения тех или иных расходов при росте выручки;
- ♦ позволяет судить об окупаемости затрат и дает возможность определить «запас финансовой прочности» предприятия на случай осложнений конъюнктуры на рынке или иных затруднений. Запас прочности измеряет разницу между фактическим объемом продаж и объемом продаж, соответствующим точке безубыточности, и показывает, какова предельная величина снижения объема продаж для того, чтобы деятельность предприятия оставалась безубыточной;
- ♦ открывает возможность использования метода предельных (маржинальных) издержек в ценообразовании.

Определение оптимальной ценовой стратегии предприятия в сложившихся условиях рынка возможно только при дальнейшем анализе изменения издержек в зависимости от различных объемов производства товаров.

Совокупные (валовые) издержки *(TC* — от англ.*Total Costs)*представляют собой все предпринимательские расходы, связанные с валовым выпуском продукции, это сумма постоянных и переменных издержек предприятия.

Предельные (маржинальные или приростные) издержки (МС— от англ.*Marginal Costs)*представляют собой прирост издержек при увеличении производства на одну единицу продукции. Так как с изменением объема выпуска на одну единицу продукции постоянные издержки не меняются, то предельные издержки определяются ростом лишь переменных затрат в результате выпуска дополнительной единицы продукции. Они показывают, во сколько обойдется фирме увеличение объема выпуска продукции на одну единицу.

Средние издержки *(АС* — от англ.*Middle Costs)*являются издержками на единицу выпуска продукции.

(30.9)

Они представляют собой частное от деления совокупных (валовых) *ТС* издержек на объем реализуемого товара (Q). Сравнивая средние издержки с ценой производства товара, можно определить, прибыльно ли производство.

Кривая *ТС* на рис. 30.2 показывает изменение совокупных затрат на производство продукции на отдельных этапах жизненного цикла товара (ЖЦТ).

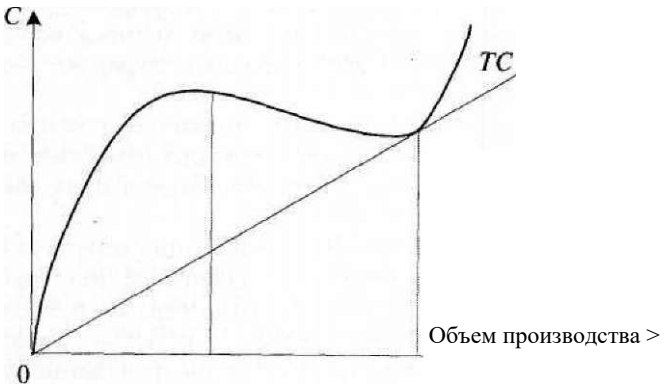
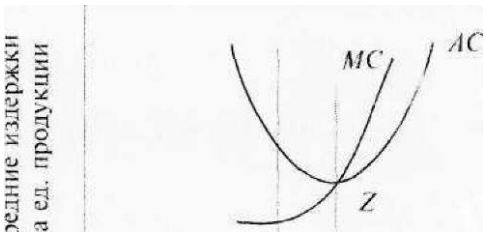


Рис. 30.2. Изменение совокупныхзатрат

На стадии освоения производства они быстро растут, затем темп роста совокупных затрат снижается, что соответствует нала-

живанию производства и накоплению опыта. Однако при вступлении товара в стадию «зрелости» темп роста издержек опять **возрастает из-за** увеличения расходов по сбыту **товаров,** спрос на которые **падает.** Эта же ситуация определяет и кривую АС — средних затрат на рис. 30.3.



и -

Объем прои JBOiiL'i iia ft

0 *Q*

Рис. 30.3. Средние ипредельные издержки

Первоначально средние затраты снижаются достаточно быстро, затем темпы уменьшаются, а **в** стадии зрелости товара начинают расти. Кривая Л/С предельных издержек определяет темпы изменения средних затрат. Поэтому самая нижняя точка кривой предельных издержек *MC* характеризует наименьший темп, а точка пересечения*Z* кривых предельных издержек *MC* и средних затрат *AC* — наименьшие средние затраты.

В условиях рыночной экономики анализ изменения предельных издержек чрезвычайно важен для оптимизации поведения предприятия, так как из него следуют важные в практической работе положения:

- если средние издержки показываю! прибыльность предприятия вообще, то предельные — максимизацию прибыли, которая может быть определена соотношением предельною дохода*MR*(от англ.*Marginal Revenue)*к предельным затратам *MC.* В самом деле, если прирост продаж на одну единицу увеличит доход в большей степени, чем **вырасту]** расходы*(MR> MC).* то уровень производства, при котором прибыль будет максимальной, еще не достигнут и предприятию следует расширять производство данного товара;
  - если в результате большим оказывается темп роста затрат *(MR* <MQ, то уровень производства уже выше оптимального и расширение производства нежелательно, так как с выпуском каждой новой единицы товара темп роста дохода снижается, что может привести к снижению валовой прибыли.

30.5 Выбор метода ценообразования

Оптимально возможная цена продукции должна полностью возмещать все издержки на производство, распределение и сбыт товара, а также обеспечивать получение определенной нормы прибыли.

Наиболее распространены следующие методы установления цен товаров:

1) на основе издержек производства;
2) по доходу на капитал;
3) с ориентацией на спрос;
4) по уровню текущих цен.

1. Метод установления цены товара *на основе издержек производства* (иногда его называют метод *надбавок)* широко используется в предпринимательской практике и отражает традиционную ориентацию на производство и в меньшей степени — на рыночный спрос. Встречаются две разновидности этого метода:

- с использованием полных издержек производства;
- с использованием предельных издержек производства.

Метод полных издержек. Расчет цены этим методом основан на разделении издержек производства на постоянные и переменные. Сущность метода: к полной сумме затрат прибавляют надбавку, соответствующую норме прибыли, принятую в данной отрасли или равную желаемому доходу от оборота.

Этот метод получил широкое распространение, благодаря своим преимуществам:

- создаются условия для покрытия всех затрат и получения нормальной прибыли;
- предприятие, как правило, имеет полную информацию о собственных издержках и гораздо меньше — о спросе на свой товар на рынке, следовательно, при принятии ценового решения оно опирается на калькуляцию издержек;

- если все предприятия отрасли **используют в** ценообразовании этот метод, то цены предприятий на продукцию отрасли примерно одинаковы, а ценовая конкуренция сведена к минимуму;
- большинство участников рынка сходятся во мнении, что в этом методе соблюдаются интересы производителей и потребителей, а следовательно, метод полных издержек — наиболее обоснованный и справедливый.

Модель определения цен этим методом имеет вид **(30.10)**

$$P = Г(1+Л,ь$$

где р — цена изделия;

С — издержки производства;

И, — рентабельность продукции (прибыль, отнесенная к **затратам), %.**

Пример. Предположим, общая сумма **затрат** на производство единицы продукции составляет 600 руб.. **фирма** определила свои потребности в массе прибыли (надбавку) на уровне 20%. Цена составит:

$$P -600 • (1+0,20) - 720 \text{ руб.}$$

На практике при выборе уровня рентабельности **предприятие** использует:

- единую ставку, рассчитанную по отношению к общей сумме затрат на производство продукции;
- единую ставку, рассчитанную по **отношению** к **переменным** затратам (чаще к сумме заработной платы **и** стоимости материалов, необходимых для производства продукции).

Этот метод имеет серьезные недостатки:

- в нем не принимается в расчет эластичность спроса на товар;
- снижаются ощущения конкурентной борьбы и, следовательно, утрачиваются стимулы к минимизации затрат.

Метод предельных издержек. Сущность метода: к переменным затратам на единицу изделия прибавляется сумма, покрывающая достаточную норму прибыли.

$$\boldsymbol{P} = MC + \quad , \qquad \textbf{(30.11)}$$

100

где *Р* — цена изделия;

MC — предельные издержки произволе!на; *R*— рентабельность продукции, %.

Преимущество метода состоит в том, что цена, рассчитанная этим методом, обеспечивает полное возмещение постоянных **затрат**

и максимизацию прибыли. Использование метода на практике связано с делением затрат на постоянные и переменные и необходимостью их расчета в связи с переходом на международную систему финансовой отчетности на предприятиях.

При выборе уровня рентабельности кроме уже приведенных выше ставок используют норму прибыли на вложенный капитал.

2. Метод *расчета цены по доходу на капитал* базируется на издержках производства продукции, а также на получении запланированного дохода на капитал [1].

Метод основан на том, что к суммарным затратам на единицу продукции добавляется процент на вложенный капитал.

При применении этого метода рентабельность продукции рассчитывается по следующей формуле: х

на вложенный Х актива + постоянных затрат

Основные преимущества этого метода заключаются в возможности учесть платность финансовых ресурсов, необходимых для производства и реализации продукции. Однако его использование значительно усложняется в период инфляции, когда ставки процентов за кредит подвержены высокой степени неопределенности.

Метод расчета цены по доходу на капитал предназначен для предприятий с большим ассортиментом выпускаемой продукции, часть из которой является новой для рынка.

3. Метод определения цен *с ориентацией на спрос* (иначе — метод оценки реакции покупателей, или потребительской оценки). Это один из самых оригинальных методов ценообразования, так как все больше предпринимателей ориентируются при установлении цен не на издержки производства, а на восприятие товара по- требителем[40].

Производитель исходит из того, что потребитель определяет соотношение между ценностью товара и его ценой и сравнивает его с аналогичными показателями конкурентов.

В этом метоле чем больше степень **дифференциации товаров,** тем больше эластичность приемлемых для потребителя пен. **Товары** могут дифференцироваться с учетом технических параметров, **дизайна,** вкуса, проводимой рекламной кампании, надежности, долговечности, экономичности в эксплуатации, послепродажного сервиса и т.п. С дифференциацией товара тесно

[40] Этот метод в своей деятельности используют такие известные американские концерны, как «Дюпон» и «Катерпиллар».

связана дифференциация рынка. **Успешная** реализация **этого** метода ценообразования основана на том, что производитель хорошо знает потребности **своих** потенциальных покупателей, умеет привлечь внимание к спецп **фическим** качествам своего товара и реально оценивает **возможных** конкурентов.

Реакция покупателей на изменение иен может быть учтена посредством:

- ♦ анализа данных предыдущего периода **методом** регрессионного анализа **и** экстраполяции полученных **результатов на** будущее:
- ♦ проведение на рынке **эксперимента** с различными ценами на свою продукцию.

Эти способы имеют недостатки и определенные трудное™ **в** воплощении в жизнь. Так, при экстраполировании спроса на будущее следует проявлять определенную осторожность, особенно имея дело с товарами, **потребление** которых во многом вызвано модой. Проводя эксперимент на рынке с ценами, надо **учитывать,** что продавать товар по высокой цене после того, как он появился на рынке **по** более низкой цене, достаточно сложно.

Тем не менее определенный ориентир **на** рынке с помощью этих методов может быть получен.

4. Метод установления цены *на уровне текущих цен.,* как принято считать, сосредоточивает **в** себе «коллективную мудрость **отрасли».** Он применим на рынках чистой и олигополистической **конкуренции.** Предприятия — изготовители продукции исходят **в** этих условиях **из** факта конкуренции, **устанавливая** цену на товар чуть выше или чуть ниже уровня цены конкурентов. Если же товар **действительно** обладает какими-то новыми качествами, отличными от товаров конкурентов, или воспринимается покупателями как обладающий новыми качествами, то производитель свободен в определении уровня цены и не принимает **во** внимание уже существующие иены.

На рынке однородных товаров предприятие вынуждено следить за ценами конкурентов (в то время как рынки неоднородных товаров предоставляют большую **гибкость** в реакции на ценовую политику конкурентов). В любом случае предприниматель

при выборе ценовой страте

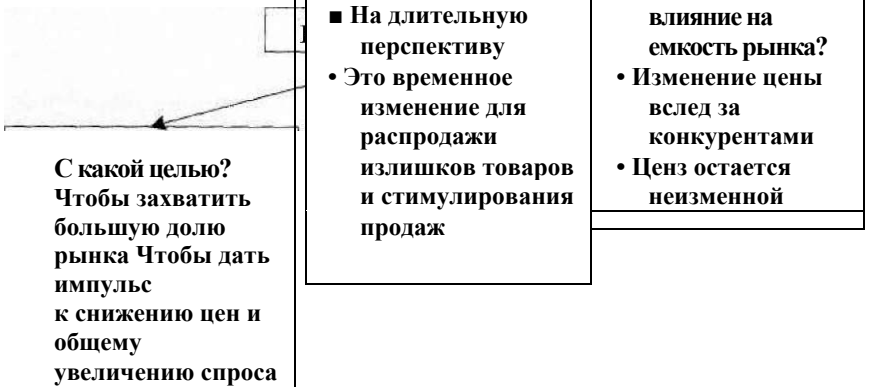


Рис. 30.4. ***Вопросы*** *для выбора ценовой****политики***

Если предприниматель пришел к выводу, что конкурент снизил цену, желая способствовать снижению цен и общему увеличению спроса на длительный период, и предполагает, что другие предприятия последуют этому примеру, а поэтому емкость рынка возрастет, ему также придется снижать цену.

Установление окончательной цены. Это заключительный этап ценообразования. Остановив свой выбор на одной из перечисленных методик, предприятие может приступить к расчету цены, которая должна учитывать психологическое восприятие покупателем товара предприятия. Например, для многих потребителей единственная информация о качестве товара заключена в цене, и она служит показателем качества. Назначаемая цена должна соответствовать ценовому образу предприятия и его ценовой политике. Необходимо также учитывать реакцию конкурентов на предполагаемую цену.

В последнее время все чаще перед предпринимателем встает задача страхования рыночной цены. Это подсказывает необходимость введения еще одного этапа корректировки цены для прогрессивных руководителей, заключающегося в страховании окончательной цены. С этой целью в договоры купли-продажи или в договоры поставки вводится ряд оговорок. Необходимость этого вызвана тем, что на рынок и уровень сбыта товаров влияют постоянно меняющиеся факторы (политическая нестабильность, общеэкономические

факторы, истощение природных ресурсов, изменение экологической обстановки, демографическая ситуация и т.д.).

Выводы

1. Цена является ключевым элементом рыночной экономики. Каждый хозяйствующий субъект при установлении иены на свою продукцию, использует эту стоимостную категорию как решающее средство для достижения поставленных в своем бизнесе целей.
2. Ценовая политика фирмы представляет собой совокупность мероприятий и инструментов, применяемых в достижении целей предпринимательской деятельности фирмы.
3. Цена товара на рынке подвергается изменениям под воздействием ценообразующих факторов, к числу которых в первую очередь следует отнести спрос и предложение.
4. На предложение товаров на рынке влияют издержки производства, состояние финансово-кредитной сферы, государственное регулирование цен, покупательские предпочтения потребителей.
5. Сглаживает и временно устраняет противоречия между спросом и предложением конкуренция, которая бывает ценовой и неценовой.
6. Одним из основных элементов ценовой политики предприятия является метод расчета цены. К числу наиболее распространенных методов установления цены на предприятии относятся методы на основе издержек производства, по доходу на капитал и по уровню текущих цен.

Вопросы для самоконтроля

1. В чем состоит сущность ценовой политики фирмы? Какие этапы включает ее разработка?
2. Какие цели ценовой политики вы можете назвать?
3. Какие ценообразующие факторы определяют состояние рынка?
4. Назовите факторы, определяющие спрос и предложение предприятия.
5. Какими характеристиками обладает товар неэластичного спроса'.'
6. В чем состоит взаимосвязь между ценой и объемом покупок? Дайте классификацию покупателей по их восприятию цен и ориентации в покупках.
7. В чем состоит цель рыночного анализа издержек?
8. В чем заключается практическая ценность классификации издержек на постоянные и переменные?
9. В чем состоят основные этапы процесса ценообразования?
10. Какие методы ценообразования использует предприятие в своей деятельности на рынке?

31 Риск в деятельности предприятия

31.1 Виды рисков

В условиях рыночной экономики риск — ключевой, важнейший элемент предпринимательства. Предприниматель, умеющий вовремя рисковать, зачастую оказывается вознагражденным. ***Риском*** принято считать *действие наудачу в надежде на счастливый случай.* Характерные ***особенностириска*** *— неопределенность, неожиданность, неуверенность, предположение, чтоуспехпридет.*

В условиях политической и экономической неустойчивости степень риска значительно возрастает. В современных кризисных условиях экономики России проблема усиления риска весьма актуальна. Это подтверждается данными о росте убыточности предприятий промышленности за 1992—2002 гг.

За период 1992—2002 гг. удельный вес убыточных организаций возрос с 15,3 до 43,4% (табл. **31.1).** Особенно велика доля убыточных организаций в жилищно-коммунальном хозяйстве — 62,4%, в лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности — 59%, в сельском хозяйстве — 56,3%, в угольной промышленности — 55,0%. Общая сумма убытка достигла в 2002 г. 284,3 млрд руб.[1]

Таблица 31.1. Удельный весубыточныхпредприятий поотраслямэкономики, %*

Отрасль промышленности	*1992*	*1995*	*2000*	*2002*
Всего	15,3	34,2	39,8	43,4
Промышленность	7,2	26,4	39,7	43,3
В том числе				
Электроэнергетика	6,6	13,6	41,2	45,7
Топливная	14,1	32,1	40,6	44,1
из нее:				
нефтедобывающая	8,0	24,5	20,3	32,6
нефтеперерабатывающая	—	1,9	19,2	20,9

[1] Россия в цифрах. 2003: Крат. стат. сб. — М.: Госкомстат России, 2003. — С. 300.

Окончание табл. 31,1

Отрасль промышленности	*1992*	*1995*	*2000*	*2002*
газовая	17,9	10,7	36,4	34,1
угольная	20,8	44,9	55,1	55,0
Черная металлургия	2,8	13,0	34,7	45,0
Цветная металлургия	3,6	35,5	39,7	44,2
Химическая и нефтехимическая	2,0	14,7	31,4	40,1
Машиностроение и металлообработка	4,9	24,5	33,1	38.4
Лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная	3,1	7W П	3D, J	so n 3y,U
Промышленность строительных материалов	10,4	27,3	47,6	45,0
Легкая	12,8	41,9	46,3	52,1
Пищевая	5,6	19,2	43,6	42,0
Мукомольно-крупяная и комбикормовая	4,6	19,6	41,4	50,2
Сельское хозяйство	14,7	55,0	50,7	56,3
Строительство	7.6	17,7	37,2	37,0
Транспорт	20,7	31,5	44,1	45,8
Связь	11,0	28,9	26,1	31,6
Торговля и общественное питание	16,0	30,8	31,4	27,6
Оптовая торговля продукцией производственно-технического назначения	10,0	22,0	38,4	39,4
Жилищно-коммунальное хозяйство	33,5	42,6	61,1	62,4
Другие отрасли	24,5	29,6	30,9	30.1

* По данным Госкомстата.

Чтобы преодолеть последствия риска, нужны не только смекалка и опыт, но и достаточное количество финансов. Фирмы- консультанты, поставщики средств производства, да и подрядчики, как правило, имеют ограниченные денежные ресурсы для компенсации риска, поэтому высокая степень риска проекта заставляет разработчика искать способы его снижения.

В предпринимательской деятельности важно правильно распределить риски между контрагентами. Ответственным за риск должен стать тот компаньон проекта, который лучше других может рассчитывать и контролировать риск.

Риск распределяется при разработке финансового плана проекта и договорных документов. Распределение риска между участниками проекта может быть качественным и количественным. Чтобы *количественно распределить риск,* используют концептуальную модель, базирующуюся на стандартных методах решений. В основе этих методов лежит дерево вероятностей и решений, позволяющее установить последовательность решений.

Качественное распределение риска предусматривает принятие участниками проекта ряда решений, направленных на увеличение или уменьшение числа потенциальных инвесторов. Это зависит от доли риска, которую участники хотят возложить на инвестора, однако затрудняет разработчикам проекта привлечение опытных инвесторов. Участники переговоров должны проявлять максимум гибкости в решении вопроса о доле риска, который они согласны принять на себя.

Основные виды риска: производственный, коммерческий, финансовый (кредитный), инвестиционный и рыночный.

Производственный риск связан с производством и реализацией продукции (работ, услуг), осуществлением любых видов производственной деятельности. Этот вид риска наиболее чувствителен к изменению намеченных объема производства и объема реализации продукции, плановых материальных и трудовых затрат, к изменению цен, браку, дефектности изделий и др.

В современных условиях в России производственный риск велик, поэтому производственная деятельность стала наиболее рисковой.

К производственным относятся риски:

- ♦ неисполнения хозяйственных договоров;
- ♦ изменения конъюнктуры рынка, усиления конкуренции;
- ♦ возникновения непредвиденных затрат;
- ♦ потери имущества предприятия.

Причиной неисполнения хозяйственных договоров часто является неплатежеспособность партнеров. При этом неплатежеспособность одного партнера отрицательно влияет на всех предпринимателей, участвующих в данной цепи: отказ партнера от заключения договора после завершения переговоров; заключение договоров с неплатежеспособными партнерами; частичное невыполнение партнером договорных обязательств и др.

Одной из основных причин изменения конъюнктуры рынка, усиления конкуренции может быть несовершенная маркетинговая политика. Неправильный выбор рынков сбыта, неточная информация о конкурентах, утечка секретной информации, недобросовестность конкурентов, использующих недозволенные методы, — все это может отрицательно отразиться на результатах деятельности предпринимателя.

В современных кризисных условиях увеличение цен на те или иные ресурсы и услуги приводит к возникновению непредвиденных расходов. Предупредить этот вид риска можно путем тщательного анализа и прогнозирования конъюнктуры на рынке ресурсов.

На риск потери имущества предприятия влияют различного рода стихийные бедствия (землетрясения, наводнения, пожары и др.), аварийные ситуации на производстве, а также хищение имущества как работниками предприятия, так и сторонними лицами. Избежать этих потерь или максимально снизить их уровень можно путем страхования имущества, а также установлением строгой имущественной ответственности, жесткой охраны территории предприятия.

Коммерческий риск возникает в процессе реализации закупленных предпринимателем товаров и в процессе оказания услуг. В коммерческой сделке необходимо учитывать такие факторы, как невыгодное изменение (повышение) цены закупаемых средств производства, снижение цены, по которой реализуется продукция, потеря товара в процессе обращения, повышение издержек обращения.

Финансовый риск может возникнуть при осуществлении финансового предпринимательства или финансовых (денежных) сделок. На финансовый риск наряду с факторами, характерными для других видов предпринимательского риска, воздействуют и такие, как неплатежеспособность одной из сторон финансовой сделки, ограничения на валютно-денежные операции и т.п.

Причиной *инвестиционного риска* может быть обесценивание инвестиционно-финансового портфеля, состоящего из собственных и приобретенных ценных бумаг.

Рыночный риск связан с возможным колебанием рыночных процентных ставок, национальной денежной единицы или зарубежных курсов валют, а возможно, с тем и другим одновременно.

