**Министерство образования и науки Республики Казахстан**

**Костанайский государственный университет им. А. Байтурсынова**

**Кафедра экономики и управления**

**Дмитриева В.Р.**

**ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Учебное пособие для студентов очной и заочной форм обучения специальности 5В050600**-**Экономика**

**Костанай 2012**

**ББК 65.291я73**

# Д 53

**Автор:**

Дмитриева В.Р., ст. преподаватель кафедры экономики и управления экономического факультета КГУ им. А. Байтурсынова.

**Рецензенты:**

Мишулина О.В. - доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой менеджмента и маркетинга КГУ им. А. Байтурсынова;

Горелов А.Н. - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления КГУ им.А.Байтурсынова;

Притула Р.А. - кандидат экономических наук, Ph.D., профессор кафедры менеджмента Костанайского инженерно-педагогического университета

им. М. Дулатова.

**ISBN 978**-**601**-**7322**-**39**-**7**

**Дмитриева В.Р.**

**Д 53** Экономика предприятия. Учебное пособие для студентов очной и заочной форм обучения специальности 5В050600-Экономика. - Костанай: КГУ им. А. Байтурсынова, 2012. - 257 с.

Учебное пособие состоит из основных тем (разделов), включаемых в курс «Экономика предприятия» для специальности 5В050600-Экономика в высших учебных заведениях. Учебное пособие может быть использовано при проведении практических и семинарских занятий, благодаря наглядным примерам и задачам.

Учебное пособие подготовлено в соответствии с типовой программой по дисциплине «Экономика предприятия» и предназначено для студентов высших учебных заведений и факультетов, обучающихся по экономическим спе­циальностям.

**ББК 65.291я73**

Утверждено учебно-методическим советом Костанайского государственного университета им. А. Байтурсынова, протокол № 29 от 24.02.2012 г.