Любой риск зависит от того, с какими партнерами заключается сделка. Для принятия решения о целесообразности участия потенциальных партнеров в осуществлении проекта проводят анализ риска.

Упрощенная схема предпринимательских рисков представлена на рис. 31.1 *.

[1] *Гранатуров В.М.* Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения: Учеб. пособие. — М: Дело и Сервис, 1999. — С. 20.



Рис. 31.1. Предпринимательскиериски

Потери от риска в предпринимательской деятельности подразделяют на материальные, трудовые, финансовые, потери времени, специальные виды потерь.

Материальные потери — это не предусмотренные проектом затраты или прямые потери материальных объектов в натуральном выражении (зданий, сооружений, передаточных устройств, продукции, полуфабрикатов, материалов, сырья, комплектующих изделий).

Трудовые потери — потери рабочего времени, вызванные случайными или непредвиденными обстоятельствами, например, вынужденное использование некалиброванного прутка и обработка его на универсальном токарном станке вместо предусмотренного технологией использования калиброванного прутка и станка с ЧПУ; применение опытно- статистических норм времени вместо технически обоснованных (единица измерения — человекочас или человекодень рабочего времени).

Финансовые потери возникают в результате прямого денежного ущерба (не предусмотренные предпринимательским проектом платежи, штрафы, выплаты за просроченные кредиты, дополнительные налоги, утрата денежных средств или ценных бумаг). Они могут быть также результатом неполучения или недополучения денег из предусмотренных проектом источников, невозвращения долгов и др.

Потери времени возникают в том случае, если процесс предпринимательской деятельности идет медленнее предусмотренного проектом (измеряется часами, сутками, декадами, месяцами и т.д.).

К числу *специальных потерь* можно отнести: потери, связанные с нанесением ущерба здоровью и жизни людей, окружающей среде, престижу предпринимателя и с другими неблагоприятными социальными и морально-психологическими факторами. Особая группа специальных потерь — от воздействия непредвиденных факторов политического характера. Они вносят неразбериху в сложившиеся экономические условия жизни людей, нарушают ритм производственно-хозяйственной деятельности, порождают повышенные затраты живого и овеществленного труда, снижают прибыль. К типичным источникам *политического риска* можно отнести: снижение деловой активности людей, снижение уровня трудовой и исполнительской дисциплины, неисполнение принятых законодательных актов, нарушение платежей и взаиморасчетов, неустойчивость налоговых ставок, принудительные отчисления и платежи, не имеющие здравого экономического смысла, отчуждение имущества или денежных средств.

31.2 Риски при финансировании проекта

При решении вопросов финансирования проекта учет рисков — одно из наиболее важных условий эффективности его выполнения, необходимое для решения двух основных задач:

- ♦ обеспечения потока инвестиций для планомерного выполнения проекта;
- ♦ снижения капитальных затрат и риска проекта за счет оптимальной структуры инвестиций и получения налоговых преимуществ.

План финансирования проекта должен учесть риск:

- ♦ нежизнеспособности проекта;
- ♦ налоговый;
- ♦ неуплаты задолженностей;
- ♦ незавершения строительства.

Риск нежизнеспособности проекта должен быть гарантирован тем, что предполагаемые доходы будут достаточными для покрытия затрат, выплаты задолженностей и обеспечения окупаемости любых по размеру капитальных вложений.

Наилучший вариант проекта можно выбрать по формуле приведенных затрат:

$$C + £_{н} K, \qquad (31.1)$$

где С — себестоимость продукта;

К — капитальные вложения;

$E_н$ — нормативный коэффициент эффективности использования капитальных вложений.

Нормативный срок окупаемости капитальных вложений Лж.н "" I / Финансирование проекта должно удовлетворять существующим федеральным тестам на надежность, чтобы определенные инвесторы, например страховые компании, получили возможность осуществлять инвестиции в проект.

Налоговый риск предусматривает невозможность гарантировать налоговую скидку, если проект не вступит в эксплуатацию к предусмотренному сроку; потерю выигрыша на налогах, если участники прекратили работы над уже функционирующим, но экономически не оправдавшим себя проектом; изменение налогового законодательства; решения налоговой службы, понижающие налоговые преимущества в результате осуществления проекта.

Риск неуплаты задолженностей может зависеть от краткосрочного падения спроса на производимый продукт либо возникает в результате снижения цен на него из-за перепроизводства. Чтобы такие колебания не повлияли на жизнеспособность проекта, ежегодные доходы от его осуществления должны перекрывать максимальные годовые выплаты по

задолженности. Чтобы снизить риск от неуплаты платежей, можно использовать резервные фонды, производственные выплаты, дополнительное финансирование, кредиты.

Риск незавершения строительства должен быть гарантирован участниками строительства и инвесторами. Если в проекте использованы новый технологический процесс или ноу-хау, инвестор может потребовать безусловных гарантий завершения строительства, поскольку такие проекты значительно дороже, чем первоначально предусматривалось.

31.3 Страхование рисков

Страхованиериска — это *передана ответственности за определенные риски страховой компании.*

Так, при глубокой реконструкции крупного промышленного предприятия могут быть использованы два основных способа страхования:

- ♦ имущественное;
- ♦ от несчастных случаев.

Имущественное страхование — страхование риска исполнителя реконструкции, морских грузов и собственности подрядчика, стандартного или нестандартного оборудования, технологического оснащения.

В зависимости от страховых рисков договоры страхования *рисков исполнителя реконструкции* (например, подрядным способом) могут быть трех типов (здесь не рассматриваются).

Стандартный договор *страхования от пожара* служит защитой от прямых материальных потерь или повреждений указанной в договоре собственности. Расширенный договор страхования от пожара, содержит стандартный договор страхования от пожара и одно (или несколько) специфическое дополнение, учитывающее потребности конкретного страхователя. В такое дополнение могут быть включены риски от урагана, града, взрыва, гражданских волнений.

Страхование от всех видов рисков учитывает в договоре определенные потребности подрядчика, допускает предоставление ему более широкого спектра услуг, гарантирует страхование имущества от всех рисков материальных потерь, кроме нестрахуемого, оговариваемого в договоре.

Договор страхования охватывает все стадии незавершенного строительства производства, материальные ресурсы, основное, вспомогательное и транспортное оборудование, в том числе арендуемое, а также результаты труда. В таком страховании заинтересованы прежде всего заказчики. Иногда они требуют от подрядчика и субподрядчика проводить страхование в целях уменьшения риска потерь, вызванных нарушением графиков строительно-монтажных работ вследствие выхода из строя различного вида оборудования.

Страхование морских грузов проводится для защиты от материальных потерь или повреждений любых перевозимых по морю, рекам или воздушным транспортом грузов. Страхование охватывает все риски, включая войну и забастовки.

Страхование стандартного и нестандартного оборудования, технологического оснащения, являющихся собственностью подрядчика, широко используется подрядчиками и субподрядчиками. Эта форма распространяется и на арендуемое или взятое по лизингу оборудование.

Страхование от несчастных случаев предполагает страхование общей гражданской и персональной ответственности.

Страхование общей гражданской ответственности — форма страхования от несчастных случаев, направленная на защиту генерального подрядчика, если в результате его деятельности третья сторона (например, работник) потерпит телесное повреждение, личный ущерб или повреждение имущества.

Страхование персональной ответственности проводят только в том случае, когда генеральный подрядчик несет ответственность за подготовку архитектурного или технического проекта, управление проектом, оказание других профессиональных услуг по проекту.

Одним из распространенных и надежных методов снижения риска является **самострахование,** которое осуществляется посредством создания на предприятии специальных резервных фондов (страховых запасов). Самострахование целесообразно в случаях, когда:

- стоимость страхуемого имущества относительно невелика по сравнению с имущественными и финансовыми параметрами всего бизнеса;
- вероятность убытков чрезвычайно мала;
- предприятие владеет большим количеством однотипного имущества.

Самострахование используется, например, транснациональными нефтяными компаниями, владеющими несколькими сотнями танкеров, когда потеря одного из них почти не отразится на их общем благополучии.

31.4 Снижение риска в деятельности предприятия

Основные способы уменьшения риска:

- привлечение к разработке проекта компетентных партнеров, компаньонов и консультантов;
- глубокая предпроектная проработка сопутствующих проблем;
- прогнозирование тенденций развития рыночной конъюнктуры, спроса на данную продукцию или услуги;
- распределение риска между участниками проекта, его соисполнителями;
- резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов.

При принятии решений, сопряженных с риском, предприниматель должен учитывать объективные и субъективные факторы. Лицо, принимающее решение, связанное с риском, должно обладать оригинальностью мышления, агрессивностью, самостоятельностью и т.п.

Большинство психологов считают, что склонность или несклонность к риску не являются свойствами личности. Отношение к риску определяется главным образом внешними условиями или некоторыми индивидуальными и психологическими особенностями человека, например агрессивностью или уровнем чувства тревоги, стрессом. Вместе с этим психологические исследования показывают, что большинство других черт личности, например эгоизм, конформизм и т.д., не влияют на принятие решений, связанных с риском.

При принятии решений, сопряженных с риском, одни предприниматели, способные выдвигать несколько альтернативных решений, обычно обладают верой в собственные силы, большой стойкостью к стрессу, установкой на внешнее окружение (экстра- вертностью); другие обладают противоположными качествами: неуверенностью в себе, невысокой стойкостью к стрессу, интровертностью (установка на внутренние мотивы), что не способствует выработке нескольких альтернативных решений.

Чтобы организовать в современных условиях доходное дело, предприниматель должен иметь хорошую профессиональную подготовку, а также необходимые знания в области экономики, политики, психологии, юриспруденции, организации производства и уметь сотрудничать с учеными, специалистами по маркетингу, владельцами капитала. За рубежом специалистов, владеющих такими качествами, считают цветом нации, деловым потенциалом страны.

При принятии решений могут возникать информационные перегрузки, тогда принятию решения в нужные сроки могут помешать насыщенный поток сведений об окружающей обстановке или нехватка информации (типичная ситуация для принятия решений, связанных с риском получения требуемых результатов). Информационные перегрузки блокируют работу по принятию решений, усложняют ее.

Предельные случаи решений, сопряженных с риском, — перестраховка и авантюризм. При перестраховке риск сводится к нулю, авантюризм приводит к максимально возможному риску. Перестраховка может привести к заниженному эффекту, авантюризм — к неполучению запланированного результата, вызванному чрезмерным риском. Необходим оптимальный риск, обоснованный расчетом. Следует использовать преимущества научного прогнозирования. Обоснованный риск почти всегда полезен. Он повышает эффективность предпринимательской деятельности.

Решение — основа управления, выбор способа действий из нескольких возможных. Под *оптимальным решением* следует понимать такое, которое находится между хорошим и наилучшим. Оно должно соответствовать условиям производства, быть пригодным и приемлемым для работы, а также обеспечивать малую степень риска и достижение проектных результатов.

Предприниматель может предупредить или существенно сократить риск, заключая договоры лизинга, продажи товаров, на оказание услуг, на перевозку и хранение продукции. В условиях лизинга существенная часть риска порчи

имущества или его гибели может быть возложена на арендатора путем особых оговорок в договоре лизинга. При заключении договоров продажи товаров или оказания услуг преимущество переходит к покупателю или посреднику в покупке, которые предусматривают в договорах ответственность производителя за устранение дефектов в ходе эксплуатации продукции или замену недоброкачественного товара. Таким образом, риск возлагается на производителя.

При перевозке или хранении грузов возникает *обоюдный риск сторон,* заключающих договор. Падение цен в период перевозки или хранения продукции и связанные с этим потери несет ее производитель. В то же время материальные потери во время хранения или перевозки продукции возлагаются на транспортные или другие организации, осуществляющие это хранение или перевозку.

Принятие правильного решения — залог успеха деятельности предпринимателя, так как оно значительно снижает степень риска и позволяет получить высокий конечный результат. Принятие управленческих решений должно подчиняться правилам, среди которых основные сформулированы американским социологом М. Рубинштейном.

1. Прежде чем вникать в детали, постарайтесь получить представление о проблеме в целом.
2. Не принимайте решения, пока не рассмотрите возможные варианты.
3. Сомневайтесь; даже общепринятые истины должны вызывать недоверие, не бойтесь опровергать их.
4. Старайтесь взглянуть на стоящую перед вами проблему с самых разных точек зрения, даже если шансы на успех кажутся минимальными.
5. Ищите модель или аналогию, которая поможет вам лучше понять сущность решаемой проблемы. Используйте диаграммы и схемы. Они позволяют охватить сложную и обширную проблему буквально одним взглядом.
6. Задавайте как можно больше вопросов себе и партнерам. Правильно заданный вопрос может иногда радикально изменить содержание ответа.
7. Не удовлетворяйтесь первым решением, которое придет в голову. Постарайтесь найти его слабые места. Попробуйте найти другие решения проблемы и сравните их с первым.
8. Перед принятием окончательного решения поговорите с кем- нибудь о своих проблемах.
9. Не пренебрегайте своей интуицией. Ведущая роль логического мышления в анализе проблем не подлежит сомнению, но нельзя преуменьшать и значение интуиции.
10. Помните, что каждый человек смотрит на жизнь и возникающие постоянно проблемы со своей, особенной точки зрения.

Выводы

1. В условиях рыночной экономики риск — важнейший элемент предпринимательства.
2. Необоснованный риск, как правило, оказывает отрицательное влияние на качество проекта и его осуществление.

3. Разработка и принятие оптимального решения — важное условие предупреждения риска.

4. Необоснованный риск в некоторых случаях может соблазнить предпринимателя принять проект к реализации и на первом этапе получить положительный результат.

5. В рыночных отношениях процессы производства ориентируют предпринимателей на соответствующее поведение в условиях неопределенности и риска. Удачные решения вознаграждают предпринимателя хорошей прибылью, а неудачные — банкротством.

Вопросы для самоконтроля

1. Какое влияние оказывает риск на предпринимательскую деятельность?
2. Какие способы уменьшения риска могут влиять на эффективность осуществляемого проекта?
3. Какую роль играют страхование и самострахование в предпринимательской деятельности?
4. Какими качествами должно обладать лицо, принимающее решение?
5. Как можно снизить риск в деятельности предпринимателя?

Глава 32 Учет и отчетность на предприятии

32.1 Учет в информационной системе предприятия

Управление финансовыми ресурсами предприятия невозможно без достоверной информации об их наличии, структуре, движении. В процессе хозяйственной деятельности формируются информационные потоки, характеризующие основные экономические параметры работы предприятия: состав собственных и заемных средств, расходы и доходы предприятия, издержки производства. Учет позволяет организовать эти информационные потоки и представить данные в виде итоговых отчетов.

Бухгалтерский учет представляет собой *упорядоченную систему сбора, регистрации и обобщения в денежном выражении информации об имуществе, обязательствах организации и их движении путем сплошного, непрерывного и документального учета всех хозяйственных операций.*

На долю бухгалтерской информации приходится свыше 70% общего объема информации о деятельности организации. Именно системный бухгалтерский учет фиксирует и накапливает всестороннюю синтетическую (обобщающую) и аналитическую (детализированную) информацию о состоянии и движении имущества предприятия и источниках его образования, хозяйственных процессах, конечных результатах финансовой и производственной хозяйственной деятельности.

Бухгалтерская информация широко используется в оперативно-техническом и статистическом учете, а также в планировании, прогнозировании, выработке тактики и стратегии деятельности предприятия. К бухгалтерской информации предъявляются такие требования, как объективность, достоверность, своевременность и оперативность. Кроме того, она должна быть экономичной и эффективной, т.е. содержать минимальное число показателей, но удовлетворять максимальное число ее пользователей на разных уровнях управления. Информация должна быть необ

ходимой и целесообразной и не содержать лишних показателей. Кроме того, необходимо, чтобы бухгалтерская информация формировалась с наименьшими затратами труда и времени. Очевидно, что для удовлетворения всех перечисленных требований необходимо использовать различные методы сбора, обработки и учета информации. В экономически развитых странах эта проблема решается делением всего бухгалтерского учета на финансовый и управленческий.

Современный финансовый (бухгалтерский) учет ведет свою историю с XV в., века бурного развития рынка, зарождения новых экономических отношений между людьми. Рыночная экономика Западной Европы, Америки, а затем и всего мира привела к появлению банкиров и предпринимателей, целью и смыслом жизни которых стало накопление капитала. Лука Пачоли, итальянский ученый, в своем труде «Трактат о счетах и записях» заложил основы учетной системы, отвечавшей на возникший социальный заказ. Расчет суммы прибыли непосредственно из данных учета стал возможен в результате введения принципа двойной записи, разделения счетов бухгалтерского учета на операционные, имущественные и результатные, введение в учет единого денежного измерителя.

Позднее, в период зарождения и расцвета мануфактурного производства, возникла потребность в детальном учете производственных затрат. С появлением акционерного капитала, а следовательно, с разделением в хозяйственной сфере функций владения и управления в начале XX в. произошло формирование двух самостоятельных подсистем бухгалтерского учета, имеющих различные цели и задачи, — финансовой и управленческой.

Недавно в российскую практику вошло понятие налогового учета — самостоятельной системы регистрации фактов хозяйственной деятельности предприятия для целей налогообложения. Различия в учете доходов и расходов предприятия, определяемых для целей управления предприятием и для целей налогообложения, объективны, они существуют в учетной практике большинства государств.

В табл. 32.1 приведены основные сходства и различия бухгалтерского, управленческого и налогового учета.

Таблица 32.1. ***Сравнительнаяхарактеристика видовучетанапредприятии***

Критерий			
Обязательность ведения учета	Ведение учета обязательно	рифирменного управления	в бюджет налогов
Цель ведения учета	Составление финансовых документов для внешних пользователей	Учетные принципы формируются организацией самостоятельно исходя из целей и задач внутрифирменного управления	Основной принцип учета — обеспечение непрерывного отражжения фактов хозяйственной деятельности, влекущих за собой изменения размера налоговой базы
Правила ведения учета	Основан на общепринятых принципах		
		Различные уровни внутрифирменного управления	Внешние и внутренние пользователи
Пользователи информации	Внешние и внутренние пользователи бухгалтерской информации	Структурные подразделения организации	По экономическим элементам
Основной внутренний документ, определяющий порядок ведения учета	Учетная политика для целей ведения финансового учета	По мере необходимости, в соответствии **с** принципами	Организация как юридическое лицо
Принцип группировки эасходов	Организация как юридическое лицо	Учетная политика для целей управленческого учета	Учетная политика для целей ведения налогового учета
Основной объект учета и отчетности	Устанавливается	По статьям калькуляции	По мере окончания налогового периода
Периодичность представления отчетности	По экономическим элементам	целесообразности и экономичности	Использование не предусмотрено
Необходимость использования метода двойной записи	законодательными и нормативными актами	Использование возможно, но не обязательно	
Бухгалтерский учет	Использование обязательно	*Налоговый учет*	
	Управленческий учет	Ведение учета обязательно	
	Ведение учета необязательно	Контроль за правильностью, полнотой и своевременностью исчисления и уплаты	
	Информационное обеспечение внут-		

Виды учета различаются по характеру обработки информации, степени детальности, периодичности составления, составу пользователей. Но характеризуют они одни и те же процессы на предприятии — снабжение, производство, реализация продукции, работ, услуг. Поэтому финансовый, управленческий, **налоговый** учет не существуют независимо друг от друга. Методика построения западных учетных систем предусматривает организационное выделение различных видов учета в отдельные подсистемы: финансовую бухгалтерию, калькуляционную бухгалтерию, налоговый департамент. Для большинства российских предприятий характерна полностью интегрированная учетная система.

32.2 Направления реформирования бухгалтерского учета

С развитием мировой экономики и изменением производственных отношений меняются системы и методы бухгалтерского учета. В мировой теории и практике бухгалтерского учета известны оригинальные **национальные** методики: итальянская школа, немецкая, французская, российская. На современном этапе преобладают три основных модели ведения бухгалтерского учета: **а** гло американская, западно-европейская, южноамер ганская.

В начале 1930-х годов в США начали разрабатывать систему национальных общепризнанных стандартов бухгалтерского **учета** и отчетности — GAAP (Generally Accepted Accounting Principles). Зародившиеся в США, GAAP получили распространение в Канаде, Англии, Мексике, Италии и др. странах. Для англо-американской школы характерно наличие развитых профессиональных институтов, относительная свобода в формировании бухгалтерского плана счетов организации, направленность на учет инвестиционных процессов, следование требованиям фондового рынка.

В Европе пошли по пути обязательного применения компаниями национальных планов счетов. Для континентальной модели учета характерны ориентированность на требования государственных и банковских структур, большая степень регламентации. Эти особенности отражены в требованиях Директив Европейской комиссии.

В южно-американской модели большое значение придается проработке вопросов ведения учета в условиях гиперинфляции и нестабильной экономической ситуации.

Глобализация мирового экономического пространства в XX в. и рост акционерного капитала привели к необходимости выработки единых мировых стандартов финансовой отчетности. Эту задачу решает работающий с 1973 г. в Лондоне Комитет по международным стандартам финансовой отчетности (КМСФО). Цель его работы — унификация принципов бухгалтерского учета, используемых компаниями во всем мире для

составления бухгалтерской отчетности. К концу XX в. в КМСФО были представлены более ста стран мира.

В 1998 г. российским правительством была утверждена Программа реформирования бухгалтерского учета в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности. Программой предусматривалось сформировать систему стандартов учета и отчетности, обеспечивающих полезной информацией пользователей, в первую очередь инвесторов; обеспечить увязку реформы бухгалтерского учета в России с основными тенденциями гармонизации стандартов на международном уровне; оказать методическую помощь организациям в процессе освоения и внедрения реформированной модели бухгалтерского учета.

Для достижения цели реформы и решения поставленных задач был утвержден План мероприятий по реформированию бухгалтерского учета, который включил три условные группы мероприятий: создание новой нормативной базы бухгалтерского учета, становление бухгалтерской профессии и повышение квалификации специалистов бухгалтерского учета.

32.3 Нормативная база бухгалтерского учета в России

Бухгалтерский учет регламентируется документами, изданными властными органами различного уровня. В зависимости от назначения и статуса нормативные документы целесообразно представить в виде системы, состоящей из четырех уровней (табл. 32.2).

Таблица 32.2.Системанормативногорегулирования бухгалтерскогоучета в России

Уровень	*Виды нормативных документов*
Первый уровень	Законодательные акты Российской Федерации, указы Президента и постановления Правительства Российской Федерации, регламентирующие прямо или косвенно организацию и ведение бухгалтерского учета в организации. Стандарты (положения) по бухгалтерскому учету и отчетности.
Второй уровень	Методические рекомендации (указания), инструкции, комментарии, письма Минфина Российской Федерации и других ведомств.
Третий уровень	
Четвертый уровень	Рабочие документы по бухгалтерскому учету самого предприятия: документ по учетной политике предприятия; утвержденные руководителем формы первичных учетных документов; графики документооборота; утвержденный руководителем План счетов бухгалтерского учета; утвержденные руководителем формы внутренней отчетности.

Основным актом первого уровня является Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 21 ноября 1996 г. № 129-ФЗ, который определяет правовые основы бухгалтерского учета, его содержание, принципы, организацию, основные направления бухгалтерской деятельности и составления отчетности, состав хозяйствующих субъектов, обязанных вести бухгалтерский учет и предоставлять финансовую отчетность.

Учетный стандарт (второй уровень) можно определить как свод основных правил, устанавливающий порядок учета и оценки определенного объекта или их совокупности. Учетные стандарты, или Положения по бухгалтерскому учету (ПБУ), призваны конкретизировать Закон о бухгалтерском учете. Отечественные ПБУ (их на сегодня утверждено 20) в отличие от международных стандартов носят не рекомендательный, а обязательный характер. ПБУ 1/98 «Учетная политика предприятия» и ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» регламентируют процесс ведения бухгалтерского учета на предприятии, перечень, состав и порядок составления форм бухгалтерской отчетности. Такие положения, как ПБУ 6/01 «Учет основных средств», ПБУ 5/01 «Учет материамьно-производственных запасов», ПБУ 14/2000 «Учет нематериальных активов» посвящены проблемам учета различных групп объектов.

Методические рекомендации и инструкции (третий уровень) призваны конкретизировать учетные стандарты в соответствии с отраслевыми и иными особенностями. Они разрабатываются Минфином РФ и различными ведомствами.

К нормативным документам четвертого уровня относятся рабочие документы по бухгалтерскому учету самого предприятия. Бухгалтерский учет не может быть регламентирован в полной мере вследствие индивидуальных и отраслевых особенностей предприятий, различных форм собственности, физической удаленности от центра огромной страны многих предприятий. Положением по бухгалтерскому учету ПБУ 1/98 «Учетная политика предприятия» организациям предоставлено право при формировании учетной политики по конкретному направлению ведения бухгалтерского учета выбирать один из нескольких способов, допускаемых законодательством и нормативными актами. Сформированная предприятием учетная политика должна быть закреплена документально и применяться последовательно.

В организационно-техническом плане учетная политика предусматривает выбор формы ведения бухгалтерского учета, организационной структуры бухгалтерской службы. В соответствии с Федеральным законом Российской Федерации «О бухгалтерском учете»

> ответственность за выбор учетной политики, за организацию бухгалтерского учета в организациях и соблюдение законодательства при выполнении хозяйственных операций несут руководители предприятий. Организационная структура бухгалтерии и организация дела в ней должны обеспечивать качественное и своевременное выполнение управленческих и учетных задач. Руководители предприятий могут в зависимости от объема учетной работы: учредить бухгалтерскую службу как структурное

подразделение, возглавляемое главным бухгалтером; ввести в штат должность бухгалтера; передать на договорных началах ведение бухгалтерского учета централизованной бухгалтерии, специализированной организации или бухгалтеру-специалисту; вести бухгалтерский учет лично.

Методические аспекты формирования учетной политики предприятия включают в себя выбор одного из разрешенных методов: начисления амортизации основных средств и нематериальных активов, порядка учета, оценки и списания в производство материальных запасов, учета финансовых вложений организации, порядка формирования резервов и т.д.

32.4 Элементы метода бухгалтерского учета

Как любая наука, бухгалтерский учет имеет собственный метод. Элементы метода бухгалтерского учета представлены **в** табл. 32.3.

Таблица 32.3. ***Элементыметода бухгалтерскогоучета***

Группа способов б/у	*Наименование элемента*
Способы первичного наблюдения	Первичный учет и документооборот
Способы вторичной группировки фактов	**Инвентаризация**
Способы стоимостного измерения	План счетов **бухгалтерского** учета Двойная запись
Итоговое обобщение	Оценка имущества и обязательств
	Калькуляция
	Баланс
	Бухгалтерская отчетность

Дадим краткую характеристику элементам метода бухгалтерского учета.

Документирование. Это одна из основных **отличительных** особенностей бухгалтерского учета. Документирование позволяет осуществлять сплошное наблюдение за хозяйственными процессами. В соответствии с Федеральным законом «О бухгалтерском учете» обязательным условием отражения хозяйственных операций в системном бухгалтерском учете является оформление их первичными учетными документами, отвечающими соответствующим требованиям. Первичные учетные документы составляются в момент совершения операции.

Первичный документ — это бухгалтерский документ, который составляется в момент совершения хозяйственной операции и является первым свидетельством происшедших фактов. Первичный документ придает юридическую силу проведенной хозяйственной операции и устанавливает ответственность отдельных исполнителей за выполненные ими операции. Информация о совершенных или

разрешенных к проведению операциях может фиксироваться на разных носителях: дискетах, магнитных лентах и др. Однако предприятие обязано в любом случае изготавливать копии документов на бумажных носителях и предоставлять их участникам хозяйственных операций и контролирующим органам по их требованию.

Движение первичных учетных документов от момента их появления на предприятии до сдачи в архив после их принятия к учету и обработки принято называть *документооборотом.* Внутренняя регламентация хозяйствующим субъектом обработки и сроков представления первичных учетных документов называется *графиком* ***документооборота.*** Отсутствие четкого графика или его несоблюдение может приводить к различным нарушениям требований к ведению бухгалтерского учета хозяйствующего субъекта.

Основной функцией документа следует считать фиксацию и отображение информации, что позволяет обеспечить ее сохранность и накопление, возможность передачи во времени и пространстве, многократное использование, возможность обращаться к информации после ее создания. Под сбором и регистрацией оперативных фактов понимается организованная совокупность средств и приемов по восприятию, измерению и первоначальной фиксации на различных носителях исходной информации о хозяйственных операциях и иных фактах хозяйственной деятельно - сти предприятия.

Оптимальный вариант организации сбора и регистрации информации — автоматическая регистрация учетной информации об оперативном факте на носителе информации при помощи различных средств регистрации и средств передачи и накопления информации. Однако в силу различных причин (нехватки финансовых ресурсов, небольших масштабов предприятия, непонимания руководством необходимости во внедрении высокотехнологичных средств сбора и регистрации информации и т.д.) далеко не каждое современное предприятие обладает столь высокоэффективными методами сбора и регистрации оперативных фактов хозяйственной деятельности. На многих ныне действующих предприятиях применяются ручные или полумеханизированные способы сбора и регистрации первичной информации.

Формы первичных документов по учету основных хозяйственных операций (кассовых операций, учета труда, операций с основными средствами и материалами) утверждены в альбомах унифицированных форм Госкомстата. В отдельных случаях предприятия имеют право разрабатывать формы документов самостоятельно. Обязательным условием является наличие в документе всех реквизитов, установленных Законом о бухгалтерском учете.

Инвентаризация. Под инвентаризацией понимается проверка соответствия фактического наличия объектов учета данным бухгалтерского учета. Инвентаризация позволяет проверить, все ли хозяйственные операции документированы и отражены в системном бухгалтерском учете, а также внести необходимые уточнения и исправления.

Основные задачи инвентаризации:

- ♦ выявление фактического наличия основных средств, материально-производственных запасов (МПЗ) и денежных средств, ценных бумаг, а также объемов незавершенного производства;
- ♦ контроль за сохранностью МПЗ и денежных средств путем сопоставления фактического наличия с данными бухгалтерского учета;
- ♦ выявление МПЗ, частично потерявших свое первоначальное качество, не отвечающих стандартам качества, техническим условиям и т.п.;
- ♦ проверка соблюдения правил и условий хранения товарно- материальных ценностей (ТМЦ) и денежных средств, а также правил содержания и эксплуатации машин, оборудования и других объектов бухгалтерского учета;
- ♦ проверка реальной стоимости учтенных в балансе незавершенного производства, расходов будущих периодов, резервов предстоящих расходов и платежей, дебиторской задолженности, кредиторской задолженности и других статей баланса.

В соответствии с действующим законодательством проведение инвентаризации обязательно в следующих случаях: при передаче имущества предприятия в аренду, выкупе, продаже, а также при преобразовании государственного или муниципального предприятия; перед составлением годовой бухгалтерской отчетности; при смене материально-ответственных лиц (на день приемки-передачи дел); при выявлении фактов хищения, злоупотребления, а также порчи имущества; **в** случае пожара, стихийных бедствий, аварий или других чрезвычайных ситуаций, вызванных экстремальными условиями; при ликвидации (реорганизации) предприятия или других случаях, предусматриваемых законодательством **РФ.**

План счетов бухгалтерского учета. Несмотря на свое многообразие хозяйственные факты поддаются группировке и классификации. Для учета каждой группы объектов открывается *бухгалтерский счет.* Счет имеет наименование и номер, например, 50 « Касса», 51 «Расчетный счет», 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда», 99 «Прибыли и убытки» и т.д. Счета объединяются в группы, совокупность которых представляет План счетов предприятия. В Плане счетов приведены наименования и номера синтетических счетов (счетов первого порядка) и субсчетов (счетов второго порядка). Например, счет «Материалы» имеет номер 10. К нему могут быть открыты субсчета 10.1 «Сырье и материалы», 10.2 «Покупные полуфабрикаты», 10.9 «Инвентарь и хозяйственные принадлежности». На каждом из субсчетов предполагается ведение аналитического учета в разрезе групп материалов, подгрупп по сортности, качеству, другим параметрам. В свою очередь счет 10 входит в раздел II Плана счетов, имеющий название «Производственные запасы».

С 1 января 2001 г. в России действуют новый План счетов бухгалтерского учета и инструкция по его применению, утвержденные приказом Минфина РФ от 31 октября 2000 г. № 94н. План счетов 2001 г. является единым и обязательным к применению **на** предприятиях всех отраслей народного хозяйства и видов деятель-

ности (кроме банков и бюджетных учреждений) независимо от подчиненности, формы собственности, организационно-правовой формы, ведущих учет методом двойной записи. Он состоит из восьми групп, объединяющих основные виды объектов бухгалтерского учета.

На основании Плана счетов и инструкции по его применению предприятия утверждают *рабочий План счетов* бухгалтерского учета, содержащий полный перечень синтетических и аналитических счетов (включая субсчета), применяемых на конкретном предприятии. Например, торговому предприятию могут потребоваться субсчета к счету «Касса» для учета поступления выручки по каждому кассовому аппарату. Таким образом, в рабочем Плане счетов будут присутствовать субсчета **50.1** «Операционная касса № 1», 50.2 «Операционная касса № 2» и т.д. А на производственном предприятии такой необходимости может и не возникнуть. Зато, в отличие от торгового предприятия, **в** Плане счетов завода будут присутствовать такие субсчета счета 20 «Основное производство», как 20.1 «Цех № 1» 20.2 «Цех № 2».

Двойная запись. Счет представляет собой двухстороннюю таблицу, одна сторона которой носит название «дебет», а другая «кредит». «Дебет» означает приход, поступление, увеличение, а «кредит» — возникновение задолженности, уменьшение, отток имущества.

Суть двойной записи предполагает отражение каждой хозяйственной операции как минимум по двум счетам бухгалтерского учета. Например, операция поступления денежных средств с расчетного счета в кассу означает уменьшение суммы денег на расчетном счете и увеличение наличности в кассе. Говорят, что счет «Касса» дебетуется (Д), а счет «Расчетный счет» кредитуется (К). Запись хозяйственной операции обозначается термином «проводка», «корреспонденция счетов». Таким образом, операция будет записана проводкой

Д «Касса», — К «Расчетный счет» на сумму 5000 руб.

Строение счета подразумевает наличие сальдо (остатка) и оборотов (движения по счету). Например, на счете «Касса» начальное сальдо было равно 2000 руб. Дебетовый оборот составил 5000 руб., конечное сальдо соответственно будет равно 7000 руб. Если на расчетном счете перед операцией находилось 20 000 руб., то начальное сальдо по счету «Расчетный счет» равно 20 000 руб., кредитовый оборот составил 5000 руб., а конечное сальдо 15 000 руб. На примере этой элементарной операции мы представили механизм двойной записи. Контрольная функция двойной записи заключается в том, что дебетовые обороты по всем счетам за определенный период равны всем кредитовым оборотам.

Деятельность любого предприятия начинается с проводки, дебетующей счет «Расчеты с учредителями» и кредитующей счет «Уставный капитал» на сумму взносов в уставный капитал фирмы, установленный в Уставе организации. Например:

Д «Расчеты с учредителями», — К «Уставный капитал», — 100 000 руб.

Баланс предприятия. С экономической точки зрения дебетовые остатки по счетам характеризуют актив предприятия (его имущество), а кредитовые — пассив (источники формирования имущества или обязательства предприятия). Сумма дебетовых и кредитовых остатков по счетам предприятия на фиксированный момент времени формирует *баланс предприятия,* т.е. соотношение имущества организации и источников его формирования. В приведенном примере в балансе предприятия на начало отчетного периода в активе отражается задолженность учредителей в размере 100 000 руб. (дебетовое сальдо по счету «Расчеты с учредителями»), а в пассиве — кредитовое сальдо в размере 100 000 руб. по счету «Уставный капитал».

Рассмотрим изменения в балансе предприятия в ходе его дальнейшей деятельности. Например, в течение отчетного периода половина уставного капитала внесена денежными средствами на расчетный счет:

Д «Расчетный счет», — К «Расчеты с учредителями», — 50 000 руб.

На счете «Расчеты с учредителями» после этой операции останется дебетовое сальдо в размере 50 000 руб., показывающее текущую задолженность учредителей по взносам в уставный капитал организации.

Карточка счета 75	**«Расчеты с учредителями»**	
	Дебет	***Кредит***
Сальдо начальное	**100 000**	
Обороты		**50** 000
Сальдо конечное	**50 000**	

Таким образом, в балансе на конец отчетного периода будут отражены: в активе — задолженность учредителей в размере 50 000 руб. (дебетовое сальдо по счету «Расчеты с учредителями») и денежные средства в размере 50 000 руб. (дебетовое сальдо счета «Расчетный счет»), а в пассиве — по-прежнему кредитовое сальдо в размере 100 000 руб. по счету «Уставный капитал».

АКТИВ	на 1 января 2003 г.	на 31 декабря 2003 г.
I. Внеоборотные активы		
II. Оборотные активы		
Дебиторская задолженность	100 000	**50** 000
Денежные средства		**50** 000
БАЛАНС	**100 000**	**100 000**
ПАССИВ	**на 1 января 2003 г.**	**на 31 декабря 2003 г.**
III.Капитал и резервы	100 000	100 000
IV. Долгосрочные пассивы		
V. Краткосрочные массивы		
БАЛАНС	**100 000**	**100 000**

Основными разделами актива баланса являются внеоборотные активы и оборотные активы, пассива — капитал и резервы, долгосрочные обязательства, краткосрочные обязательства. При применении метода двойной записи равенство начальных остатков и оборотов по счетам приводит к равенству конечных остатков. Таким образом, выполняется основное условие составления баланса — равенство актива и пассива.

32.5 Бухгалтерская процедура

Бухгалтерский учет условно можно разделить на специальные разделы (участки):

- ♦ учет внеоборотных активов;
- ♦ денежных средств;
- ♦ затрат и готовой продукции;
- ♦ расчетов;
- ♦ финансовых вложений;
- ♦ финансового результата и капитала.

Ведение бухгалтерского учета по каждому участку имеет свои правила и особенности. Но есть определенная последовательность выполнения действий бухгалтером, составляющая бухгалтерскую процедуру. Ее можно представить в виде ряда этапов (рис. 32.1).

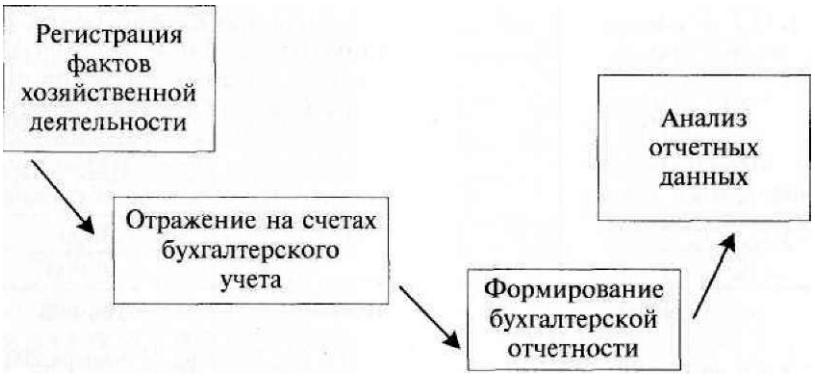


Рис.32.1. Содержание бухгалтерскойпроцедуры

Пример. Предприятие приобрело компьютер. Ввод в эксплуатацию основного средства оформляется первичным документом — актом приема-передачи по форме ОС-1. Документ включает **в** себя такие обязательные реквизиты, как номер, дату операции, наименования продавца **и** покупателя, сумму сделки, наименование основного средства.

Далее, **в** соответствии **с** правилами **бухгалтерского** учета, операция оформляется сложной проводкой **по** дебету счетов «Вложения во внеоборотные активы» и «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям» **и** кредиту счета «Расчеты с **поставщиками», а** затем **по** дебету счета «Основные средства» и кредиту счета «Вложения **во**внеоборотные активы» на сумму стоимости ОС. С месяца, следующего **за** вводом **в эксплуатацию** основного средства, его стоимость будет переноситься і і затраты предприятия путем начисления амортизации **с** применением избранного метода, например линейного.

При составлении **отчетности в** активе баланса предприятия будет отражена остаточная стоимость компьоп **ра,** а **в** пассиве на равную сумму отражена кредиторская задолженность перед поставщиками.

Анализ данных бухгалтерской **отчетности в** данном случае может предоставить информацию о стоимости основных средств предприятия, **о** наличии задолженности перед поставщиками материальных ценностей, о соотношении собственных и заемных средств предприятия и т.д.

32.6 Порядок учета хозяйственных операций (на примере производства тротуарной плитки)

ООО «Форкис» занимается производством тротуарной плитки **разнообразной** конфигурации и цветовой гаммы. Изделия изготавливаются методом холодного **вибролитья из** цементно-песчаной композиции **по** технологии научно-производственного предприятия НИИЖБ Госстроя России «Систром». **Приготовление** формовочной смеси осуществляется **в бетономешалках принудительного действия. Для** производства тротуарной **плитки** используются следующие основные материалы: цемент, строительный песок, **суперпластификатор,** пигменты и вода.

ООО «Форкис» арендует два помещения: под офис — **100** кв. м **и** под цех для производства плитки — 200 кв. м, из них 50 кв. м — неотапливаемое помещение для хранения песка и цемента. Арендная плата — 500 руб. за 1 кв. м в месяц в офисном помещении и 300 руб. за I кв. м — в производственном. Коммуначьные платежи **включены** в стоимость арендной платы. Транспортных средств ООО «Форкис» не имеет, поэтому вывоз плитки осуществляется транспортом покупателя или **клиенту** предлагаются услуги транспортной компании.

В ООО «Форкис» работают 15 человек. Административ но-уп раатенческий персонал состоит из шести сотрудников: генерального директора, главного бухгалтера, менеджера по продажам, менеджера по снабжению, заведующего складом, уборщицы. В цехе в одну смену работают девять человек: начальник цеха, два работника на бетономешалке, два работника на формовке, один работник на укладке плитки на поддоны, два на распалубке, один на мойке использованных форм. Система оплаты труда — сдельная для производственных рабочих и повременно-премиальная для административного персонала.

Рассмотрим хозяйственные операции ООО «Форкис» за I квартал 2004 г.

1. *Учет внеоборотных активов* включает в себя операции по созданию, приобретению, ремонту, выбытию объектов основных средств, нематериальных активов, долгосрочных финансовых вложений. Он охватывает в основном счета:

1 «Основные средства»;

2 «Амортизация основных средств»;

4 «Нематериальные активы»;

5 «Амортизация нематериальных активов»;

08 «Вложения во внеоборотные активы»;

19 «НДС по приобретенным ценностям»;

60 «Расчеты с поставщиками»;

Операции оформляются первичными документами «Акт приема-передачи основных средств» по форме ОС-1, «Акт приема отремонтированных основных средств» ОС-3, «Инвентарная карточка основного средства» ОС-6 и другими. В ООО «Форкис» приобретены бетономешалка и компьютер. Основные средства стоимостью менее 10 000 руб. относятся на затраты организации единовременно

в момент ввода в эксплуатацию. Операции по приобретению нашли следующее отражение в журнале хозяйственных операций:

Дебет	*Кредит*	*Сумма, руб.*	*Содержание операции*
08	60	30 508	Оприходована бетономешалка
19	60	5 492	Выделен НДС 18%
01	08	30 508	Введена в эксплуатацию бетономешалка
08	60	9 000	Оприходован компьютер
19	60	1 620	Выделен НДС 18%
01	08	9 000	Введен в эксплуатацию компьютер
26	01	9 000	Списано на затраты основное средство стоимостью до 10 000 руб.

Нематериальные **активы на балансе** ООО «Форкис» отсутствуют. Расходы на ремонт основных средств отражаются в учете в размере фактических затрат по мере возникновения.

2. *Учет затрат и готовой продукции* — наиболее сложный участок учета. Он охватывает производственный процесс — отпуск материалов в производство, учет оплаты труда, начисления амортизации основных средств, учет услуг производственного характера, оказанных сторонними организациями, исчисление себестоимости готовой продукции. Применяемые счета:

02 «Амортизация основных средств»;

10 «Материалы»;

20 «Основное производство»;

25 «Общепроизводственные расходы»;

26 «Общехозяйственные расходы»;

43 «Готовая продукция»:

69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению»;

70 «Расчеты с персоналом по оплате труда».

Приемка материалов оформляется приходным ордером по форме М-4 на основании документов, полученных от поставщика (накладной, счета-фактуры). Аналитический учет материалов ведется на складе в карточках учета материалов М-17. За данный период приобретены материалы на общую сумму 188 800 руб., в том числе НДС — 18% (цемент ПЦ500Д20, обогащенный песок, пластификатор МЗ, пигмент Bayefrrox). Отпуск со склада производится при наличии оформленного требования-накладной по форме М-11 или лимитно-заборной карты М-8. В производство отпущены материалы на общую сумму 100 000 руб.

Заработная плата производственных рабочих начисляется на основании накопительных нарядов, отчетов о выработке, путевых листов. За указанный период общая сумма начисленной заработной платы производственных рабочих составила 70 000 руб., сумма единого социального налога и взносов на страхование от несчастных случаев на производстве — 28 000 руб.

Учет прямых производственных расходов осуществляется на счете 20. Состав прямых и косвенных расходов организация определяет в учетной политике предприятия. В ООО «Форкис» к прямым расходам относятся заработная плата производственных рабочих и материальные расходы:

Дебет	*Кредит*	*Сумма, руб.*	*Содержание операции*
10	60	160 000	Оприходованы материалы
19	60	28 800	Выделен НДС 18%
20	10	100 000	Отпущены материалы в производство
20	70	70 000	Начислена заработная плата производственных рабочих
20	69	28 000	Начислен ЕСН и взносы НСиПЗ

Учет общепроизводственных расходов осуществляется на счете 25. В состав косвенных общепроизводственных расходов входят:

- ♦ амортизация производственного оборудования;
- ♦ арендная плата за производственные помещения;
- ♦ заработная плата цехового персонала;
- ♦ ЕСН по зарплате цехового персонала.