**ISBN 978**-**601**-**7322**-**39**-**7**

©Дмитриева В.Р., 2012

Содержание

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Введение……………………………………………………………….. | 5 |
| 1 | Характеристика развития экономики Республики Казахстан и ее государственное регулирование……………………………………… | 7 |
|  | 1.1Сосременная отраслевая структура экономики Республики Казахстан………………………………………………………………. | 7 |
|  | 1.2Стратегия индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы………………………… | 12 |
|  | 1.3Рынок как экономическая категория. Условия возникновения рынка…………………………………………………………..……… | 21 |
|  | 1.4Государственное регулирование экономики: сущность, цели, методы………………………………………………………………… | 41 |
|  | 1.5Проблемы развития предпринимательства в Республике Казахстан……………………………………………………………... | 45 |
|  | 1.6 Риски в предпринимательской деятельности, методы их оценки | 49 |
| 2 | Предприятие как объект хозяйствования……………………………. | 65 |
|  | 2.1 Предприятие - самостоятельный хозяйствующий субъект. Основные принципы функционирования предприятий…………….. | 65 |
|  | 2.2 Управление и структура предприятия. Понятие, принципы, функции и методы управления……………………………………… | 77 |
| 3 | Экономическая и социальная эффективность производства………. | 85 |
|  | 3.1 Сущность эффективности производства, факторы, влияющие на эффективность производства и система показателей…………... | 85 |
| 4 | Основной капитал предприятия…………………………………….. | 89 |
|  | 4.1 Экономическая сущность основных средств предприятия: состав и структура …………………………………………………….. | 89 |
|  | 4.2 Методы оценки основных средств……………………………… | 92 |
|  | 4.3 Износ и амортизация основных средств……………………….. | 94 |
|  | 4.4 Показатели наличия, движения и эффективности использования основных средств……………………………………………………… | 96 |
|  | 4.5 Нематериальные активы и их амортизация……………………… | 98 |
| 5 | Сырьевые, материальные и топливно-энергетические ресурсы. | 104 |
|  | 5.1 Понятие и классификация сырья и топливно-энергетических ресурсов……………………………………………………………….. | 104 |
|  | 5.2 Развитие топливно-энергетического комплекса в условиях индустриально-инновационного развития Республики Казахстан. | 108 |
|  | 5.3 Значение, факторы, показатели и методы анализа использования материальных ресурсов……………………………. | 113 |
| 6 | Оборотный капитал предприятия…………………………………… | 118 |
|  | 6.1 Оборотный капитал: состав и структура, источники формирования. Влияние управления оборотным капиталом на конечные результаты работы предприятия………………………… | 118 |
| 7 | Трудовые ресурсы……………………………………………………  7.1 Рынок труда: сущность и механизм функционирования……….. | 130  130 |
|  | 7.2 Трудовой потенциал и трудовые ресурсы, их состав и структура, источники формирования………………………………. | 131 |
|  | 7.3 Заработная плата как категория рынка труда………………… | 134 |
|  | 7.4 Структура кадров предприятия…………………………………. | 136 |
|  | 7.5 Производительность труда и методы ее измерения……………. | 138 |
| 8 | Оплата труда на предприятии…………………………………………. | 144 |
|  | 8.1 Сущность и формы мотивации труда…………………………….. | 144 |
|  | 8.2 Формы и системы заработной платы рабочих…………………… | 150 |
|  | 8.3 Социальная защита работников…………………………………. | 157 |
|  | 8.4 Зарубежный опыт организации заработной платы………………. | 161 |
| 9 | Инвестиционная и инновационная политика предприятия…………. | 163 |
|  | 9.1 Инвестиции и их классификация. Инвестиционная политика предприятия…………………………………………………………….. | 163 |
|  | 9.2 Инвестиционный проект и инвестиционный процесс на предприятии…………………………………………………………….. | 167 |
|  | 9.3 Инновация: сущность, признаки, классификация……………… | 176 |
| 10 | Издержки производства и реализации продукции…………………… | 191 |
|  | 10.1 Понятие, состав и виды издержек. Состав затрат предприятий.. | 191 |
|  | 10.2 Калькулирование, понятие и принципы……………………….. | 197 |
|  | 10.3 Зарубежный опыт определения издержек производства……. | 200 |
| 11 | Маркетинговая и производственная деятельность предприятия | 204 |
|  | 11.1 Стратегическое планирование и маркетинговый подход. Выбор и пути реализации стратегии маркетинга……………………. | 204 |
|  | 11.2 Планирование деятельности предприятия. Стратегия развития предприятия…………………………………………………………… | 214 |
|  | 11.3 Производственная мощность предприятия и методы ее определения……………………………………………………………. | 219 |
| 12 | Обеспечение конкурентоспособности продукции……………………………………………………………… | 227 |
|  | 12.1 Конкурентоспособность продукции: понятие направления повышения ее уровня. Качество продукции: понятие, показатели и пути повышения ее уровня……………………………………………. | 227 |
| 13 | 13 Доход и рентабельность производства…………………………… | 234 |
|  | 13.1 Доход и рентабельность производства как обобщающий показатель финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия……………………………………………………………. | 234 |
| 14 | Финансы предприятия…………………………………………………. | 240 |
|  | 14.1 Понятие и функции финансов предприятия…………………….. | 240 |
|  | 14.2 Основные принципы и направления организации финансовой деятельности предприятия……………………………………………. | 242 |
|  | 14.3 Налогообложение предприятий: сущность, виды и принципы | 252 |
|  | Список использованных источников………………………………… | 256 |

**Введение**

Осуществляемые в Республике Казахстан экономические реформы существенно изменили правовое, финансово-экономическое и социальное положение ***основного звена экономики - предприятия,*** его статус в системе экономики. В условиях рыночной экономики вместо доминировавших ранее во всех отраслях хозяйства предприятий, основанных на государственной (общенародной) собственности, возникли и функционируют миллион предприятий, базирующихся либо на праве хозяйственного владения государственного имущества, либо на частной собственности на средства производства. Устойчиво функционирующие рыночные механизмы поставили предприятия в принципиально новые отношения с государством (бюджетом), с хозяйствующими партнерами, конкурентами и наемными работниками. Наряду с предоставленными экономическими свободами в осуществлении деятельности предприятия устанавливаются и новые экономико-правовые регуляторы. Знание механизма действия этих регуляторов крайне необходимо не только руководителям предприятий, но и всем работникам.

В современных условиях становления рыночных отношений в Республике Казахстан стабилизация и повышение эффективности работы предприятий всех отраслей экономики становится главной задачей экономической работы. В связи с этим количественная характеристика деятельности предприятия, методы определения затрат и эффективности производства должны стать основным содержанием деятельности менеджера и экономиста, работающего на разных уровнях управления экономикой. В процессе подготовки экономических кадров особенно необходимо обучать студентов методам качественного и количественного анализа использования основного и оборотного капитала, организации оплаты труда персонала предприятия, методам оценки экономической эффективности предприятия и его инвестиционной деятельности с учетом использования зарубежных методик, методам учета затрат на производство продукции и калькулирования.

***«Экономика предприятия»*** является самостоятельной экономической дисциплиной, предметом изучения которой является деятельность предприятия, процесс разработки и принятия хозяйственных решений.

Методологической основой дисциплины ***«Экономика предприятия»*** является диалектический метод. Различные аспекты производственно-хозяйственной деятельности предприятия анализируются во взаимосвязи и развитии. На основе диалектического метода при преподавании ***«Экономики предприятия»*** широко используются частные методы познания. К их числу относятся методы экономического анализа и синтеза, балансовый, системного подхода, различные вероятностные и прогностические методы, экономико-математические и другие.

Предприятие является основным первичным звеном экономики, и знание основ экономики предприятия - непременное условие подготовки квалифицированных специалистов.

***Целью*** преподавания данной дисциплины является выработка у студентов экономического мышления на основе изучения экономического механизма функционирования предприятия в условиях рыночного типа хозяйствования.

В соответствии с ней выдвигаются следующие ***основные задачи****:*

* ознакомиться с сущностью предприятия как объекта хозяйствования, его местом и ролью в системе национальной экономики;
* охарактеризовать предприятие как агента рыночной экономики с учетом государственного регулирования рыночных отношений;
* рассмотреть ресурсную базу предприятия и эффективность использования различных ресурсов;
* изучить хозяйственный механизм функционирования предприятия и финансовые результаты его деятельности.

Дисциплина «Экономика предприятия» тесно связана с такими предметами как «Экономическая теория», «Теория и практика менеджмента», «Бухгалтерский учет», «Основы маркетинга», «Микро- и макроэкономика», «Социально-экономическая статистика», предшествующими ее изучению, а также рядом смежных дисциплин, особенно с предметами «Организация производства», «Предпринимательство», «Конкурентоспособность предприятия» и другие.

Изучение данного курса дает возможность вооружить студентов знаниями нового механизма функционирования предприятия в сложившейся правовой, экономической, финансовой и административной среде с учетом дальнейшей модернизации и диве6рсификации экономики Казахстана.

***В процессе обучения студенты должны научиться:***

* глубоко понимать сущность экономических явлений и процессов, происходящих на предприятии, их взаимосвязь и взаимозависимость;
* уметь их систематизировать и моделировать, определять влияние различных факторов;
* оценивать достигнутые результаты, выявлять резервы повышения эффективности производства.

В результате освоения предмета должно выработаться творческое мышление, необходимое для выбора лучших способов решения хозяйственных задач, стоящих перед предприятием, и нахождения оптимального выхода в решении профессиональных проблем как исполнительного, так и управленческого характера, появиться практические навыками для дальнейшей творческой активности профессиональной деятельности предприятия.

**1 Характеристика развития экономики Республики Казахстан и ее государственное регулирование**

**1.1Современная отраслевая структура экономики Республики Казахстан**

Республика Казахстан - аграрно-индустриальная страна. Валовой национальный продукт на душу населения 1997 долларов в год.

Наиболее сложной проблемой этой страны является существенная перестройка структуры экономики с целью наращивания в ней финальных фаз производственного процесса. Дело в том, что при СССР Казахстан специализировался на сырьевых товарах и полуфабрикатах, которые потом использовались на предприятиях России и других республик.

Целесообразность создания законченного производственного цикла обусловлена, прежде всего, большой прибыльностью экспорта готовой продукции по сравнению с сырьем. Поэтому структурная перестройка экономики Казахстана - явление неизбежное, этот процесс требует больших дополнительных капиталовложений. Иностранные же инвесторы предпочитают вкладывать средства в отрасли добывающей промышленности (нефть, газ, цветные металлы и т.д.), поэтому финансирование ускоренного развития обрабатывающей промышленности проходит медленно, а процесс оптимизации структуры экономики может растянуться на несколько десятилетий. И как итог, Казахстан еще долгое время будет придерживаться сырьевого профиля своей специализации.

Рассмотрим детальнее отраслевую структуру экономики Казахстана.

***Цветная металлургия.***Удельный вес цветной металлургии в общем объеме промышленного производства превышает 12%. Из извлекаемых руд производятся медь, свинец, цинк, титан, магний, редкие и редкоземельные металлы, прокат на основе меди, свинца и т.д. По уровню производства Казахстан входит в число крупных в мире производителей и экспортеров рафинированной меди. Доля республики в мировом производстве меди составляет 2,3%. При этом, практически вся производимая в стране медь экспортируется за рубеж. Основными импортерами казахстанской меди являются Италия, Германия и другие страны. Казахстан является третьим среди новых независимых государств, производителем золота, добыча и производство которого увеличивается с каждым годом. В стране зарегистрировано свыше 170 золотоносных месторождений.