Основные средства и нематериальные активы переносят свою стоимость на производимую продукцию в течение длительного времени. Суммы начисленной амортизации относятся на затраты предприятия. В ООО «Форкис» амортизация начисляется линейным способом. Начисление производится ежемесячно в соответствии со сроком полезного использования, с месяца, следующего после ввода в эксплуатацию основного средства. За февраль — март сумма начисленной амортизации производственного оборудования (бетономешалки) составила 1271 руб.

Заработная плата цехового персонала составила 27 000 руб., ЕСН - 11 000 руб.:

Дебет	*Кредит*	*Сумма, руб.*	*Содержание операции*
25	02	1 271	Начислена амортизация за февраль — март 2004 г.
25	60	127 119	Арендная плата цеха за I квартал
19	60	22 881	Выделен НДС по арендной плате
25	70	27 000	Начислена заработная плата цехового персонала
25	69	11 000	Начислен ЕСН

Учет общехозяйственных расходов осуществляется на счете 26. К общехозяйственным расходам в ООО «Форкис» относятся:

- ♦ арендная плата за офисное помещение;
- ♦ амортизация основных средств общехозяйственного назначения;
- ♦ заработная плата административного персонала;
- ♦ ЕСН по зарплате административного персонала;
- ♦ услуги связи;
- ♦ канцелярские принадлежности.

Дебет	*Кредит*	***Сумма,*** *руб.*	*Содержание операции*
26	60	152 542	Арендная плата офиса за 1 квартал
19	60	27458	Выделен НДС по арендной **плате**
26	60	3 000	Услуги связи за 1 квартал
19	60	540	Выделен НДС по услугам связи
26	10	200	Списаны канцелярские товары
26	70	45 000	Начислена заработная плата административного **персонала**
70	68	17 400	Начислен налог на доходы физических лиц
26	69	22 000	Начислен ЕСН по зарплате административного персонала

Собранные по дебету счетов 25 и 26 общепроизводственные и общехозяйственные расходы в конце периода списываются в **дебет** счета 20 «Основное производство», формируя полную сумму затрат отчетного периода. Методом инвентаризации определяется сумма незавершенного производства (И - 5 l в цехе на конец периода. Затем, учитывая наличие остатков незавершенного производства на начало периода >. I \ .Ш,,,). рассчитывается себестоимость готовой продукции (СГП) (в нашем случае незавершенное производство на начало периода равно 0):

СГП - НЗП,ш+*Затраты* -НЭП^ = 0 + 5% 132 -6132= 590 ООО руб.

*Дебет *	*Кредит*	***Сумма,руб.***	*Содержание операции*
20	25	166 390	Списаны общепроизводственные расходы
20	26	231 742	Списаны общехозяйственные расходы
43	20	590 000	Оприходована на склад готовая продукция в количестве 590 кв. м тротуарной **плитки** (себестоимость I кв. м — 1000 руб.)

Формирование полной себестоимости готовой продукции можно наглядно увидеть через обороты счета 20 «Основное производство»:

Карточка счета 20 «Основное производство»

	Дебет	*Кредит*
Сальдо начальное	**0**	
Операции		
с кредита счета 10	100 000	
с кредита счета 70	**70** 000	
с кредита счета 69	**28** 000	
с кредита счета 25	**166** 390	
с кредита счета 26	**231 742**	
в дебет счета 43		**590** 000
Итого обороты	**596 132**	**590 000**
Сальдо конечное	**6 132**	

Согласно принятой учетной политике предприятие может формировать неполную себестоимость готовой продукции. В этом случае общехозяйственные расходы не участвуют в распределении затрат между готовой продукцией и незавершенным производством, а в конце отчетного периода списываются непосредственно в дебет счета 90 «Продажи».

3. *Учет денежных средств* предполагает операции по наличному и безналичному обращению денежных средств организации. Этот участок учета охватывает счета:

50 «Касса»;

51 «Расчетный счет»;

52 «Валютный счет».

Кассовые операции оформляются унифицированными документами по форме КО-1 «Приходный ордер» и КО-2 «Расходный ордер», фиксируются в

кассовой книге и журнале учета приходных и расходных ордеров. Основанием для проведения операций по расчетному счету являются платежные поручения, платежные требования, инкассовые поручения, аккредитив. В ООО «Форкис» за отчетный период получены денежные средства от покупателей в порядке предоплаты за продукцию, перечислены денежные средства поставщикам материалов, с расчетного счета поступали в кассу денежные средства на выплату заработной платы, проводились налоговые платежи:

20 Эк.

Дебет	*Кредит*	*Сумма, руб.*	*Содержание операции*
51	62	560 000	Получен аванс от покупателя
50	51	124 600	Сняты с расчетного счета денежные **средства** по чеку для выплаты заработной платы
70	50	124 600	Выплачена заработная плата сотрудникам
68	51	17 400	Перечислен **налог** на доходы физических лиц
69	51	61 000	Перечислены платежи по единому социальному налогу и **НСиПЗ**
60	51	400 000	Перечислена **оплата** поставщикам за материалы
68	19	61 017	Зачтен НДС при оплате поставщикам

4. *Учет финансовых вложений* подразумевает учет операций с ценными бумагами: акциями, векселями, депозитными сертификатами, облигациями. Для учета финансовых вложений в Плане счетов предусмотрен счет 58 «Финансовые вложения». Поступление оформляется проводкой по дебету этого счета, выбытие (реализация, погашение, обмен) — по кредиту.

1 февраля 2004 г. ООО «Форкис» разместило временно свободные денежные средства, приобретя депозитный сертификат с номиналом 500 000 руб. и процентной ставкой 6% годовых. При погашении сертификата 12 марта 2004 г. процентный доход составил 500 000 • 0,06 / 366 дней • 40 дней = 3279 руб.

Дебет	*Кредит*	*Сумма, руб.*	*Содержание операции*
58	76.5	500 000	Приобретен депозитный сертификат у банка
76.5	51	500 000	Перечислены денежные средства банку в оплату депозитного сертификата
91.2	58	500 000	Погашен депозитный сертификат
76.5	91.1	500 000	
51	76.5	500 000	
51	91.1	3 279	Получен процентный доход

5. *Учет расчетов* включает в себя расчеты с персоналом по оплате труда и прочим операциям, расчеты с поставщиками, покупателями, заказчиками, прочими дебиторами, кредиторами, по задолженности бюджету по налоговым платежам, по внутрихозяйственным расчетам и пр. Для ведения учета на данном участке используются следующие синтетические активно-пассивные счета:

60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»;

62 «Расчеты с покупателями и заказчиками»;

66 «Расчеты по краткосрочным кредитам и займам»;

67 «Расчеты по долгосрочным кредитам и займам»;

68 «Расчеты по налогам и сборам»;

70 «Расчеты по оплате труда»;

76 «Расчеты с прочими дебиторами и кредиторами».

Исходя из требований, предъявляемых к степени детальности информации, аналитический учет может включать в себя открываемые к каждому счету субсчета, систему субконто из нескольких уровней — учет по отдельным поставщикам, по операциям, осуществляемым в рамках отдельных договоров, выставленных счетов, видов операций. Дебетовое сальдо на конец периода по данным счетам составляет дебиторскую задолженность организации и отражается в активе баланса, кредитовое — соответственно кредиторскую задолженность, подлежащую отражению в пассиве баланса предприятия. Дебиторская и кредиторская задолженность предприятия подразделяется на краткосрочную (со сроком погашения до 1 года) и долгосрочную; в результате проведения анализа часть дебиторской задолженности может быть признана сомнительной к погашению.

6. *Учет финансовых результатов* предполагает определение прибыли или убытков от операций по реализации товаров или готовой продукции, по выбытию основных средств или прочего имущества, соотношению операционных и внереализационных доходов и расходов организации, исчисление налога на прибыль. Для сопоставления доходов и расходов по операциям реализации товаров и готовой продукции предназначен счет 90 «Продажи». По кредиту этого счета отражается сумма выручки с налогом на

добавленную стоимость, по дебету — сумма НДС, начисленного в момент реализации, себестоимость готовой продукции и расходы на продажи (рекламные расходы, затраты на упаковку, на маркетинговые исследования):

Дебет	*Кредит*	*Сумма, руб.*	*Содержание операции*
62	90	560 000	Реализована продукция покупателям (400 кв. м тротуарной плитки по цене 1400 руб.)
90	68	85 424	Начислен НДС с выручки 18%
90	43	400 000	Списана себестоимость реализованной продукции (400 кв. м по 1 000 руб.)
90	99	74 576	Финансовый результат от продаж

В ООО «Форкис» вся изготовленная продукция реализуется в том же отчетном периоде. У предприятия нет складского помещения, продукция производится «под заказ».

Для сопоставления прочих доходов и расходов организации предназначен счет 91. По кредиту этого счета находят отражение операционные и внереализационные доходы предприятия, по дебету — одноименные расходы. На счете 99 после начисления налога на прибыль выявляется окончательный финансовый результат деятельности — чистая прибыль предприятия:

Дебет	*Кредит*	*Сумма, руб.*	*Содержание операции*
91	51	2 000	Оплачены услуги банка
91	99	1 279	Финансовый результат от прочих операций 3 2 7 9-2 0 0 0= 1279 руб.
99	68	18 205	Начислен налог на прибыль по ставке 24% 74 576 + 1279 = 75 855 руб. 75 855 -0,24= 18 205 руб.
99	84	57 650	Чистая прибыль предприятия 7 5 8 5 5 - 1 8 205 = 57 650 руб.

32.7 Основные формы отчетности

ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» определяет общие требования к составлению бухгалтерской отчетности в РФ: достоверность, полноту данных, нейтральность информации, включение в отчетность данных о деятельности всех подразделений организации, последовательность в выборе способов формирования отчетных показателей

от одного периода к другому, приведение данных не менее чем за два периода деятельности — отчетный и предшествующий отчетному.

Основными формами бухгалтерской отчетности названы: баланс, Отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств, пояснительная записка.

Баланс. Составление баланса предприятия предусматривает прежде всего проведение инвентаризации имущества и обязательств, что включает в себя сверку взаиморасчетов с основными поставщиками и покупателями, инвентаризацию финансовых вложений, материальных ценностей, выявление отклонений от учетных данных и корректировку путем внесения исправительных или дополнительных записей в журнал хозяйственных операций.

Далее проводятся определенные регламентные операции, осуществляемые в конце отчетного периода: начисление амортизации по основным средствам и нематериальным активам, перераспределение затрат на счетах производственного учета, списание расходов будущих периодов, переоценка валютных ценностей и обязательств, закрытие операционных и результатных счетов, начисление налогов, определение финансового результата деятельности.

Заполняется форма баланса, разработанная в соответствии со спецификой деятельности предприятия. Приказом Министерства финансов РФ № 67н от 22.07.03 утверждены лишь рекомендованные формы отчетности. Баланс заполняется в выбранной денежной единице измерения — тыс. руб. или млн руб. Отчетным периодом является финансовый год с 1 января до 31 декабря. По итогам одного квартала, одного полугодия и девяти месяцев составляется промежуточная отчетность. В балансе происходит сопоставление данных об имуществе и обязательствах организации на начало и конец отчетного периода. Таким образом, заполняя форму баланса за год, мы используем в ней сведения об остатках по бухгалтерским счетам по состоянию на 1 января и 31 декабря. Срок составления баланса — 30 дней после окончания квартала и 90 дней после окончания отчетного года.

Баланс ООО «Форкис» за I квартал 2004 г. приведен в приложении к главе.

Отчет о прибылях и убытках. В ПБУ 4/99 также определены основные принципы построения Отчета о прибылях и убытках:

- ♦ расчет финансового результата методом брутто, т.е. без взаимозачета статей доходов и расходов (в отличие от сальдового метода);
- ♦ детализация доходов и расходов по их видам;
- ♦ детализация затрат предприятия по функциям управления (затраты в производстве, управлении, сбыте);
- ♦ отражение доходов и расходов по принципу начислений.

Объем продаж, один из основных показателей Отчета о прибылях и убытках, в сравнении с предыдущими периодами может выявить стабильность, агрессивность или затруднения в политике продаж предприятия. Немаловажно рассматривать этот показатель в отношении к общему уровню продаж в отрасли, в

которой действует предприятие. Отчет о прибылях и убытках предприятия может стать основой расчета различных финансовых коэффициентов. Динамика их изменения в сравнении реальных показателей отчетного года и условных показателей предшествующих лет покажет изменение финансового состояния за счет внутренних показателей деловой активности предприятия. Чистая прибыль предприятия, итоговый показатель Отчета о прибылях и убытках, позволяет рассчитать долю дохода, приходящуюся на одну акцию акционерного общества или подлежащую распределению между учредителями общества с ограниченной ответственностью.

Отчет о движении денежных средств характеризует **наличие,** поступление и расходование денежных средств предприятия в разрезе текущей, инвестиционной и финансовой деятельности.

Прочие **пояснения к бухгалтерскому балансу** должны раскрывать сведения, относящиеся к учетной политике предприятия, и обеспечивать пользователей бухгалтерской отчетности сведениями, необходимыми для реальной оценки финансового положения предприятия, финансовых результатов его деятельности и изменений в его финансовом положении.

Выводы

1. Учет организует потоки экономической информации, возникающие в процессе деятельности предприятия. Особая роль среди различных видов учета отводится бухгалтерскому учету.
2. Ведение бухгалтерского учета регламентируется нормативными документами на законодательном уровне. Важное значение при этом имеет учетная политика, формируемая самим предприятием.
3. Бухгалтерская процедура состоит из нескольких этапов: сплошное документирование хозяйственных операций, регистрация их на счетах бухгалтерского учета с применением двойной записи, инвентаризация активов и обязательств.
4. Составление форм бухгалтерской отчетности — баланса. Отчета о прибылях и убытках, отчета о движении денежных средств является заключительным этапом бухгалтерской процедуры.
5. Данные, представленные в бухгалтерской отчетности, позволяют получить информацию о финансовом состоянии предприятия, финансовых результатах его деятельности и потенциальных возможностях.

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое бухгалтерский учет и каковы его задачи?
2. Приведите сравнительную характеристику бухгалтерского, управленческого и налогового учета.
3. С какой целью составляется отчетность организации? Каков ее состав?
4. Определите нормативную базу бухгалтерского учета и направления его реформирования.
5. Каково содержание элементов метода бухгалтерского учета?

6. В чем состоит сущность бухгалтерской процедуры?
7. Что такое бухгалтерский счет и в чем состоит его предназначение?
8. Какую информацию содержат бухгалтерский баланс, Отчет о прибылях и убытках и пояснительная записка?

Приложение к главе 32

БУХГАЛТЕРСКИМ БАЛАНС
31 марта 200 4 г.

			КОДЫ
ООО **"Форкис"**		ИНН	0710001
Идентификационный номер налогоплательщика			
Вид деятельности производство строительных материалов		по ОКВЭД	20041 03 | 31
Организация Форма № I но ОКУД Дата **(год,** месяц, число)			
по ОКПО			
Организационно-правовая форма/форма собственности			
ООО/частная		по ОКОПФ/ОКФС	
Единица измерения: тыс. руб./млн. руб. (ненужное зачеркнуть)		по ОКЕИ	384/385
Местонахождение (адрес)	г.Москва, ул.Строителей. д.12		

Дата утверждения Дата отправки (принятия)

АКТИВ	Код показателя	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2	3	4
1. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Нематериальные активы	ПО		
Основные средства	120		29
Незавершенное строительство	130		
Доходные вложения в материальные ценности	135		
Долгосрочные финансовые вложения	140		
Отложенные налоговые активы	145		
Прочие внеоборотные активы	150		
ИТОГО по разделу **I**	190		29
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	210		256
в том числе:			
сырье, материалы и другие аналогичные ценности			60
животные на выращивании и откорме			
затраты в незавершенном производстве			6
готовая продукция и товары для перепродажи			190
товары отгруженные			
расходы будущих периодов			
прочие запасы и затраты			
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220		26
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты)	230		
в том числе покупатели и заказчики			
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	50	50
в том числе покупатели и заказчики			
Краткосрочные финансовые вложения	250		
Денежные средства	260	50	8
Прочие оборотные активы	270		
ИТОГО по разделу II	290	100	340
БАЛАНС	300	100	369

Продолжение приложения

ПАССИВ	Код показателя	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2	3	4
UL КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставный капитал	410	100	100
Собственные акции, выкупленные у акционеров		(-)	(-)
Добавочный капитал	420		
Резервный капитал	430		
в том числе:			
резервы, образованные в соответствии с законодательством			
резервы, образованные в соответствии с учредительными документами			
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470		**58**
ИТОГО по разделу **III**	490	100	158
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты	510		
Отложенные налоговые обязательства	515		
Прочие долгосрочные обязательства	520		
ИТОГО по разделу IV	590		
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты	610		
Кредиторская задолженность	620		211
в том числе:			
поставщики и подрядчики			169
задолженность перед персоналом организации			
задолженность перед государственными внебюджетными фондами			
задолженность по налогам и сборам			42
прочие кредиторы			
Задолженность перед участниками (учредителями) по выплате доходов	630		
Доходы **будущих** периодов	640		
Резервы предстоящих расходов	650		
Прочие краткосрочные обязательства	660		
ИТОГО по разделу V	690		211
БАЛАНС	700	100	369
Справка о наличии ценностей, учитываемых на забалансовых счетах			
Арендованные основные средства			
в том числе по лизингу			
Товарно-материальные ценности, принятые на ответственное хранение			
Товары, принятые на комиссию			
Списанная и убыток задолженность неплатежеспособных дебиторов			
Обеспечения обязательств и платежей полученные			
Обеспечения обязательств и платежей выданные			
Износ жилищного фонда			
Износ объектов внешнего благоустройства и других аналогичных объектов			
Нематериальные активы, полученные в пользование			

Руководитель Костров А.М. Главный бухгалтер Цветкова Т.П.

(расшифровки подписи) **(расшифро**

Продолжение приложения

2S 200 4 г .

Продолжение приложения

Форма 0710002 с. 2

РАСШИФРОВКА ОТДЕЛЬНЫХ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ

Показатель		За отчетный период		За аналогичный период предыдущего года	
наименование	код	прибыль	убыток	прибыль	убыток
1	2	3	4	5	6
Штрафы, пени и неустойки, признанные или по которым получены решения суда (арбитражного суда) об их взыскании					
Прибыль (убыток) прошлых лет					
Возмещение убытков, причиненных неисполнением или ненадлежащим исполнением обязательств					
Курсовые разницы по операциям в иностранной валюте					
Отчисления в оценочные резервы		X		X	
Списание дебиторских и кредиторских задолженностей, по которым истек срок исковой давности					

Руководитель Костров А.П. Главный бухгалтер Цветкова Т.Н.
(подпись) (расшифровка подписи) (подпись) (расшифровка подписи)

2 8 " _____апреля
200 4 г.

Окончание приложения

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ

за 1 квартал 200 4 г.

		КОДЫ
	Форма *№ 2* по **ОКУД** Дата **(год,** месяц, число)	0710002
_____	по ОКПО	2ОО4J 03 I 31
Организация_ **ООР "Форкис"**	**Идентификационный** номер налогоплательщика	**ИНН**
Вид деятельности **производство строительных материалов**		**по ОКВЭД**
Органи шционно -правовая форма/фор ма **собственности** _____ **ООО/частная**		_но **ОКОПФ/ОКФС** по
Единица **измерения: тыс.** руб./млн. руб. (ненужное зачеркнуть)		**ОКЕИ**

Показатель		'iaотчетный период	За аналогичный период предыдущего года
наименование	код		
1	2	3	4
Доходы и расходы но обычным видам деятельности			
Выручка (нетто) **от** продажи товаров, продукции, работ. акцизов и аналогичных обязательных платежей)		475	
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг		(400)	(-)
Валовая прибыль		75	
Коммерческие расходы		(-)	(-)
Управленческие расходы		(-)	(-)
Прибыль (убыток) от продаж		75	
Прочие доходы и расходы Проценты **к** получению		3	
Проценты к уплате		(-)	(-)
Доходы 01 участия в других организациях			
Прочие операционные доходы			
Прочие операционные расходы		(2)	(-)
Внереализационные доходы			
Внереализационные расходы		(-)	(-)
Прибыль (убыток) до налогообложения		76	
Отложенные налоговые активы			
Отложенные налоговые **обязательства**			
Текущий налог на прибыль		(18)	(-)
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода		58	
СПРАВОЧНО Постоянные налоговые **обязательства** (активы)			
Базовая прибыль **(убыток)** на акцию			
Разводненная прибыль (убыток) на акцию			

Глава 33

Аналитическая деятельность на предприятии

33.1 Информационная основа анализа деятельности предприятия

Аналитическая работа касается всех сторон финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Содержанием аналитической деятельности является глубокое и всестороннее изучение экономической информации о функционировании анализируемого хозяйствующего субъекта в целях принятия оптимальных управленческих решений.

Экономический анализ базируется на разнообразной исходной информации, которую можно рассматривать как систему потоков нормативных, статистических, бухгалтерских и оперативных сведений, первичной документации, а также информации, разрабатываемой специализированными фирмами. Все источники информации делятся на официальные, нормативно-плановые, учетные и внеучетные.

Основным источником информации об устойчивости финансового состояния партнера является *бухгалтерская отчетность.* В рыночной экономике отчетность организации базируется на обобщении данных бухгалтерского учета и выступает информационным звеном, связывающим организации с обществом и их партнерами, которые являются пользователями информации об их деятельности.

Анализ бухгалтерского отчета имеет свои источники, цель и методику. Источниками информации служат формы отчета (включая приложения), а также сведения, привлекаемые из самого учета, когда такой анализ проводится внутри предприятия.

Цель анализа бухгалтерского отчета — возможно глубже заглянуть во внутренние и внешние отношения хозяйствующего субъекта, выявить его финансовое положение, его платежеспособность и доходность. Анализ должен показать руководству предприятия картину его действительного состояния, а лицам, непосредственно не работающим на данном предприятии, но заинтересованным в его финансовом состоянии, предоставить сведения, необходимые для беспристрастного суждения, например, о рациональности использования вложенных в предприятие дополнительных инвестиций и т.п.

Бухгалтерский баланс представляет собой способ экономической группировки и обобщения имущества организации по составу и размещению, а также по источникам его формирования (собственные и заемные обязательства), выраженным в денежной оценке.

Баланс организации знакомит собственников, менеджеров и других лиц, связанных с управлением, с имущественным состоянием хозяйствующего субъекта. Из баланса ясно, чем собственник владеет, т.е. каков в количественном и качественном отношении запас- материальных средств, которым предприятие способно распоряжаться, и кто принимал участие в создании этого запаса. По балансу определяют, сумеет ли предприятие в ближайшее время выполнить свои обязательства перед третьими лицами — акционерами, инвесторами, кредиторами, покупателями, продавцами и другими или ему угрожают финансовые затруднения.

На основе данных баланса определяют конечный финансовый результат работы предприятия в виде наращивания собственного капитала за отчетный период, который отражается в виде чистой прибыли в пассиве баланса.

Любой бухгалтерский баланс представляет состояние имущественной массы как группировку разнородных имущественных средств (матери&чьных ценностей, находящихся в непосредственном владении хозяйства) и прав на эти ценности и одновременно как капитал, образованный волей определенных хозяйствующих субъектов (предпринимателей, инвесторов, банков и др.) (рис. 33.1). Баланс отражает состояние хозяйства в денежной оценке.

33.2 Общая оценка бухгалтерского баланса

Как видно из схемы, важнейшим элементом баланса является актив, который отражает совокупность имущественных средств хозяйствующей единицы. В международных стандартах финансовой отчетности (МСФО) активы трактуются более широко: это ресурсы, контролируемые предприятием, получаемые в результате событий прошлых периодов, от которых предприятие ожидает **экономических** выгод в будущем.

Чтобы быть включенными в актив, хозяйственные ресурсы должны: приносить экономическую выгоду (доходы, прибыль, деньги) в будущем; находиться в распоряжении хозяйствующего субъекта, который мог бы их беспрепятственно задействовать по собственному усмотрению или продать; являться результатом ранее осуществленных хозяйствующим субъектом сделок, т.е. пригодным к использованию в данный момент, а не быть на стадии изготовления или доставки в рамках соответствующего договора. В состав актива включаются имущество и права.

АКТИВ
Составные части имущества

Нематериальные активы

x
Основные средства

Долгосрочные вложенияи материальные ценности

g -
X
m
Финансовые вложения

Сырье, материалы, топливо и др.

Затраты в незавершенномпроизводстве
Готовая продукция. Товары

Расходы будущих периодов

с
ф
Дебиторы

Векселяк получени ю

Ценные бумаги

Наличные деньгив кассе

Собственность отдельногохо зяйствующег осубъекта
J

ПАССИВ
Источники капитала

Уставный капитал

Добавочный капитал

Резервный капитал

Чужие обя-зательства и олсщеадвлеН-Н ыепени ости
Нераспределенная прибыль

Кредиторскаяза долженностьпос тавщикам(товар ные долги)

Вексельные долги(векселя к уплате)

Кредиты банка

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС



Рис. 33.1. Схема бухгалтерского баланса

К имуществу относятся различные предметы, имеющие хозяйственную ценность в силу своих физических свойств (деньги, товары, материалы, строения, машины, оборудование). Права делятся на овеществленные и неовеществленные. Овеществленные связаны с владением какой-либо ценной бумагой, дающей право на получение некоторых ценностей (векселями, чеками, облигациями, акциями и т.п.). К неовеществленным правам относятся: долговые требования в виде различных видов дебиторской задолженности и др., исключительные права, например патент, лицензия, право на фирменный знак и прочие права, вытекающие из незаконченных хозяйственных операций, например вперед произведенные затраты или еще не полученные доходы. В активе также различают недвижимое и движимое имущество, паи и акции в других предприятиях (долгосрочные финансовые вложения), оборотные активы.

Перечисление всех составных групп частей актива, количественно измеренных и оцененных, отражается в соответствующих статьях бухгалтерского баланса. Число и название этих статей должно быть таким, чтобы, с одной стороны, можно было судить о характере разнообразных средств хозяйствующего субъекта, его хозяйственных операциях и о характере его юридических отношений к ряду контрагентов, с другой — чтобы можно было установить их относительное участие в общем обороте средств.

При определении актива чужие ценности, временно находящиеся во владении хозяйствующего субъекта, например переданные на хранение ценные бумаги или переданные для продажи товары и др., должны быть в учете обособлены. Поэтому не случайно МСФО считают актив одним из основных элементов бухгалтерской отчетности.

Статьи актива располагаются по определенной системе, в основе которой лежит степень ликвидности, т.е. прямая зависимость от того, как быстро данная часть имущества приобретает в хозяйственном обороте денежную форму. В отечественном балансе актив строится в порядке возрастающей ликвидности, т.е. в разделе I баланса показывается недвижимое имущество, которое практически до конца своего существования сохраняет первоначальную форму (так называемые срочные вложения). Здесь же показывается оборотное имущество предприятия: запасы сырья, материалов, топлива и энергии, незавершенное производство, расходы будущих периодов, а также чужие обязательства и денежные средства (так называемые оборотные активы).

Пассив баланса показывает, во-первых, какие средства (капитал) вложены в хозяйственную деятельность предприятия и, во- вторых, кто и в какой форме участвовал в создании имущественной массы предприятия. Пассив баланса определяется как обязательства за полученные предприятием ресурсы (активы).

В отличие от прежней трактовки пассива как «источника образования и размещения средств предприятия» в рыночной экономике пассив в большей мере определяется как обязательства за полученные ценности (услуги) или требования (обязательства) на полученные организацией ресурсы (активы).

В международных стандартах финансовой отчетности *«Обязательства»* рассматриваются как второй элемент финансовой отчетности — реальная задолженность организации, существующая на отчетную дату, погашение которой вызывает уменьшение экономической выгоды в виде оттока ресурсов.

Важным моментом является группировка обязательств по субъектам: одни из них являются обязательствами перед собственниками хозяйства, другие — перед третьими лицами (кредиторами, банками и др.). Такое деление имеет важное значение при определении срочности погашения обязательств, другими словами, изымаемое™ источников средств. Обязательства перед собственником составляют практически постоянную часть баланса; например, уставный капитал не подлежит погашению за время деятельности хозяйствующего субъекта. Обязательства же второго вида (заемные средства) имеют ту или иную срочность погашения и, таким образом, периодически становится известной часть средств, имеющих своим источником эти обязательства.

Обязательства перед собственниками в свою очередь подразделяются на два вида. Одни возникают в силу первоначального взноса собственника при открытии хозяйства и от последующих дополнительных взносов, но взносов извне, ни в какой мере не связанных с внутренними процессами хозяйства; такие источники называются уставным капиталом. Другие обязательства перед собственниками — те, что являются накоплением части полученной прибыли. Эта часть обязательств находит отражение в статьях пассива баланса «Резервный капитал», «Добавочный капитал», «Нераспределенная прибыль». Оба вида обязательств перед собственником объединяются общим понятием *«собственный капитал».* Последний, как отмечалось выше, состоит из двух основных частей: капитал, который организация получает от акционеров, пайщиков, и капитал, который она генерирует в процессе своей деятельности. Такая детализация собственного капитала имеет большое практическое значение.

Внешние обязательства (долги) подразделяются на долгосрочные и краткосрочные, их принято называть *заемным капиталом.* С хозяйственной точки зрения внешние обязательства — это источник имущества (актива), с юридической — долг хозяйствующего субъекта. Статьи пассива баланса группируются, как и в активе, по степени срочности возврата обязательств. В отечественной практике статьи пассива располагаются по возрастающей срочности возврата. Первое место занимает уставный капитал, за ним следуют остальные статьи.

В международной практике особо выделяется понятие «собственные средства» (собственный капитал), которое трактуется еще как чистое имущество, представляющее собой остаток всего имущества организации за вычетом внешних обязательств. Собственный капитал — это остаток всего капитала (итог пассива) минус заемный капитал (внешние обязательства). Так как актив равен пассиву (последний следует понимать в широком смысле), чистое имущество и собственный капитал — тождественные понятия.

Показатель «чистые активы» — новый для российских предприятий. Его появление связано с введением в действие Гражданского кодекса Российской Федерации и содержащимся в нем требованием сравнения показателя чистых активов с суммой уставного капитала.

Чистые активы — это величина, определяемая вычитанием из суммы активов предприятия суммы его внешних обязательств.

Существует тесная взаимосвязь между активом и пассивом баланса (рис. 33.2), так как в процессе производственной деятельности идет постоянная трансформация отдельных элементов актива и пассива баланса. Каждая группа пассива функционально связана с определенной частью актива баланса. Например, краткосрочные кредиты предназначены для пополнения оборотных средств. Некоторая часть долгосрочных обязательств финансирует как оборотные, так и внеоборотные активы. Такое же взаимодействие наблюдается и в случае погашения внешних обязательств. Считается, что у нормально функционирующей организации оборотные активы должны превышать краткосрочные обязательства, т.е. часть оборотных активов погашает краткосрочные обязательства, другая часть погашает долгосрочные обязательства, оставшаяся идет на пополнение собственного капитала (становится собственностью владельца организации).



Рис. 33.2. Взаимосвязь актива и пассива баланса

В последнее время внесены существенные изменения в содержание как баланса, так и Отчета о прибылях и убытках; они в большей мере приближены к требованиям международных стандартов бухгалтерского учета. Изменилась и методика анализа баланса и финансового состояния по сравнению с ранее действующей. Рыночная экономика предъявила требования к анализу целой системы новых показателей финансового состояния и доходности предприятий.

Важнейшими *задачами* анализа финансового состояния являются:

- ♦ определение платежеспособности и ликвидности предприятия;
- ♦ изучение структуры источников средств предприятия;
- ♦ определение доходности предприятия.

Рассмотрим эти вопросы в последующих параграфах, используя приведенные в гл. 32 формы обязательной финансовой (бухгалтерской) отчетности условного предприятия: «Бухгалтерский баланс» и «Отчет о прибылях и убытках».

Бухгалтерский баланс является основным источником информации для анализа финансового состояния предприятия. На практике применяется структурно-динамический анализ с помощью составления уплотненного баланса.

Таблица 33.1. ***Динамика***

Актив	*На начало года*	*На конец года*	*Изменение (+ , -)*	*Пассив*	*На начало года*	*На конец года*	*Изменение (+ . -)*
Раздел I Внеоборотные активы	112 460	116 320	+ 3860	Раздел III Капитал и резервы	133 960	138 980	+5020
То же, % к итогу	67,3	61,1	-6,2	То же, % к итогу	80,2	72,9	-7,3
Раздел II Оборотные активы	54 540	74 260	+ 19 720	Раздел IV Долгосрочные обязательства			
То же, % к итогу	32,7	38,9	+6,2	То же, % к итогу			
				Раздел V Краткосрочные обязательства	33 040	51 600	+ 18 560
				То же, % к итогу	19,8	27.1	+7,3
Валюта баланса, всего	167 000	190 580	+23 580	Валюта баланса, всего	167 000	190 580	+23 580
То же, % к итогу	100,0	100,0	—	То же, % к итогу	100,0	100,0	

Данные таблицы показывают, что общий оборот хозяйственных средств, т.е. активов, против начала года увеличился на 23 580 тыс. руб., или на 14,1% (190 580 : 167 000 100 — 100), что относится к положительным факторам развития производства. Но за этот же период также увеличились и обязательства предприятия. Особое внимание обращает на себя снижение собственного капитала и увеличение краткосрочных обязательств на 7,3% в валюте баланса.

33.3 Платежеспособность предприятия

Важными критериями в оценке финансового положения предприятия служат платежеспособность и ликвидность.

Платежеспособность предприятия определяется его возможностью и способностью своевременно погашать свои внешние обязательства. Следовательно, предприятие считается платежеспособным, если сумма оборотных активов (запасов, денежных средств, дебиторской задолженности и других активов) больше или равна его внешней задолженности (обязательствам). В приведенном балансе (см. приложение к гл. 32) оборотные активы составили:

на начало года — 54 540 тыс. руб.; на

конец года — 74 260 тыс. руб.

Внешняя задолженность предприятия определяется по данным IV и V разделов пассива баланса. К ней относятся долгосрочные и краткосрочные кредиты и вся кредиторская задолженность.

В составе раздела V пассива баланса «Краткосрочные обязательства» присутствуют отдельные статьи («Доходы будущих периодов», «Резервы предстоящих расходов и платежей»), не имеющие отношения к заемным средствам предприятия. Так, источником образования доходов будущих периодов является прибыль предприятия; резервы предстоящих расходов и платежей формируются за счет себестоимости продукции. Поэтому для получения обоснованной информации о размерах внешних обязательств предприятия указанные статьи баланса должны быть исключены из общего итога раздела V пассива. В нашем примере внешние обязательства на начало года составят 32 180 тыс. руб. (33 040 — 700 — 160), на конец года - 46 680 тыс. руб. (51 600 - 4800 - 120).

Сравнивая оборотные активы с внешними обязательствами, отметим, что анализируемое предприятие платежеспособно, поскольку на начало и на конец года оборотные активы больше обязательств. Однако наличие запасов на предприятиях не означает реальной платежеспособности, так как запасы незавершенного производства, готовой продукции и других товарно-материальных ценностей при банкротстве предприятия могут оказаться труднореализуемыми или вообще неликвидными для погашения внешних долгов.

Многие банки в целях получения более достоверной информации о запасах корректируют их размер в сторону уменьшения в зависимости от характера хозяйственной деятельности предприятия, тем самым приближая балансовые остатки к реально реализуемым запасам.

Ликвидность предприятия определяется наличием у него ликвидных средств и отражает способность в любой момент совершать необходимые расходы.

Платежеспособность и ликвидность как экономические категории не тождественны, но в практической деятельности они тесно связаны между собой.

Главная задача оценки ликвидности баланса — определить размер покрытия обязательств предприятия его активами, срок превращения которых в денежную форму (ликвидность) соответствует сроку погашения обязательств (срочности возврата).

Для проведения анализа актив и пассив баланса группируются (рис. 33.3) по степени:

♦ убывания ликвидности (актив);

♦ срочности оплаты (погашения) (пассив).

В зависимости от скорости превращения в денежные средства (ликвидности) активы разделяют на следующие группы.

А1 — наиболее ликвидные активы. К ним относятся денежные средства организации и краткосрочные финансовые вложения (стр.260 + стр. 250).

А2 — быстрореализуемые активы. Дебиторская задолженность и прочие активы (стр. 230 + стр. 240 + стр. 270).

А3 — медленнореализуемые активы. К ним относятся статьи из раздела II баланса «Оборотные активы» (стр. 210 + стр. 220).

А4 — труднореализуемые активы. Это статьи раздела I баланса «Внеоборотные активы» (стр. 190).

Группировка пассивов происходит по степени срочности их возврата.

Ш — наиболее срочные обязательства. К ним относятся статьи «Кредиторская задолженность» (стр. 620).

П2 — краткосрочные обязательства. Статьи «Заемные средства» и другие статьи раздела V баланса «Краткосрочные обязательства» (стр.610 + стр. 630 + стр. 660).

П3 — долгосрочные обязательства. Долгосрочные кредиты и заемные средства (стр. 590).

П4 — собственный капитал и другие постоянные пассивы (стр.490 + стр.640 + стр.650).

При определении ликвидности баланса группы актива и пассива сопоставляются между собой (рис. 33.3).

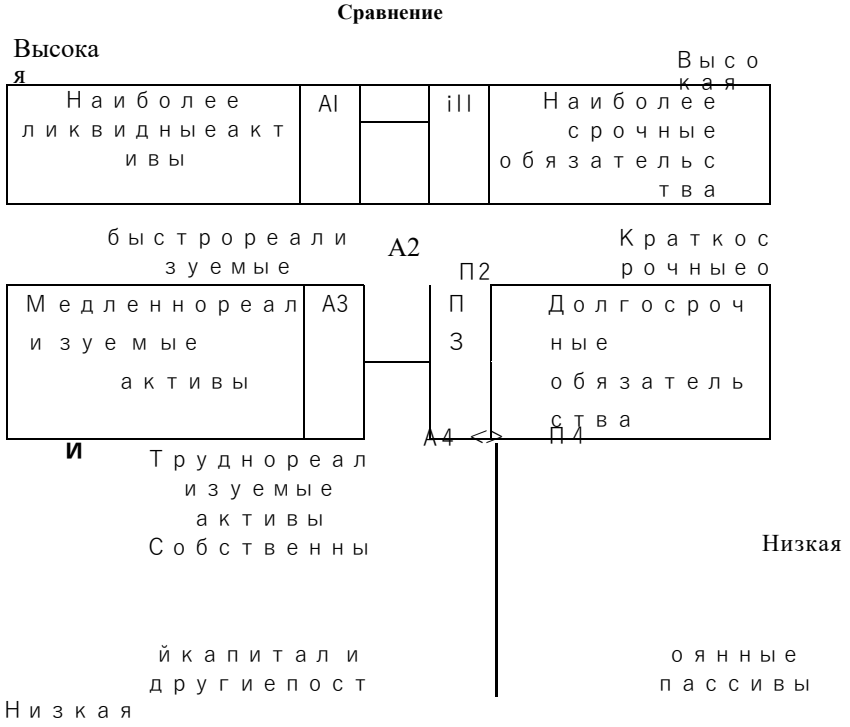


Рис. 33.3. ***Группировка*** *активов по степени их ликвидности и обязательств по срочности их* ***оплаты***

Условия абсолютной ликвидности баланса:

$$A1 \geq П1;\ A2 \geq П2,\ АЪ \geq ПЪ,\ A4 \leq П4.$$

Первые три неравенства означают необходимость соблюдения неизменного правила ликвидности — превышения активами обязательств. Четвертое неравенство говорит о том, что величина собственного капитала и других видов постоянных пассивов должна быть достаточна по стоимости или даже быть больше стоимости труднореализуемых активов. Это означает, что за счет собственных средств предприятия должны быть полностью сформированы внеоборотные активы и частично (не менее 10%) покрыта потребность в оборотных активах.

Для проведения и анализа оценки обеспеченности оборотных активов собственными средствами по данным баланса рекомендуется рассчитывать следующие показатели на начало и конец периода:

- наличие собственных оборотных средств

$$СОС = СК - ВА \text{ (стр. 490 - стр. 190)};$$

- коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами (нормативное значение 0,1)

ОА

где СК — собственный капитал (стр. 490);

ВА — внеоборотные активы (стр. 190);

ОА — оборотные активы (стр. 290).

Чистый оборотный капитал предприятия — это абсолютный показатель, с помощью которого можно оценить ликвидность предприятия, а по его изменению проследить динамику платежеспособности.

Чистый оборотный капитал определяется как разница между всеми оборотными активами и краткосрочными обязательствами (рис. 33.4):

Чистый оборотный капитал = Оборотные активы − Краткосрочные обязательства

В рассматриваемом балансе чистый оборотный капитал составил:

на начало года 54 540 - 32 180 = 22 360 тыс. руб.;

на конец года 74 260 — 46 680 = 27 580 тыс. руб.

Сравнение показывает рост чистого оборотного капитала:

27 580 - 22 360 тыс. руб. = 5220 тыс. руб.

Источниками образования чистого оборотного капитала является увеличение чистого дохода, акционерного капитала, долгосрочных обязательств и др. Наиболее надежным партнером считается предприятие со значительным размером оборотного капитала, поскольку оно может отвечать по своим обязательствам, расширять масштабы своей деятельности.

Если оборотные активы значительно выше краткосрочных обязательств, можно сделать вывод, что предприятие располагает значительным объемом свободных ресурсов, формируемых из собственных источников.

В странах с развитой рыночной экономикой принято считать, что чистый оборотный капитал должен составлять половину краткосрочных обязательств Привлечение заемных средств для осуществления хозяйственной деятельности предприятия может иметь разную эффективность, которая зависит от рационального формирования структуры используемых источников средств. Рыночные условия хозяйствования заставляют предприятия иметь возможность срочно возвратить краткосрочные долги в любой период времени.

Предприятие считается ликвидным, если оно в состоянии выполнить свои краткосрочные обязательства, реализуя оборотные ак

тивы. Основные средства, если они не приобретаются в целях дальнейшей перепродажи, в большинстве случаев не могут быть источниками погашения текущей задолженности.

Предприятие может быть ликвидным в большей или меньшей степени в зависимости от структуры оборотных активов, от соотношения легко- и труднореализуемых оборотных средств для погашения внешней краткосрочной задолженности.

В практике аналитической работы используют систему показателей ликвидности. Рассмотрим важнейшие из них.

Коэффициент текущей ликвидности характеризует общую обеспеченность предприятия оборотными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств предприятия. Коэффициент текущей ликвидности *К* рассчитывается как отношение фактической суммы оборотных активов предприятия к сумме срочных обязательств:

УП-(стр. 640 + стр. 650 + стр. 660)

где ПА — итог раздела II актива баланса;

УП — итог раздела V пассива баланса.

Этот коэффициент согласно Методическим положениям должен иметь значение не менее 2, хотя ряд экономистов считают это явно завышенным.

В рассматриваемом балансе коэффициент текущей ликвидности

на начало года

$$K_{н} = \frac{54\,540}{33\,040 - 700 - 160} = \frac{54\,540}{32\,180} = 1,69;$$

на конец года

$$K_{к} = \frac{74\,260}{51\,600 - 4800 - 120} = \frac{74\,260}{46\,680} = 1,59.$$

Такое значение показателей свидетельствует о неудовлетворительной структуре баланса предприятия, которому необходимо принять меры по восстановлению платежеспособности.

Коэффициент срочной ликвидности определяется как отношение денежных средств, стоимости ценных бумаг и дебиторской задолженности (раздел II актива) к краткосрочным обязательствам (раздел V пассива баланса). Этот коэффициент показывает, какая часть текущих обязательств может быть погашена не только за счет наличности, но и за счет ожидаемых поступлений за отгруженную продукцию, выполненные работы или оказанные услуги. Нормальным значением для этого коэффициента считается соотношение 1:1.

В нашем балансе коэффициент срочной ликвидности на начало года:

Полученные коэффициенты еще раз подтверждают неблагополучное финансовое положение предприятия, так как оно не в состоянии своевременно оплатить свои счета.

Коэффициент абсолютной ликвидности исчисляется как отношение денежных средств и быстрореализуемых ценных бумаг (раздел II актива) к краткосрочной задолженности (итог раздела V пассива — стр. 640, 650, 660). Он показывает, какая часть текущей задолженности может быть погашена на дату составления баланса или другую конкретную дату.

По данным нашего баланса сумма денежных средств на начало периода составила 10 320 тыс. руб., на конец периода — 1920 тыс. руб.

Краткосрочная задолженность на начало отчетного периода составляла 32 180 тыс. руб., а на конец отчетного периода — 46 680 тыс. руб.

Коэффициент абсолютной ликвидности на начало периода составил: $\frac{10320}{32180}$ ко!-:сп ошепюгп псрмо./т $\frac{1920}{46680}$ -<UJ-I.

Нормальным значением этого коэффициента считается 0,2.

33.4 Оценка состава и структуры источников средств

Пассив бухгалтерского баланса (рис. 33.1) отражает источники финансирования средств предприятия, сгруппированные на определенную дату по их принадлежности и назначению. Пассив показывает:

- размер средств (капитала), вложенных в хозяйственную деятельность предприятия;
- степень участия в создании имущества предприятия.