***Черная металлургия.***По запасам железной руды Казахстан занимает восьмое место в мире. Его доля в мировых запасах составляет 6%. Кроме значительных запасов, другим преимуществом казахстанской железной руды является ее довольно высокое качество. Из 8,7 млрд. тонн железной руды 73,3% запасов являются легко добываемыми. Более 70% добываемой в стране железной руды уходит на экспорт. Доля руд черных металлов, включая хромовые и марганцевые руды, в общем экспорте страны в 2009году составила около 4%. Черная металлургия Казахстана производит более 12,5 % республиканского объема промышленной продукции. Флагманом индустрии республики является Карагандинский металлургический комбинат «Испат-Кармет». Предприятие имеет полный металлургический цикл и специализируется на выпуске различных видов проката черных металлов - листового, сортового, белой жести, труб и т.д. Металл этого комбината экспортируется в станы СНГ и дальнего зарубежья. В Казахстане имеются большие запасы хромитовых руд, на базе которых работают ферросплавные заводы республики.

***Химическая, нефтеперерабатывающая и нефтехимическая промышленность.*** В ассортименте предприятий химической и нефтехимической промышленности республики - пластмассы, химические волокна и нити, шины для автомобилей и сельхозмашин, широкий ассортимент резинотехнических изделий, хромовые соединения, карбид кальция, каустическая сода и др. продукция. В республике действуют три нефтеперерабатывающих завода, производящие автобензин, дизельное, котельное топливо, авиационный керосин, нефтебитумы и другие нефтепродукты. Действует крупный комплекс по переработке фосфоритной руды с получением желтого фосфора (более 90 % от общего производства бывшего СССР), минеральных удобрений, синтетических моющих средств. Перспектива развития этой отрасли связана с комплексной переработкой нефти Западного Казахстана и организацией новых видов продукции на основе фосфоритных месторождений.

***Машиностроительный комплекс.***Продукция машиностроительного комплекса в общем объеме промышленного производства республики составляет около 8%. Машиностроительные предприятия Республики выпускают: кузнечно-прессовое оборудование (г.Шымкент), металлорежущие станки (г.Алматы), аккумуляторы (г.Талды-Корган), центробежные насосы (г.Астана), рентгеновское оборудование (г.Актобе) и т.д. В настоящее время в развитие машиностроения привлекаются иностранные инвестиции для организации в республике новых производств, в том числе медицинского оборудования, сельскохозяйственной техники, дизельных двигателей, оборудования для пищевой промышленности, электродвигателей и других изделий производственно-технического назначения.

***Промышленность строительных материалов.***Продукция промышленности строительных материалов в общем объеме промышленного производства Республики занимает более 4%. На предприятиях отрасли производится цемент, шифер, асбестоцементные трубы, мягкие кровельные материалы, линолеум, санитарно-строительный фаянс, облицовочные керамические плитки для полов и отделки зданий, панели и другие конструкции для крупнопанельного домостроения, каолин для бумажной промышленности, радиаторы, конвекторы и ряд других видов строительных материалов и конструкций. Республика располагает достаточными запасами разнообразного сырья для выпуска строительных материалов. Кроме того, в их производстве широкое применение находят отходы промышленности: шлаки металлургических и химических производств, зола теплоэлектростанций и другие вторичные ресурсы.

***Транспорт*.** Географическое расположение Казахстана в центре Евроазиатского континента предопределяет его значительный транспортный потенциал в области транзитных перевозок. Протяженность наземных транспортных магистралей республики составляет 106 тыс. км. Из них 13,5 тыс. км - магистральные железные дороги, 87,4 тыс. км - автомобильные магистрали общего пользования с твердым покрытием, 4 тыс. км - речные пути. Строительство пограничного железнодорожного перехода Дружба - Алашанькоу между Казахстаном и Китаем и открытие железнодорожного перехода Серахс - Мешхед между Туркменистаном и Ираном открыли новые транзитные коридоры по маршруту Великого шелкового пути: от тихоокеанских портов Китая - Ляньюньган, Циньдао, Тяньцзин - в Казахстан, Кыргызстан, Узбекистан, Туркменистан, Иран, Турцию, к портам Средиземноморья и Персидского залива. Сегодня по всему этому пути полным ходом идут грузы. Имеющаяся сеть автодорог дает выход на Россию и бывшие союзные республики, а также в Китай, Турцию и Иран, что обеспечивает выход к портам Черного и Средиземного морей и Индийского океана. Морское судоходство осуществляется на Каспийском море (порт Актау) с выходом через речные пути России на Черное и Балтийское море. Национальной авиакомпанией «Эйр Казахстан» освоено более 40 маршрутов по Казахстану, странам СНГ и дальнего зарубежья. В республике также работают ведущие иностранные компании, такие как: British Airways, Lufthansa, KLM, Transaero, PIA, Turkish Airlines, Iran Air и др.