В настоящее время существует несколько иное объяснение пассива баланса — это обязательства по полученным ценностям или требование по полученным предприятием ресурсам (активам). Если это обязательства, то перед кем, — это объясняет наличие собственного и заемного капитала в пассиве баланса.

Оба эти подхода к объяснению пассива баланса не противоречат друг другу.

В рыночных условиях хозяйствования оценка структуры источников средств проводится как внутренними, так и внешними пользователями бухгалтерской информации.

Внутренний анализ структуры источников имущества связан с оценкой различных вариантов финансирования деятельности предприятия. При этом основными критериями выбора являются

условия привлечения заемных средств, их «цена», степень риска, возможные направления использования и т.д.

Источниками формирования имущества любого предприятия вне зависимости от организационно-правовых видов и форм собственности служат собственные и заемные средства.

Собственные источники. Информация о размерах собственных источников (собственного капитала) представлена в разделе Ш пассива баланса. К ним в первую очередь относятся:

- ♦ уставный капитал — стоимостное отражение совокупного вклада учредителей в имущество предприятия при его создании;
- ♦ резервный капитал — источник собственных средств, создаваемый предприятием в соответствии с законодательством путем отчислений от прибыли;
- ♦ добавочный капитал — возникает в результате прироста стоимости внеоборотных активов в результате их переоценки и эмиссионного дохода;
- ♦ нераспределенная прибыль — это прибыль, которая не была распределена между акционерами, учредителями, участниками и осталась в распоряжении предприятия.

Заемные источники. Данные о составе и динамике заемных средств отражаются в разделах IV и V пассива баланса. К ним относятся:

- ♦ долгосрочные кредиты банков — ссуды банков, полученные на срок более одного года;
- ♦ долгосрочные займы — ссуды заимодавцев (кроме банков), полученные на срок более года;
- ♦ краткосрочные кредиты банков — ссуды банков, находящихся как внутри страны, так и за рубежом, полученные на срок не более одного года;
- ♦ краткосрочные займы — ссуды заимодавцев (кроме банков), полученные на срок не более одного года;
- ♦ кредиторская задолженность предприятия поставщикам и подрядчикам, образовавшаяся в результате разрыва между временем получения товарно-материальных ценностей или потреблением услуг и датой фактической оплаты;
- ♦ задолженность по расчетам с бюджетом, возникающая вследствие разрыва между временем начисления и датой платежа;
- ♦ долговые обязательства предприятия перед своими работниками по оплате их труда;

задолженность органам социального страхования и обеспечения, образовавшаяся между временем возникновения обязательства и датой платежа;
задолженность предприятия прочим хозяйственным контрагентам.

33.5 Показатели оценки структуры источников

К числу основных показателей, характеризующих структуру источников средств, относятся коэффициент независимости, коэффициент финансовой устойчивости, коэффициент финансирования, коэффициент обеспеченности.

Коэффициент независимости:

^ _ *Собственные средства* ^ ^ ^

Этот коэффициент важен как для инвесторов, так и для кредиторов предприятия, поскольку характеризует долю средств, вложенных собственниками в общую стоимость имущества предприятия.

В нашем примере коэффициент независимости

на начало года j ^ ^^100 = НО, 2%;

на конец года

Данные бухгалтерского баланса анализируемого предприятия свидетельствуют о достаточно высоком значении коэффициента независимости. Можно сделать вывод, что большая часть имущества предприятия формируется из собственных источников.

В большинстве стран с развитыми рыночными отношениями считается, что если этот коэффициент больше или равен 50%, то риск кредиторов минимален: реализовав половину имущества, сформированного из собственных средств, предприятие сможет погасить свои долговые обязательства.

Коэффициент финансовой устойчивости (стабильности):

$$K_{\text{фин.ус}} = \frac{\textit{Собственные средства} + \textit{Долгосрочные заемные средства}}{\textit{Валюта баланса}} \times 100.$$

Этот коэффициент показывает удельный вес тех источников финансирования, которые предприятие может использовать в своей деятельности долгое время.

Поскольку по данным бухгалтерского баланса анализируемое предприятие не имело долгосрочных кредитов, значение коэффициента финансовой устойчивости будет совпадать с рассчитанным ранее коэффициентом независимости.

Коэффициент финансирования:

^_ *Собственные средства*

Этот коэффициент показывает, какая часть предприятия финансируется из собственных средств, а какая — из заемных. Чем выше этот коэффициент, тем надежнее для банков и кредиторов финансирование. В данном примере на начало года он был равен 4,1 (133 960 : 33 040), на конец года - 2,7 (138 980 : 51 600).

Если значение коэффициента финансирования меньше единицы (большая часть имущества предприятия сформирована из заемных средств), это может свидетельствовать об опасности неплатежеспособности и затруднить возможность получения кредита.

Однако соотношение собственных и заемных средств зависит от многих факторов. В ряде случаев доля собственных средств в их общем объеме может быть менее половины, и тем не менее такие предприятия будут сохранять достаточно высокую финансовую устойчивость. Это в первую очередь касается предприятий, деятельность которых характеризуется высокой оборачиваемостью активов, стабильным спросом на реализуемую продукцию, низким уровнем постоянных затрат (например, торговых и посреднических предприятий).

В то же время для капиталоемких предприятий с длительным периодом оборота средств, имеющих значительный удельный вес активов целевого назначения (например, предприятий машиностроительной промышленности), доля заемных средств 40—50% может быть опасной для их финансовой стабильности.

При оценке структуры источников имущества предприятия особое внимание должно быть уделено способу их размещения в активе. Считается оптимальным, если за счет собственных источников (собственного капитала) сформированы основные средства и часть оборотных (необходимо иметь в виду, что в странах с рыночной экономикой к собственным источникам приравниваются и долгосрочные обязательства).

С этой целью рассчитывается *показатель инвестирования* — отношение собственного капитала к основному. В рассматриваемом примере и на начало года (133 960: 112 460) и на конец года (138 980: 116 320) коэффициент инвестирования равен 1,19. Такое положение **считается** идеальным, так как собственные средства покрывают весь основной капитал и небольшую часть оборотных средств.

Способность предприятия выполнить свои обязательства анализируется и через **структуру** собственною капитала. По данным баланса построим аналитическую таблицу (табл. 33.1).

*Таблица **33.1. Размещение собственногокапитала, тыс.** руб.*

Показатель	*Наначало года*	*На конец года*
Валюта баланса	167 000	**190** 580
Собствен11 ыи капитал	133 960	138 980
Собственный капитал, % к валюте **баланса**	80,2	72,9
Основной капитал	112 460	116 320
Основной капитал, % к **валюте** баланса	67,3	61,0
Вложение собственного капитала **в** оборотные средства	21 500	22 660
Оборотные активы	54 540	74 260
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (КОСС)	0,39	0,31

Как видно **по** данным табл. 33.1, собственный капитал рассматриваемою предприятия не только полностью покрывает фактическую стоимость внеоборотных активов (итог раздела I актива баланса), но и направлен на формирование оборотных средств, т.е. предприятие располагает собственными оборотными средствами.

Коэффициент обеспеченности собственными средствами характеризует наличие у предприятия собственных оборотных средств, необходимых для финансовой устойчивости. По данному показателю (0,39 на начало **отчетного** года и 0,3 на конец отчетного года) предприятие вполне укладывается в установленный норматив, равный 0,1.

33.6 Анализ доходности предприятия

Устойчивое функционирование предприятия зависит от его способности приносить достаточную прибыль, что оказывает влияние на его платежеспособность.

В целом эффективность деятельности любого предприятия можно оценивать с помощью абсолютных и относительных показателей. С помощью абсолютных показателей можно проанализировать динамику различных показателей прибыли (экономической, бухгалтерской, от продаж, чистой прибыли) за ряд лет. Такие расчеты будут иметь скорее арифметический, чем экономический смысл (если при этом не используются соответствующие способы пересчета в сопоставимые цены).

Относительные показатели практически не подвержены влиянию инфляции, поскольку представляют собой различные соотношения прибыли и вложенного капитала (собственного, инвестированного, заемного и т.д.). Экономический смысл значений этих показателей (их принято называть показателями рентабельности) состоит в том, что они характеризуют прибыль, получаемую с каждого рубля средств (собственных или заемных), вложенных в предприятие.

Используется система показателей эффективности деятельности, среди них остановимся на следующих.

Рентабельность активов (имущества) — *Чистая прибыль {ф. № 2)Средняя стоимость активов(расчет по данным баланса)* x 100.

Этот коэффициент показывает, какую прибыль получает предприятие с каждого рубля, вложенного в активы.

Рента бельность ьоборотных ~активов — *Чистая прибыль (ф. №* 2)*Средняя стоимость оборотных активов(расчет по данным баланса)* x 100.

Если предприятие ориентирует свою деятельность на перспективу, ему необходимо разработать инвестиционную политику (при этом под инвестированием понимается постоянное и долгосрочное финансирование). Информация о средствах, инвестированных в предприятие, может быть получена по данным баланса как сумма собственного капитала и долгосрочных обязательств или как разность общей суммы активов и краткосрочных обязательств:

Рентабельность _ Прибыль до налогообложенияинвестиций Валюта Краткосрочныебаланса обязательства хЮО.

Показатель **рентабельности** инвестиций рассматривается в зарубежной практике финансового анализа как способ оценки «мастерства» управления инвестициями. При этом, поскольку руководство компанией не может влиять на сумму уплачиваемого налога на прибыль, для более точного расчета показателя в числителе используется сумма прибыли до налогообложения.

Акционеры вкладывают в предприятие свои средства в целях получения прибыли от этих инвестиций, поэтому, с их точки зрения, наилучшей оценкой эффективности хозяйственной деятельности является наличие прибыли **на** вложенный капитал:

Рентабельность

$$\frac{\textit{Чистая прибыль собственного капитала}}{\textit{Источники собственных средств (шло.' раздела Ш пассива)}} : \text{-----} \text{x } 100;$$

$$\textit{Рентабельность продукции} = \frac{\textit{Чистая прибыль проданной продукции}}{\textit{Выручка от продажи}} \text{ x } 100.$$

Этот коэффициент показывает, какую прибыль имеет предприятие с каждого рубля проданной продукции. Он может быть ориентиром в оценке конкурентоспособности продукции, так как снижение рентабельности реализованной продукции может означать и падение спроса на нее.

Существующая взаимосвязь между показателями рентабельности активов (имущества), оборачиваемостью активов и рентабельностью реализованной продукции может быть предоставлена в следующем виде:

Рентабельность *активов* = *Оборачиваемость активов* x ***Рентабельность*** *проданной продукции*

Действительно,

СЧЛтястщМысть активов = *ШруШая ос**т**оирв&ажи ВыЧуастая)ппрпб)бША>ж.и активов*

Иначе говоря, прибыль предприятия, полученная с каждого рубля средств, вложенных в активы, зависит от скорости оборачиваемости средств, доли чистой прибыли в выручке от объема продаж и средней стоимости активов. Замедление оборачиваемости может быть вызвано как объективными причинами (инфляцией, разрывом хозяйственных связей), так и субъективными (неумелым управлением запасами товарно-материальных ценностей и состоянием расчетов с покупателями, а также отсутствием их надлежащего учета).

Рассчитаем показатели эффективности использования имущества (табл. 33.2).

*Таблица 33.2.**Показателиэффективности использования имущества*

Показатель	*Расчетная формула и источник информации*	*Расчет*
Рентабельность активов (имущества)	*Чистая прибыль (ф. ЛЬ2)* / *Средняя стоимость активов (расчет)* x 100	13 990 / (167 000 + 190 580): 2 x 100 = 7,82%
Рентабельность оборотных активов	*Чистая прибыль (ф.ЛЬ 2)* / *Средняя стоимость оборотных активов (расчет)* xЮО	13 990 / (54 540+ 74 260); 2 xЮО = 21,7%
Рентабельность инвестиций	*Прибыльдо налогообложения (ф, N° 2)* / *а Кратко- Валюта баланса обязательства*	21520 / (190 580-51600) ,100 = 15,46%
Рентабельность собственного капитала	*Чистая прибыль (ф. №2)* / *Источники собственных средств (итог раздела III пассива баланса)*	13 990 / 138 980 100 = 10,07%
Рентабельность проданной продукции	*Чистая прибыль (ф-м2)пж* / *Выручка от продажи (ф. ЛЬ 2)*	13990 / 1 15 800 xIOO-12 52%

Выводы

1. Аналитическая работа касается всех сторон финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Она заключается в глубоком и всестороннем изучении экономической информации **о** функционировании анализируемого субъекта хозяйствования для принятия оптимальных управленческих решений.

2. Бухгалтерская отчетность — основной источник информации для анализа финансового состояния и эффективности хозяйственной деятельности. Она является важной информационной базой для широкого круга пользователей, так как знакомит **собственников,** менеджеров, акционеров и других лиц, связанных с управлением, с имущественным состоянием предприятия.

3. По бухгалтерскому балансу определяют финансовый результат работы предприятия в виде наращения собственного капитала за отчетный период. Он свидетельствует о том, сумеет ли предприятие выполнить взятые на себя обязательства перед третьими лицами (инвесторами, кредиторами, покупателями и др.) или у него финансовые трудности.

4. Анализ финансового положения и эффективности хозяйственной деятельности проводится с помощью большого круга показателей, которые служат важным инструментом анализа.

Вопросы для самоконтроля

1. В чем сущность аналитической работы на предприятии?
2. Какова информационная база для проведения аналитической работы"
3. Почему **бухгалтерский** баланс является основным информационным **материалом** для внутренних и внешних пользователей бухгалтерской отчетности предприятия?
4. Каковы аналитические возможности бухгалтерского баланса?
5. Что такое чистые активы предприятия?
6. В чем сходство и различие между понятиями «платежеспособность» и «ликвидность» предприятия?
7. Какими показателями оценивается эффективность деятельности предприятия?

Глава

Банкротство предприятий. Профилактика банкротства

34.1 Банкротство предприятий: сущность и понятия

Институт несостоятельности (банкротства) является неотъемлемой частью правовой системы любого государства с рыночной экономикой. Вопросы, связанные с невозможностью оплатить поставленные товары, оказанные услуги, вернуть деньги, взятые в долг у ростовщика, возникли практически одновременно с появлением товарно-денежных отношений.

На протяжении всей своей истории люди изучали рынок и все его возможные закономерности, учились строить различные его модели и всячески его совершенствовать. Однако, несмотря на все действия, направленные на прогнозирование рынка, проведение маркетинговых исследований, эта проблема преследует нас и сегодня.

Ни для кого не секрет, что на рынке постоянно возникают и исчезают всевозможные физические и юридические лица, осуществляющие самостоятельную, осуществляемую на свой риск деятельность, направленную на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг. Субъекты рынка постоянно взаимодействуют, вступают во всевозможные отношения. Неотъемлемой частью всей системы взаимоотношений является неспособность одного или нескольких участников исполнить взятые на себя добровольно, а равно возложенные на них в принудительном порядке обязательства. Именно в этой неспособности исполнить обязательства и заключается весь предпринимательский риск.

Несмотря на развитие и совершенствование системы хозяйствования, многообразие форм собственности, все правовые системы приводят к одному очень простому выводу — по долгам необходимо платить. Но вот как платить, какие действия необходимо предпринять для наиболее полного исполнения обязательств должника — и есть самый спорный вопрос.

Полагают, что слово «банкротство» пришло из средневековой Италии (bankarupta), видимо, образовавшись либо от bank broken, либо от bench broken (клиенты переворачивали стол, на котором неудачливый торговец менял деньги на площади либо просто торговал).

Реализация механизма банкротства в практике зарубежных стран началась еще с той эпохи, когда несостоятельные должники попадали в рабство к своим кредиторам. С течением времени такая потеря сво-

боды уступила место наказаниям государственным. Начали учитывать степень вины несостоятельного должника в соответствии с уточнением качества признака или действий, приведших к этому результату.

Во французском законодательстве понятие «несостоятельность» применимо только к коммерсантам, поэтому к лицам неторговых профессий положения о банкротстве не применяются. В германском законодательстве субъектом банкротства может быть всякий должник, прекративший платежи и подпадающий под конкурс. В Швеции предусматривается ответственность должника, совершающего действия, ведущие к неплатежеспособности: когда он каким-либо образом лишает себя значительной части своей собственности, в результате чего он оказывается либо неплатежеспособным, либо существенно ухудшает свою платежеспособность. В США лицо, в отношении которого возбуждены процедуры банкротства, во время производства считается несостоятельным, а после судебного решения может быть признано банкротом.

В российской правовой истории встречаются различные варианты смыслового использования определений несостоятельности и банкротства. Наибольший интерес представляет предреволюционный период, так как уровень российского права того времени оценивается достаточно высоко.

Г.Ф. Шершеневич считал, что банкротством является «неосторожное или умышленное причинение несостоятельным должником ущерба кредиторам посредством уменьшения или сокрытия имущества». То есть для того, чтобы лицо было признано банкротом, необходимы квалифицирующие признаки.

В современном российском законодательстве понятия «несостоятельность» и «банкротство» равноценны (в данном случае не имеются в виду преднамеренное и фиктивное банкротство). По- видимому, это не совсем правильный подход, так как юридическая техника должна учитывать устоявшееся содержание фразеологических комплексов и традиции их правового использования. Даже если принять во внимание сформировавшееся восприятие слова «банкротство», целесообразнее было бы использовать американский вариант сочетания несостоятельности и банкротства.

К общим признакам банкротства в различных законодательных актах европейских стран относятся неплатежеспособность, увеличение кредиторской задолженности, нерентабельность сделок или использования имущества. Аналогичны и определения уголовно наказуемых деяний, когда «преступное» банкротство подразделяется на простое и злостное.

Как свидетельствует мировая практика, банкротство — неизбежное явление любого современного рынка, который использует несостоятельность в качестве рыночного инструмента перераспределения капитала и отражает объективные процессы структурной перестройки.

В истории современной России с момента начала рыночных реформ были приняты федеральные законы, регулирующие процедуру банкротства: Закон «О

несостоятельности (банкротстве)» от 19 октября 1992 г., Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 8 января 1998 г.

Необходимость совершенствования законодательства о банкротстве, приведения его в соответствие с действующим законодательством РФ обусловили принятие 26 октября 2002 г. нового Федерального закона «О несостоятельности (банкротстве)».

Действие этого закона распространяется на все юридические лица, за исключением казенных предприятий, учреждений, политических партий и религиозных организаций.

Отношения, связанные с несостоятельностью (банкротством) граждан, в том числе зарегистрированных в качестве индивидуальных предпринимателей, также регулируются этим федеральным законом.

Под ***несостоятельностью (банкротством)*** предприятий понимается *признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей.*

Законом определен следующий признак банкротства юридического лица: неспособность удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей, если соответствующие обязательства и (или) обязанность не исполнены им в течение трех месяцев с даты, когда они должны были быть исполнены.

Новый закон не определяет минимального размера денежных обязательств и обязательных платежей, необходимых для обращения в арбитражный суд с заявлением о признании предприятия банкротом. Состав и размер денежных обязательств и обязательных платежей, необходимых для возбуждения процедуры банкротства, будет определяться арбитражным судом.

От состояния предприятий-банкротов, идентифицированного отмеченными признаками, следует отличать:

- *фиктивное банкротство* — заведомо ложное объявление предприятия, имеющего возможность удовлетворить требования кредиторов в полном объеме, о своей несостоятельности в целях введения в заблуждение кредиторов для получения от них отсрочки или рассрочки платежей, или скидки с долгов;
- *преднамеренное банкротство* — преднамеренное создание или увеличение неплатежеспособности предприятия руководителем или собственником, нанесение ими ущерба предприятию

  в личных интересах или интересах иных лиц, заведомо некомпетентное ведение дел.

В этих случаях мера ответственности за допущение банкротства предприятия устанавливается в соответствии с Уголовным кодексом.

Не следует применять к *временно неплатежеспособному предприятию* меры по возбуждению процедуры банкротства, потому что банкротство —

исключительная мера по отношению к должнику, неспособному самостоятельно преодолеть затянувшийся кризис неплатежей.

На основании сказанного, можно сделать вывод, что банкротство предприятия — это строго определенное состояние его неплатежеспособности, при котором к его имуществу может быть предъявлено взыскание со стороны кредиторов.

34.2 Причины неплатежеспособности и возможного банкротства хозяйствующих субъектов

Высокоэффективная рыночная экономика доказала свою жизнеспособность на протяжении всего времени своего существования.

Социалистическая административно-плановая экономика также всегда претендовала на высокую эффективность. И она действительно оказывалось высокоэффективной, когда концентрировалась на крупных политико-экономических задачах (например, выход в космос, строительство крупного предприятия, создание наиболее эффективных видов вооружений и т.д.). В то же время в сфере производства товаров для населения, для массовых потребителей плановая экономика всегда предлагала рынку ограниченный ассортимент, как правило, низкокачественных товаров, изготавливаемых по устаревшим технологиям.

Вся эта совокупность специфических характеристик определила особую предрасположенность многих российских предприятий к кризису и предбанкротным явлениям в условиях реформирования экономики, и фактически подтвердилось положение экономической теории о том, что в условиях монополии при отсутствии рыночного регулирования цен колебаниями спроса и предложения и государственного контроля за ценами неизбежны рост цен и одновременно сокращение объемов производства.

Спад российского промышленного производства к середине 1990- х годов приобрел структурный характер. Одновременно с сокращением производства отдельных видов продукции стала наблюдаться стабилизация выпуска продукции других видов. Такая ситуация в промышленности возникла впервые с начала экономических реформ.

Рост цен и спад производства одновременно сопровождались прогрессивным ростом всех видов неплатежей, и прежде всего между предприятиями.

Существующая в настоящее время официальная процедура определения неплатежеспособности предприятия предусматривает введение в практику развития его финансового состояния коэффициента текущей ликвидности $К_{гд}$и коэффициента обеспеченности собственными средствами $К_{о\,с.с}$-

Рассмотрим наиболее применяемые подходы к определению этих коэффициентов:

- *нормативный* — задаются конкретные границы значений коэффициентов. Его преимущество заключается в простоте и наглядности при принятии решений о платежеспособности;
- *отраслевой* — фактический уровень коэффициентов указывает не только на плохое или хорошее финансовое состояние предприятия, но и отражает структуру активов и пассивов, объективно различающуюся в зависимости от сферы деятельности предприятия;
- *динамический* — решение о платежеспособности предприятия принимается на основе сравнения текущих и критических значений коэффициента покрытия, вычисляемых для каждого предприятия отдельно с учетом его особенностей.

Рассмотрим один из многочисленных выводов, сделанных по итогам проведенного исследования на примере нефтедобывающей отрасли.

1. Предприятия нефтедобычи, нефтепереработки и торгов нефтепродуктами в отличие от других отраслей имеют устойчивый сбыт продукции, внешне благополучны, имеют достаточно средств на высокую оплату труда работников, располагают валютными резервами, т.е. здесь внешне нормальная и благополучная производственная деятельность (здоровый бизнес).

2. Вместе с тем финансовое положение отрасли неудовлетворительно, так как практически утрачен собственный капитал в оборотных фондах, который утрачен за счет неэффективных для собственников долгосрочных финансовых вложений, малоэффективных инвестиций в основные фонды; переход в стадию тотального заемщика, осуществляющего свою текущую производственную деятельность за счет чужих средств; неспособность своевременно оплачивать свои долговые обязательства партнерам, бюджету и во внебюджетные фонды и т.д.

3. Вместе с тем отрасль стремится жить на широкую ногу и продолжать линию, которая привела ее к финансовому кризису за счет формирования фондов в объемах, в несколько раз превышающих нужды производства и нормального финансово-хозяйственного функционирования; занимается другими видами деятельности (прежде всего финансовым кредитованием и товарными ссудами); во внешнеэкономической деятельности во многих случаях строит свои фактические (а иногда и договорные) отношения в пользу импортеров.

34.3 Диагностика кризисов в жизненном цикле предприятия

Протекакодие в российской экономике процессы обусловливают необходимость создания концепции формирования системы антикризисного управления. Не многие ожидали, что результатом реформ станет кризис, но многие понимают, что из кризиса экономику способен вывести только новый тип управления. Такое управление и получило название *антикризисного.*

Основными предпосылками к разработке концепции антикризисного менеджмента являются, во- первых, циклическое развитие экономики и, во-вторых, существующая система управления отечественными предприятиями.

В современных условиях хозяйствования для реформирования промышленных предприятий в системе кризисных ситуаций необходимо проведение анализа различных научных взглядов на характер и тенденцию экономического развития; кроме того, следует хорошо понимать содержание структурного кризиса российской экономики и характер его влияния на развитие промышленных предприятий.

В развитии любого предприятия просматриваются определенные закономерности, которые могут отличаться скоростью протекания и амплитудой уровня развития. Проследим их по схеме жизненного цикла предприятия (рис. 34.1), в котором можно выделить следующие стадии: I — зарождение, **II** — развитие, **III** бурный рост, IV — стабильное развитие, V -- появление тенденции спада, **VI** — активный спад,**VII**— банкротство,**VIII**— ликвидация деятельности.

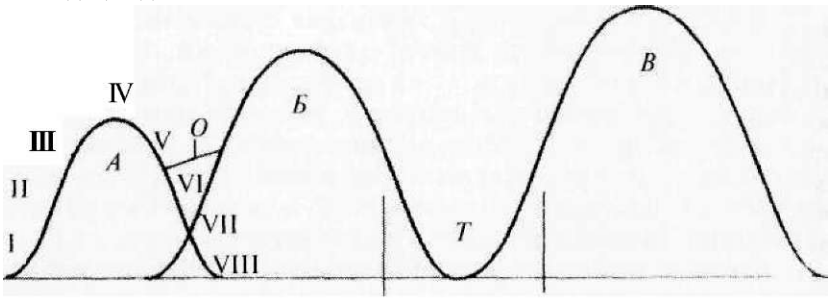


***Рис.** 34.1. Жизненные циклы **предприятия** (А, Б, В)*

Однако ликвидация деятельности предприятия не всегда совпадает с ликвидацией самого предприятия. Так, на рисунке между жизненными циклами *Б* и *В* существует временной лаг *Т,* когда предприятие, исчерпав все свои резервы в период функционирования в цикле *Б,* может продлить свою жизнь в цикле *В* лишь при условии сторонних финансовых инъекций. В период же *Т*предприятие претерпевает кризис. Такой жизненный путь характерен для большинства отечественных предприятий, адаптированных к бюджетным ассигнованиям.

Однако существует и другой путь. Кризис можно предотвратить, если вовремя переориентировать направление деятельности предприятия. Это означает необходимость выделения финансовых средств из прибыли, получаемой от успешно развивающейся деятельности в период стабильного развития предприятия, на маркетинговые исследования и перепрофилирование этой деятельности в будущем. Стадия развития нового вида деятельности должна совпасть со стадией появления тенденции спада в результатах осуществляемой деятельности. В этом случае скачок в развитии предприятия в переходный период будет сглажен (на рисунке — линия *О),* так как влияние негативной тенденции на

жизнедеятельность предприятия будет ослаблено наложением позитивной тенденции в развитии новой деятельности. Таким образом жизненный цикл предприятия можно продлить. Это идеальная модель жизни предприятия. В действительности предпринимательская деятельность всегда связана с риском. При наступлении рискового случая возникает потребность в финансовом оздоровлении «неудачников».

Различают два вида тактики финансового оздоровления.

Защитная тактика — это проведение сберегающих мероприятий, основу которых составляет сокращение всех расходов, связанных с производством и сбытом продукции, содержанием основных фондов и персонала.

В ходе реализации защитной тактики решаются следующие задачи: установление жесткого контроля затрат в целях устранения убытков; определение порога рентабельности; сокращение доли накладных расходов и фиксированных издержек, норм расхода ресурсов всех видов; снятие с производства убыточной продукции; анализ по причинам и центрам ответственности; продажа или передача в аренду лицензий, патентов, имущества бесперспективных производств, объектов незавершенного строительства; реализация долгосрочных финансовых вложений, сверхнормативных запасов товарно- материальных ценностей; установление обоснованных цен на продукцию с учетом норм рентабельности и эластичности спроса; франчайзинг; выявление и использование внутрипроизводственных резервов; проведение перепрофилирования производства; реструктуризация и погашение просроченной задолженности; списание безнадежных долгов; кадровые перестановки, высвобождение персонала; укрепление дисциплины труда и производства; совершенствование организации труда; улаживание дел с кредиторами; истребование дебиторской задолженности; повышение культуры труда; аудит и совершенствование бухгалтерского учета, учетной политики; формирование управленческого и финансового учета на предприятиях и т.д.

Наступательная тактика — проведение мероприятий реформаторского характера, направленных на приток инвестиций извне либо обеспечение условий для их поступлений в любой форме: от реализации производства, венчурного капитала, кредитов, капитала за счет повышения эффективности использования имущества, включая фондовый портфель, истребование государственной поддержки, налоговых льгот, участие в конкурсах инвестиционных проектов.

В данном случае решаются следующие задачи: смена руководства (собственника); укрепление положения предприятия в деловом мире; проведение активного маркетинга; политика более высоких цен; повышение инвестирования собственного производства; обновление основных фондов; повышение оборачиваемости оборотных средств; сокращение норм расходов ресурсов всех видов в результате внедрения про- фессивных технологий; сокращение трудоемкости производства; изменение видов деятельности; обновление ассортимента; максимальное повышение объемов производства перспективных видов продукции и обеспечение их заказами; обеспечение нематериальными активами (лицензиями, патентами); разработка пакета бизнес-планов; формирование банка данных о рыночной конъюнктуре; проведение экспертизы

платежеспособности заказчиков; повышение культурно-технического уровня персонала; реструктуризация; выпуск дополнительной эмиссии ценных бумаг; налаживание управленческого учета и т.д.

Типовая форма плана финансового оздоровления предприятия утверждена распоряжением Федерального управления по делам о несостоятельности (банкротстве) при ГКУГИ РФ от 15 декабря 1994 г. № 98-Р «Об утверждении типовой формы плана финансового оздоровления (бизнес-плана), порядка его согласования и методических рекомендаций по разработке планов финансового оздоровления».

Из сказанного можно сделать вывод, что основная задача управления банкротством предприятий заключается не в том, чтобы предотвратить умирание какой-либо его деятельности, которое неизбежно в силу объективных обстоятельств, а в том, чтобы при выявлении диагноза этого умирания направить все усилия на качественное преобразование деятельности.

34.4 Профилактика банкротства предприятий

В большинстве развитых стран потенциальные банкроты выжимаются из деловой сферы задолго до официального обретения ими этого статуса. Например, во Франции существует специальная «система тревоги», предупреждающая экономических партнеров о симптомах возможного банкротства.

Мониторинг управления банкротством предприятий представляет собой сформированную на макроуровне систему сбора данных о состоянии предприятий и расчета показателей, позволяющих диагностировать возникновение банкротства, отслеживать тенденции и динамику происходящих изменений и на этой основе принимать оптимальные управленческие решения по региону и стране в целом.

Объективная необходимость применения мониторинга в этой области диктуется тем, что применяемые ранее, в условиях планово-распределительной экономики, методы анализа и прогнозирования практически перестали работать. Возникла необходимость создать соответствующую современным задачам систему изучения и управления сложными процессами, включая несостоятельность предприятий. Следует учитывать опыт зарубежных стран в этой области. Он весьма различен. Так, законодательство Великобритании рассматривает должника с точки зрения изыскания возможности возвращения денег кредиторам. За объявлением о банкротстве предприятия следует распродажа его имущества. Американское и японское законодательства, напротив, преследуют цель реабилитации должника всевозможными разрешенными способами, включая предоставление ему определенной помощи. Во Франции предпочитают своевременно предупреждать банкротство.

В нашей стране мониторинг осуществляется на основании распоряжения Федеральной службы России по делам о несостоятельности и финансовому оздоровлению от 31 марта 1999 г. «О введении мониторинга финансового

состояния организаций и учета их платежеспособности». Сформирована система управления банкротством предприятий, содержащая следующие элементы.

1. Участники системы, к которым относятся предприятия-банкроты, их кредиторы, государство, трудовые коллективы, руководитель должника, арбитражный управляющий (временный управляющий, административный управляющий, внешний управляющий, конкурсный управляющий), арбитражный суд, инвесторы, дебиторы, саморегулируемая организация арбитражных управляющих.

2. Государственноерегулирование, включающее:

- ♦ правовое (законодательное, методическое, информационное) обеспечение;
- ♦ налоговое регулирование;
- ♦ реструктуризацию — очистку от несвойственных бизнесу предприятия объектов, выделение самостоятельно функционирующих элементов бизнеса или их продажа (осуществляется в соответствии с постановлением Правительства РФ от 22 мая 1998 г. № 476) «О мерах по повышению эффективности применения процедур банкротства»;
- ♦ обучение арбитражных управляющих;
- ♦ финансово-кредитную политику государства, выражающуюся в оказании финансовой поддержки на безвозмездной основе и на условиях льготных кредитов жизненно важным для экономики предприятиям в соответствии с Положением о порядке предоставления государственной финансовой поддержки неплатежеспособным предприятиям и использования средств федерального бюджета, отраслевых и межотраслевых внебюджетных фондов в целях реорганизации или ликвидации неплатежеспособных предприятий (Приложение № 2 к постановлению Правительства РФ от 20 мая 1994 г. № 498);
- ♦ социальную защиту работников предприятия-банкрота, выражающуюся в создании рабочих мест для них, переподготовке, выплате пособий (регулируется в соответствии с Положением об организации работы по содействию занятости в условиях массового высвобождения, утвержденным постановлением Правительства РФ от 5 февраля 1993 г. № 99);
- ♦ методическое обеспечение проведения диагностики деятельности предприятий, профилактики банкротства, а также санации в случае его возникновения;

3. *Система государственных органов и служб* на федеральном и территориальных уровнях, обеспечивающих государственное регулирование.

4. *Принципы управления банкротством,* к которым относятся;

- ♦ создание правовой основы предпринимательских отношений в условиях банкротства;
- ♦ уменьшение влияния государственного и административного управления банкротством, т.е. демократический подход к решению судьбы предприятия-должника;

♦ предоставление честным должникам возможности возобновления своей деятельности;
♦ введение системы безопасных мер при банкротстве;
♦ создание мер для возрождения бизнеса;
♦ защита предприятия от влияний споров, тяжб на ускорение его разрыва;
♦ сохранение перспективных предприятий, имеющих временные финансовые трудности;

- ♦ защита интересов всех участников банкротства, причем отдается приоритет интересам кредиторов;
- ♦ справедливое распределение конкурсной массы, которая составляет все имущество должника, имеющееся на момент открытия конкурсного производства и подлежащее распродаже.

Таким образом, в России существует мощная система профилактики банкротства предприятий на макроуровне, которая впитала в себя успешный зарубежный опыт многих развитых стран.

34.5 Антикризисное управление деятельностью предприятий

Основополагающие процедуры, применяемые к предприятиям-должникам, отражены в Федеральном законе «О несостоятельности (банкротстве)».

Совокупность мер, применяемых к предприятиям-банкротам согласно действующему законодательству (рис. 34.2), можно разделить на две основные группы: реорганизационные и ликвидационные.

Основное отличие всех реорганизационных процедур от ликвидационных заключается в том, что их применение не влечет за собой прекращения деятельности предприятий-должников. Главная задача здесь — организовать вывод предприятия из неплатежеспособного состояния и обеспечить нормальное его функционирование.

Реорганизация. К реорганизационным процедурам относятся внешнее управление имуществом, досудебная санация, наблюдение, мировое соглашение.

Под *внешним управлением имуществом* понимается процедура, применяемая к предприятию-должнику в целях восстановления его платежеспособности, которая направлена на продолжение деятельности данного предприятия. Внешнее управление вводится решением арбитражного суда по заявлению должника, кредитора или уполномоченного органа и осуществляется на основании передачи функций по управлению предприятием-должником арбитражному управляющему.

JVlepu

Конкурсное

Наблюдение J Внешнее управление ■Санация [

Принудительная ликвидация по решению арбитражного суда

Мировое соглашение :

Рис. 34.2. Меры, применяемые к предприятиям-банкротам

Досудебная санация — это меры по восстановлению платежеспособности должника, принимаемые собственником имущества должника — унитарного предприятия, учредителями (участниками) должника, кредиторами должника и иными лицами в целях предупреждения банкротства.

Наблюдение — процедура банкротства, применяемая к должнику в целях обеспечения сохранности имущества должника, проведения анализа финансового состояния должника, составления реестра требований кредиторов и проведения первого собрания кредиторов.

Мировое соглашение — процедура банкротства, применяемая на любой стадии рассмотрения дела о банкротстве в целях прекращения производства по делу о банкротстве путем достижения соглашения между должником и кредиторами.

Ликвидаиия. К ликвидационным процедурам относятся конкурсное производство и принудительная ликвидация предприятия- должника по решению арбитражного суда.

Ликвидация предприятий-должников осуществляется в процессе конкурсного производства, при котором определяется ликвидируемое имущество должника (конкурсная масса), распределяемое между кредиторами в порядке очередности.

Конкурсное производство — процедура банкротства, применяемая к должнику, признанному банкротом, в целях соразмерного удовлетворения требований кредиторов.

Законом определена очередность при расчетах с кредиторами. Вне очереди покрываются судебные издержки, а также расходы по оплате труда конкурсного управляющего и по осуществлению деятельности предприятия-банкрота в период его правления. В первую очередь по требованиям граждан погашается задолженность по выплате пособий за причинение вреда жизни и здоровью. Затем — по выплате выходных пособий, по оплате труда лицам, работающим по трудовым договорам (контрактам) и по выплате авторских вознаграждений. В третью очередь производятся расчеты с другими кредиторами.

Требования кредиторов по обязательствам, обеспеченным залогом имущества должника, удовлетворяются за счет стоимости предмета залога преимущественно перед иными кредиторами, за исключением обязательств перед кредиторами первой и второй очереди, права требования по которым возникли до заключения соответствующего договора залога.

Процедуры, предусмотренные в процессе банкротства в широком смысле слова, целесообразно определить как *антикризисные.* Тогда собственно процедуры банкротства будут составной частью антикризисных.

Процесс реализации антикризисных процедур применительно к деятельностипредприятий-должников называется *антикризисным процессом.*

В условиях рыночной экономики антикризисный процесс управляем.

Антикризисное регулирование — это макроэкономическая категория, представляющая собой меры воздействия со стороны государства, направленные на защиту предприятий от кризисных ситуаций.

Антикризисноеуправлениедеятельностью предприятийпредставляет собой совокупность форм и методов реализации антикризисных процедур применительно к конкретному предприятию-должнику. В отличие от мониторинга это микроэкономическая категория, отражающая производственные отношения на уровне предприятия.

Механизм антикризисного управления включает: диагностику технико-экономического и финансового состояния предприятия, оценку перспектив развития бизнеса, маркетинг, антикризисную инвестиционную политику, управление персоналом, производственный менеджмент, организацию ликвидации предприятия.

Стратегические мероприятия заключаются в анализе и оценке положения предприятия, изучении производственного потенциала, разработке производственных программ, политики доходов, инноваций, разработке общей концепции финансового оздоровления предприятия.

Банкротство предприятий, несомненно, процесс болезненный, но оно несет в себе созидающую силу. Главная его цель видится в проведении структурной перестройки всего народного хозяйства страны в соответствии с рыночным спросом при условии достижения прибыльной работы каждого предприятия. Практическое значение банкротства для всех его участников проявляется в следующем:

- ♦ для общества — формируется структура экономики, приспособленная к рынку;
- ♦ для населения — производятся нужные ему товары;
- ♦ для кредиторов — есть шанс спасти свои деньги;
- ♦ для персонала предприятия — в конечном итоге создается требуемая работа.

Таким образом, явление банкротства предприятия — неизбежный спутник рыночной экономики, выполняющий роль санитара, контролирующего состояние ее здоровья и обеспечивающий условия для ее дальнейшего развития.

Выводы

1. Начиная с 1992 г. в России законодательно закреплено право предприятий на банкротство. Это исторически закономерное явление в экономике имеет строго определенные признаки и отличительные особенности в разные периоды своей «зрелости», что позволяет распознать его в процессе профилактики на макроуровне и в процессе диагностирования — на микроуровне хозяйственной деятельности.

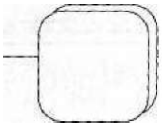
2. Несмотря на объективность закономерностей, банкротство поддается антикризисному управлению деятельностью предприятия. Сущность этого управления состоит в своевременном выявлении негативных тенденций и

упреждающем принятии профилактических мер по их преодолению либо ослаблению. Если деятельность предприятия признана неперспективной, задача антикризисного управления сводится к обоснованию направлений и организации ее перепрофилирования.

3. Любое предприятие, а значит, и экономика страны, может развиваться в бескризисном пространстве лишь при безошибочной постановке диагноза его состояния и правильно проведенного процесса финансового оздоровления.

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое банкротство предприятия?
2. Какие существуют подходы к определению неплатежеспособности предприятия?
3. В чем состоит сущность антикризисного управления?
4. Какие вы знаете виды тактики финансового оздоровления?
5. Для чего необходим мониторинг управления банкротством предприятий? Чья это прерогатива?
6. Какие элементы составляют систему управления банкротством, сформированную в России?
7. Кто относится к участникам банкротства?
8. В каких направлениях осуществляется государственное регулирование банкротства?
9. Какие меры применяются к предприятиям-банкротам согласно действующему законодательству?
10. Что такое диагностика развития предприятия? Для чего она проводится?
11. Какие факторы обусловливают несостоятельность предприятий в России?
12. Какие вы знаете методы финансового оздоровления предприятий-банкротов?
13. В чем заключается механизм антикризисного управления?
14. В чем практическое значение банкротства?



Термины и понятия к разделу VI

Активы баланса — часть бухгалтерского баланса, отражающая средства организации. Стоимость внеоборотных и оборотных активов на определенную дату: их соста • > и размещение.

Активы внеоборотные — средства организации, вложенные в нематериальные активы, основные средства, незавершенное строительство, долгосрочные финансовые вложении и др., совершающие хозяйственный оборот продолжительностью более 12 месяцев.

Активы оборотные — средства организации, вложенные в запасы, дебиторскую задолженность, краткосрочные финансовые вложения, денежные средства и др., совершающие оборот в течение операционного цикла (как правило, 12 месяцев).

Активы ликвидные — средства организации, которые можно обратить в деньги (платежные средства) быстро и без значительных потерь.

Акционерный капитал — основной капитал акционерного общества, размер которого определяется его уставом. Образуется за счет заемных средств и эмиссии (выпуска) акций.

Аудит — предпринимательская деятельность аудиторов (аудиторских фирм) по осуществлению независимых, вневедомственных проверок финансовой (бухгалтерской) отчетности, налоговых деклараций и других финансовых обязательств и требований, а также оказанию других юридических услуг. Основное назначение аудиторских проверок — подтверждение достоверности проверяемой бухгалтерской отчетности предприятия (фирмы) и соответствия совершенных им финансовых и хозяйственных операций действующим нормативным актам.

Баланс бухгалтерский — документ бухгалтерского учета, отражающий финансовое состояние предприятия на определенную дату. Двухсторонняя таблица, где одна сторона отражает состав и размещение хозяйственных средств (актив), а другая — источники формирования хозяйственных средств и их целевое назначение (пассив). Итоги актива и пассива баланса обязательно должны быть равны между собой.

Балансовая прибыль — прибыль, полученная организацией от всех видов деятельности: хозяйственной, коммерческой, финансовой. Складывается из прибыли от продаж, операций с процентами, доходов от участия в других организациях, прочих операционных доходов и расходов, результатов от внереализационных операций.

Валовой доход — характеризует конечный результат деятельности предприятия и представляет собой разницу между валовой выручкой и всеми затратами на производство **и** реализацию продукции.

Валовая прибыль — часть валового дохода предприятия, которая остается у него после вычета всех обязательных расходов.

Вексель — вид ценной бумаги, письменное долговое обязательство установленной формы, наделяющее его владельца (векселедержателя) безоговорочным правом требовать с векселедателя безусловной оплаты указанной суммы денег к определенному сроку.

Выручка от продаж — денежные и другие средства, полученные организацией от реализации товаров, продукции, работ и услуг. Основной источник поступлений денежных средств **и** формирования финансовых ресурсов на предприятии.

Дебиторская задолженность — сумма долгов, причитающихся организации. Включает долги покупателей и заказчиков, по векселям к получению, дочерних и зависимых компаний, учредителей (участников) по взносам в уставный капитал, по выданным авансам, прочие. Подразделяется на задолженность, платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев и после 12 месяцев с отчетной даты.

Длительность оборота средств - показатель, измеряющий продолжительность хозяйственного или финансового оборота: от момента вложения средств до момента отдачи (получения денег по ре- зул ьтатам де ятел ьн ост и).

Дивиденд — часть прибыли акционерного общества, ежегодно распределяемая между акционерами после уплаты налогов, отчисления на расширение производства, пополнения резервов, выплаты процентов по облигациям и вознаграждений директорам.

Издержки производства и реализации продукции — стоимостная оценка используемых **в** процессе производства продукции природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на производство и реализацию продукции.

Капиталоемкость — показатель, характеризующий отношение основного капитала к произведенной в соответствующий период продукции или ее части - **национальному** доходу, прибыли.

Капитальные вложения — затраты материальных, трудовых и денежных ресурсов, направленные на восстановление и прирост основных фондов.

Качество — совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности.

Кредиторская задолженность — денежные средства, временно привлеченные организацией, составляющие ее обязательства и подлежащие возврату в течение не более 12 месяцев после отчетной даты. Включает задолженность поставщикам и подрядчикам, по векселям к уплате, по оплате труда и социальным отчислениям, платежам в бюджет, авансам полученным, прочим краткосрочным обязательствам.

Лизинг — способ финансирования инвестиций, основанный на долгосрочной аренде имущества при сохранении права собственности за арендодателем; средне- и долгосрочная аренда машин, оборудования и транспортных средств.

Налоговая декларация — письменное заявление налогоплательщика о полученных доходах и произведенных расходах, источниках доходов, налоговых льготах и исчисленной сумме налога и (или) другие данные, связанные с исчислением и уплатой налога.

Несостоятельность (банкротство) — признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей.

Нормативы оборотных средств — планируемые минимально необходимые суммы денежных средств, обеспечивающие текущую хозяйственную деятельность организации. Различают совокупный норматив (плановую потребность) оборотных средств и нормативы оборотных средств по отдельным статьям, выделенным в учете и отчетности.

Оборотный капитал — часть собственного капитала организации, вложенная в оборотные активы. Определяется одним из двух методов: как сумма собственного капитала и долгосрочных обязательств за вычетом вложений во внеоборотные активы или как разность между стоимостью оборотных активов и краткосрочных обязательств.

Окупаемость капитальных вложений — показатель эффективности капитальных вложений, определяемый как отношение капитальных вложений к экономическому эффекту, получаемому от их использования в процессе производства.

Пассивы баланса — часть бухгалтерского баланса, отражающая источники формирования средств организации и их целевое назначение. Итог пассива баланса всегда равен итогу его активов.

Подряд — договор, по которому одна сторона (подрядчик) обязуется на свой риск выполнять конкретную работу по заданию другой стороны (заказчика).

Рентабельность продукции — показатель эффективности производства, определяемый отношением прибыли от реализации продукции к ее себестоимости (%).

Рентабельность производства — показатель эффективности производства, определяемый отношением обшей (балансовой) прибыли к среднегодовой стоимости основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств.

Рейтинг — отнесение предприятия к определенному классу, разряду, категории по оценочным показателям его деятельности. Возможны рейтинги по финансовому состоянию, кредитоспособности, по инвестиционной привлекательности, по надежности эмитируемых ценных бумаг и др.

Стандарт-костинг — система калькулирования себестоимости продукции или затрат путем утверждения целевых или плановых значений (стандартов) по отдельным видам и анализа отклонений между фактическими и стандартными затратами.

Стратегия ценообразования — совокупность мероприятий по установлению цен на выпускаемую продукцию в целях захвата потребительского излишка и максимизации прибыли.

Трансфертная (внутренняя) цена — цена, по которой одно структурное подразделение (центр ответственности) передает свою продукцию (полуфабрикаты), работы и услуги другому структурному подразделению (центру ответственности) организации.

Финансовое состояние организации — система показателей (коэффициентов, индикаторов), определяющих обеспеченность предприятия денежными средствами для осуществления нормальной хозяйственной деятельности и своевременных расчетов по принятым обязательствам.

Финансовые вложения — вложения денежных средств, материальных и иных ценностей в ценные бумаги других юридических лиц, процентные облигации

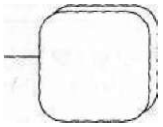
государственных и местных займов, в уставные (складочные) капиталы других юридических лиц, созданных на территории страны, капитал организаций за рубежом и т.п., а также займы, предоставленные другим юридическим лицам.

Чистая прибыль — балансовая (общая) прибыль за вычетом налога на прибыль и аналогичных платежей, а также с учетом чрезвычайных доходов и расходов.

Цена — денежное выражение стоимости единицы продукции.

Ценовая конкуренция — вид конкурентной борьбы посредством изменения цен на продукцию.

Ценовая политика предприятия — комплекс мероприятий, направленных на установление оптимальной цены на продукцию в целях максимизации прибыли.



Библиографический список

К главам 1-10

1. *Валдайцев СВ.* Управление инновационным бизнесом: Учеб. пособие для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.
2. *Вумек Дж.П, Джонс Д.Т.* Бережливое производство: Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании: Пер. с англ. — М.: АЛЬПИНА Бизнес Букс, 2004.
3. *Капелюшников Р.И.* Российский рынок труда. — М., 2001.
4. Кодекс законов о труде Российской Федерации. — М.: Ось-89, 1999.
5. *Российский* статистический ежегодник: Стат. сб. — М.: Госкомстат России, 2003.
6. *Ракопги В.Д.* Заработная плата и предпринимательский доход. — М.: Финансы и статистика, 2001.
7. *Справочник* кадровика: Оплата и нормирование труда. — М.: ИНФРА-М, 2003.
8. *Трудовое* право России: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. — М.: ИНФРА-М, 2003.
9. *Управление* персоналом организации: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. - М.: ИНФРА-М, 2001.
10. *Малый* бизнес. Организация, экономика, управление: Учеб. пособие для вузов / Под ред. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ, 2003.
11. *Мазманова Б. Г.* Управление оплатой труда. — М.: Финансы и статистика, 2001.
12. *Основы* бизнеса: Учебник для студентов вузов. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: Маркет-Дс, 2003.
13. *Оценка* недвижимости: Учебник / Под ред. А.Г. Грязновой, М.А. Федотовой. — М.: Финансы и статистика, 2004.
14. *Популярная* экономическая энциклопедия / Под ред. А.Д. Некипелова. — М., 2003.
15. *Предпринимательство:* Учебник для вузов / М.Г. Лапуста и др. - 3-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2003.
16. *Эванс Т., Бишон Д.* Оценка компаний при слияниях и поглощениях: создание стоимости в частных компаниях: Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2004.
17. *Экономика* и статистика фирм: Учебник для вузов / Под ред. С.Д. Ильенковой. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Финансы и статистика, 2003.

18. *Экономика* труда: Учебник / Под ред. П.Э. Шлендера, Ю.П. Конина. — М.: Юристь, 2002.

19. *Экономика* организаций (предприятий): Учебник для вузов / Под ред. В.Я. Горфинкеля, ВА Швандара. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.

20. *Экономика* организации (предприятия): Учебник / Под ред. Н.А. Сафронова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Экономисть, 2004.

21. *Экономика* предприятия: Учебник / Под ред. А.Е. Карлика и М.Л. Шухгальтера. — М.: ИНФРА-М, 2004.

22. *Экономика* и социология труда: Учебник / Под ред. А.Я. Ки- банова. - М.: ИНФРА-М, 2003.

23. *Энциклопедия* рыночного хозяйства. Ресурсный потенциал экономического роста. — М.: Путь России; Экономическая литература, 2002.

К главам 11-21

1. *Азоев Г.Л., Челенков А П.* Конкретные преимущества фирмы. — М.: Типография Новости, 2000.

2. *Акофф Рассел Л.* Планирование будущего корпорации: Пер. с англ. — М.: Сирин, 2002.

3. *Алексеева М.М.* Планирование деятельности фирмы: Учеб. пособие. — М.: Финансы и статистика, 2001.

4. *Балдин КВ., Воробьев С.Н.* Управленческие решения: теория и технология принятия: Учебник. — М.: Проект, 2004.

5. *Богатин Ю.В., Швандар В.А.* Экономическое управление бизнесом: Учеб. пособие для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.

6. *Веснин В.Р.* Практический менеджмент персонала. — М.: Юристь, 2001.

7. *Виханский О.С, Наумов А.И.* Менеджмент: Учебник. — 3-е изд. — М.: Гардарики, 2001.

8. *Виханский ОС.* Стратегическое управление. Учебник. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Гардарики, 2003.

9. *Владимирова Л.П.* Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учеб. пособие. — 3-е изд. — М.: Дашков и К°, 2004.

10. *Грибов В.Д., Грузинов В.П.* Экономика предприятия: Учебник + практикум. — 3-е изд. — М.: Финансы и статистика, 2004.

11. *Горемыкин В.А., Нестерова* Я. б. Стратегия развития предприятия: Учеб. пособие. — 2-е изд. — М.: Дашков и К°, 2004.

12. *Гаджинский А.М.*Логистика: Учебник для вузов. — 8-е изд. — М.: Дашков и К\ 2003.

13. *Информационные* технологии управления / Под ред. Г.А. Ти- торенко. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.

14. *Короткое Э.М.* Концепция российского менеджмента: Учеб. пособие. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ДеКа, 2004.

15. *Котлер Ф.* Маркетинг по Котлеру: Как создать, завоевать и удержать рынок: Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2003.

16. *Котлер Ф.* Основы маркетинга: Пер. с англ. — 2-е европ. изд. — М.—СПб.: Вильяме, 2001.

17. *Лапушинская Т.Н., Петров А. Н.* Планирование в условиях рынка: Учеб. пособие. — М.: Дашков и К°, 2003.

18. *Организация* производства на предприятии: Учебник / Под ред. О.Г. Туровца и Б.Ю. Сербинского. — Ростов-на-Дону: Центр МарТ, 2002.

19. *Синяева ИМ.* Управление маркетингом: Учеб. пособие. — М.: Вузовский учебник, 2003.

20. *Управление* современной компанией: Учебник / Под ред. Б. Мильнера и Ф. Лииса. — М.: ИНФРА-М, 2001.

21. *Федорова Н.Н.* Организационная структура управления предприятием: Учеб. пособие. — М.: КНО-Рус, 2003.

22. *Фокс Дж.* Как стать первоклассным руководителем: Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2003.

23. *Хруцкий В.Е., Корнеева И.В.* Современный маркетинг. Настольная книга по исследованию рынка: Учеб. пособие. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Финансы и статистика, 2002.

К главам 22-34

1. *Антикризисное* управление: Учеб. пособие: В 2 томах / Под ред. Г.К. Таля. - М.: ИНФРА-М, 2004.

2. *Аристов О. В.* Управление качеством: Учебник для вузов. — М.: ИНФРА-М, 2003.

3. *Бланк И.А.* Управление прибылью. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Элькор-МК, 2002.

4. *Буянов В. 17.* и др. Рискология: Управление рисками: Учеб. пособие. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Экзамен, 2003.

5. *Защита* атмосферы от промышленных загрязнений: Справочник. Т. 1—2. — М.: Металлургия, 1988.

6. *Инновационный* менеджмент: Учебник для вузов / Под ред. В.Я. Горфинкеля, В.А Швандара. — М.: ИНФРА-М; Вузовский учебник, 2004.

7. *Инновационный* менеджмент: Учеб. пособие / Под ред. В.М. Аньшина, А.А. Дагаева. — М.: Академия народного хозяйства; Дело, 2003.

8. *Колчин СП.* Налоги в Российской Федерации. — М.: ЮНИТИ,

9. *Крылов Э.И., Журавкова И.В.* Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия: Учеб. пособие. — М.: Финансы и статистика, 2001.

10. *Мазур И., Шапиро В., Ольдерогге Н.* Управление проектами: Учеб. пособие / Под общ. ред. И. Мазура. — 2-е изд. — М.: Омега-Л, 2004.

2002 11. *Налоги* и налогообложение / Под ред. Г.Б. Поляка, А.Н. Романова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.

12. Риск-Менеджмент: Учебник / Под ред И. Юргенсона. — М.: Дашков и К°, 2003.

13. *Ратанова М.П.* Экономические основы общественного производства. — Смоленск, 1999.

14. *Скамай Л.Г., Трубочкина М.И.* Экономический анализ деятельности предприятия. — М.: ИНФРА-М, 2004.

15. *Финансы* организаций (предприятий): Учебник для вузов / Под ред. Н.В. Колчиной. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.

16. *Цены* и ценообразование. Учебник / Под ред. И.К. Са- лимжанова. — М.: Проспект, 2003.

17. *Чернова Г.В., Кудрявцева Л.А.* Управление рисками: Учеб. пособие. — М.: Проспект, 2003.

18. *Шапкин АС.* Экономические и финансовые риски: Оценка, управление, портфель инвестиций. — 2-е изд. — М.: Дашков и К°, 2003.

19. *Шуляк П.Н.* Ценообразование: Учеб. пособие. — 7-е изд. — М.: Дашков и К°, 2004.

20. *Энциклопедия* финансового риск-менеджмента / Под ред. А.А. Лобанова, А.В. Чугунова. — М.: Альпина Паблишер, 2003.

21. Э/солого-экономические проблемы России и ее регионов. — М., 2003.

Оглавление

Предисловие 3

Раздел 1. Предприятие в условиях рыночной экономики 7

Глава 1. Предприятие как субъекти *объект* предпринимательской деятельности 8

1.1. Цель создания и функционирования предприятия 8
1.2. Производственные и рыночные связи предприятия. Конкуренция и предприятие 15
1.3. Предпринимательская деятельность предприятия 21

Глава 2. Нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность предприятий 29

2.1. Экономика предприятия в системе права 29
2.2. Ответственность за нарушение законодательства 33

Глава 3. Среда функционирования предприятия.- внешняя и внутренняя 43

3.1. Предприятие и его внешняя и внутренняя среда 43
3.2. Внутренняя среда предпринимательского предприятия 44
3.3. Внешняя среда предпринимательского предприятия 47
3.4. Внешняя деловая среда предприятия 49

Глава 4. Продукция предприятия. Конкурентоспособность продукции 53

4.1. Понятие «конкурентоспособность продукции» 53
4.2. Факторы конкурентоспособности 58

Глава 5. Виды и формы предпринимательской деятельности 66

5.1. Производственное предпринимательство 66
5.2. Коммерческое предпринимательство 70
5.3. Финансовое предпринимательство 74
5.4. Консультативное предпринимательство 76

Глава 6. Малые предприятия и ихразвитие 83

6.1. Малое предпринимательство и значение его развития 83
6.2. Выбор организационно-правовой формы малого предпринимательства 85
6.3. Развитие малого предпринимательства в России 91
6.4. Франчайзинг как форма взаимоотношений крупного и мелкого предпринимательства 99
6.5. Государственная поддержка и проблемы малого предпринимательства 106

Раздел II. Производственные ресурсы предприятия 129

Глава 7. Основные фонды предприятия 130

7.1. Экономическая сущность и значение основных производственных фондов 130
7.2. Состав, структура и оценка фондов 131
7.3. Износ и амортизация основных фондов 135
7.4. Показатели использования основных производственных фондов 139
7.5. Улучшение использования основных производственных фондов 143

Глава 8. Оборотные фонды (материальные ресурсы)

предприятия 147

8.1. Оборотные фонды и оборотные средства: состав и структура 147
8.2. Рациональное использование оборотных фондов 151
8.3. Показатели использования оборотных фондов 153
8.4. Экономия материальных ресурсов 156
8.5. Нормирование оборотных средств. Ускорение оборачиваемости 160

Глава 9. Трудовые ресурсы предприятия 166

9.1. Понятия «трудовые ресурсы» и «трудовой потенциал» 166
9.2. Основные характеристики персонала предприятия 171
9.3. Распределение трудовых ресурсов на предприятии 174

Глава 10. Организация, нормирование и оплата труда 179

10.1. Заработная плата в современных условиях 179
10.2. Нормирование и оплата труда 180
10.3. Формы и системы оплаты труда 187
10.4. Бестарифная система оплаты труда 189

Раздел III. Организация производства напредприятии 197

Глава 11. Производственный процесс- принципы организации 198

11.1. Производственные процессы: понятие, содержание, виды 198
11.2. Принципы организации производственного процесса 202
11.3. Организация производственного цикла 204

Глава 12. Организация производства.- типы, формы и методы 209

12.1. Понятие «производство». Производственная структура предприятия 209
12.2. Типы производства 212
12.3. Формы организации производства 215
12.4. Методы организации производства - 216

Глава 13. Производственная структура

и инфраструктура предприятия 222

13.1. Факторы, определяющие производственную структуру предприятия 222
13.2. Инфраструктура предприятия 228
13.3. Совершенствование производственной структуры предприятия 234

Глава 14. Общественные формы организации производства 237

14.1. Концентрация производства и масштабы предприятий 237
14.2. Специализация и кооперирование производства 242
14.3. Комбинирование производства 248

Раздел IV. Экономический механизм управления предприятием 257

Глава 15. Рыночная модель предприятия 258

15.1. Формы предприятий 258
15.2. Механизм функционирования предприятия 259
15.3. Цена как регулятор производства 264
15.4. Качество продукции как регулятор производства 265
15.5. Прибыль предприятия как цель его функционирования 268
15.6. Предприятие на рынке ценных бумаг 270

Глава 16. Механизм управления предприятием. Организационная структура 273

16.1. Современные подходы к управлению предприятием 273
16.2. Механизм управления предприятием 279
16.3. Организационная структура управления предприятием 285
16.4. Направления развития внутрифирменного управления 295

Глава 17. Реструктуризация предприятий в условиях рыночной экономики 299

17.1. Факторы, влияющие на реструктуризацию 299
17.2. Направления реструктуризации предприятий 309
17.3. Параметры эффективности реструктуризации 312

Глава 18. Управление персоналом предприятия 316

18.1. Основные элементы системы управления персоналом предприятия 316
18.2. Службы управления персоналом на предприятии 317
18.3. Процесс управления персоналом предприятия 321
Глава 19. Планирование на предприятии: стратегическое, текущее, оперативное 332
19.1. Стратегическое планирование 332
19.2. Текущее планирование на предприятии. Разработка плана развития 334
19.3. Разработка бизнес-плана предприятия 338
19.4. Оперативное планирование на предприятии 347
Глава 20. Маркетингна предприятии 350
20.1. Маркетинг: сущность и содержание 350
20.2. Изучение потребителей. Сегментация рынка 354
20.3. Определяющая роль производства продукции в удовлетворении потребностей общества 360
20.4. Инструменты маркетинга 361
Глава 21. Снабжение и логистика на предприятии 364
21.1. Организация материально-технического обеспечения на предприятии 364
21.2. Организационная структура материально-технического обеспечения 367
21.3. Планирование материально-технического обеспечения 369
21.4. Условия поставок материальных ресурсов и коммуникации в области снабжения 371
21.5. Коммерческая логистика 373
21.6. Методы планирования в снабжении и логистике 375
21.7. Выбор поставщика 377
Раздел V. Инновационная и инвестиционная деятельность предприятия 383
Глава 22. Факторы развития предприятия 384
22.1. Закономерности развития 384

22.2. Развитие на основе факторов производства 386
22.3. Развитие на основе инновационно-инвестиционных факторов 397
Глава 23. Инновационная деятельность предприятия 409
23.1. Инновации и инвестиции предприятия 409
23.2. Организация и финансирование инновационной деятельности 415
23.3. Подготовка нового производства на предприятии 424
23.4. Система инновационных коммуникаций 426
Глава 24. Инвестиционнаядеятельность предприятия 437
24.1. Понятия «инвестиции», «инвестиционная деятельность». Инвестиционная политика предприятия 437
24.2. Инвестиционные проекты. Инвестиционный цикл 440
24.3. Источники финансирования инвестиционных проектов 442
24.4. Оценка эффективности инвестиционных проектов 444
24.5. Методика оценки эффективности инвестиционных проектов 445
24.6. Учет инфляции, риска и неопределенности 450
Глава 25. Качество продукции и техническое регулирование 455
25.1. Понятие «качество продукции». Показатели качества 455
25.2. Управление качеством продукции 459
25.3. Новая стратегия в управлении качеством 465
25.4. Техническое регулирование 466
25.5. Правовое обеспечение качества продукции 472
Глава 26. Промышленное предприятие и окружающая среда 475
26.1. Экологический фактор в размещении производства 475
26.2. Воздействие промышленных предприятий на природную среду, здоровье человека 478
26.3. Экологический паспорт предприятия 483
Раздел VI. Финансовые ресурсы предприятия 497
Глава 27. Собственные и заемные средства предприятий 498
27.1. Собственный капитал предприятия 499
27.2. Заемные (внешние) средства предприятия 509

Глава 28. Расходы и доходы предприятия 520
28.1. Классификация расходов 520
28.2. Планирование расходов 524
28.3. Классификация доходов предприятия 525
28.4. Планирование доходов от реализации. Использование выручки от реализации 527
28.5. Прибыль предприятия 529

Глава 29. Издержки производства, валовой доход, прибыль, себестоимость 543
29.1. Понятия «издержки производства», «валовой доход» и «прибыль» 543
29.2. Классификация затрат, включаемых в себестоимость продукции. Планирование себестоимости 545
29.3. Зарубежный опыт определения издержек производства 549
29.4. Снижение затрат на производство продукции 553

Глава 30. Ценовая политика на предприятии 557
30.1. Понятие «ценовая политика» 557
30.2. Цели ценовой политики 559
30.3. Анализ ценообразующих факторов 560
30.4. Оценка издержек производства 568
30.5. Выбор метода ценообразования 573

Глава 31. Рискв деятельности предприятия 579
31.1. Виды рисков 579
31.2. Риски при финансировании проекта 584
31.3. Страхование рисков 585
31.4. Снижение риска в деятельности предприятия 587

Глава 32. Учет и отчетность на предприятии 591
32.1. Учет в информационной системе предприятия 591
32.2. Направления реформирования бухгалтерского учета 594
32.3. Нормативная база бухгалтерского учета в России 595
32.4. Элементы метода бухгалтерского учета597 32.5 Бухгалтерская процедура 603
32.6. Порядок учета хозяйственных операций (на примере производства тротуарной плитки) 604

32.7. Основные формы отчетности 612

Глава 33. Аналитическая деятельность на предприятии 619

33.1. Информационная основа анализа деятельности предприятия 619
33.2. Общая оценка бухгалтерского баланса 620
33.3. Платежеспособность предприятия 626
33.4. Оценка состава и структуры источников средств 632
33.5. Показатели оценки структуры источников 634
33.6. Анализ доходности предприятия 636

Глава 34. Банкротство предприятий. Профилактика банкротства 641

34.1. Банкротство предприятий: сущность и понятия 641
34.2. Причины неплатежеспособности и возможного банкротства хозяйствующих субъектов 644
34.3. Диагностика кризисов в жизненном цикле предприятия 646
34.4. Профилактика банкротства предприятий 649
34.5. Антикризисное управление деятельностью предприятий 651

Библиографический список 659

668

Учебник

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

Под редакцией профессора А. В. Колышкин [и др.]*Редактор* Т.М. Дубович

Корректор *Т. **В.** Алешечкина* Оригинал-макет *Н.М. Корчагиной*
Оформление художника *В.А. Лебедева*

Лицензия серии ИД № 03562 от 19.12.2020г. Подписано в печать 05.08.2020 (с готовых ps-файлов) Формат 60x88 1/16. Усл. печ. л. 42,0. Уч.-изд. л. 37,0 Тираж 30 000 экз. (4-й завод — 5 000). Заказ 108

ООО «ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА» Генеральный директор *В.Н. Закаидзе*

123298, Москва, ул. Ирины Левченко, 1 Тел.: 8-499-740-60-15. Тел./факс: 8-499-740-60-14 www.unity-dana.ruE-mail: unity@unity-dana.ru

Отпечатано в ОАО «ИПК «Ульяновский Дом печати» 432980, г. Ульяновск, ул. Гончарова, 14