***Сельское хозяйство*.** Сельское хозяйство является важным сектором экономики страны. На севере Казахстана климатические условия благоприятствуют выращиванию яровой пшеницы, овса, ячменя и других зерновых культур, а также позволяют развивать овощеводство, бахчеводство и возделывать ряд технических культур - подсолнечника, льна-кудряша, табака и др. На юге республики, в предгорной полосе и в долинах рек, где много тепла, при искусственном орошении дают высокие урожаи хлопчатник, сахарная свекла, желтые табаки, рис, плодоносят сады и виноградники. По производству зерна Казахстан занимает третье место в СНГ после России и Украины. Природные условия Казахстана, их многообразие обуславливают значительные потенциальные возможности для развития животноводства. В республике традиционно занимаются овцеводством, коневодством, верблюдоводством, разведением крупного рогатого скота. Пустынные и полупустынные территории в центральной и юго-западной частях Казахстана широко используются как сезонные пастбища для скота. В качестве летних пастбищ используются горные луга на востоке и юго-востоке республики.

Сердцевину любой экономики составляет производство, создание экономического продукта. Именно предприятия выпускают продукцию, выполняют работы и услуги, т.е. создают основу для потребления и приумножения национального богатства. К сфере материального производства относятся промышленность, сельское хозяйство, лесное хозяйство, строительство, грузовой транспорт и связь (части обслуживания производства), материально-техническое снабжение и др.

К непроизводственной сфере относятся отдельные виды деятельности, в процессе которых материальные блага не создаются; основными направлениями деятельности являются управление и обслуживание.

Перечисленные производственные комплексы сферы материального производства состоят из различных групп отраслей. Например, ***промышленность включает:*** машиностроение, черную и цветную металлургию, энергетику, химическую, газовую, нефтяную отрасли и др.; ***сельское хозяйство включает*** две большие группы отраслей: земледелие и животноводство; ***строительство включает:*** промышленное строительство, транспортное строительство и др.; ***грузовой транспорт включает:*** железнодорожный, морской, речной, воздушный транспорт и др.

Активными участниками реализации программы импортозамещения в текущем году являются АО «Западно-Казахстанская машиностроительная компания», АО «Уральскагрореммаш», Филиал АО «Гидромаш-Орион» Завод МЖБК.

***Обрабатывающая промышленность*** представлена предприятиями, входящими в состав национальной компании «Казахстан Инжиниринг»: это заводы «Зенит», «Металлист», «Омега», «НИИ Гидроприбор», занимающиеся разработкой и изготовлением сложной морской подводной техники, разработкой конструкторской и технологической документации морских и речных судов, понтонов, плавучих причалов, специализирующиеся на разработке и изготовлении опытных и серийных образцов подводно-технических средств.

***Промышленность*** - главная и ведущая отрасль материального производства. Она оказывает решающее воздействие на развитие производительных сил и производственных отношений.

Отрасль материального производства - это совокупность предприятий, обладающих общностью технологических процессов, однородностью перерабатываемого сырья и производимой ими продукции.

Каждая отрасль, по существу, носит комплексный характер, т.е. она состоит из различных подотраслей. В настоящее время в промышленности действует 16 комплексных отраслей, включающих различное число специализированных отраслей и подотраслей:

* топливная промышленность - 16 (в т.ч. нефтедобывающая, нефтеперерабатывающая, газовая, угольная, сланцевая и торфяная отрасли);
* цветная металлургия - 14 (в т.ч. алюминиевая, медная, никель-кобальтовая);
* электроэнергетика - 7 (в т.ч. тепловые и гидроэлектростанции, электрические и тепловые сети, атомные станции);
* машиностроение и металлообработка - 136;
* химическая и нефтехимическая промышленность - 32; лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность - 19;
* легкая промышленность - 48;
* пищевая промышленность - 34.

В зависимости от характера предмета труда промышленность делится на две группы отраслей - добывающую и обрабатывающую.

***Государственное регулирование экономики***

Основные функции государства в рыночной экономике:

* законодательно устанавливает организационно-правовые формы предпринимательской деятельности;
* поводит политику по развитию товарных рынков и конкуренции, законодательному ограничению монополистической деятельности;
* регулирует деятельность естественных монополий;
* законодательное обеспечение системы налогообложения;
* определяет единый состав издержек производства и реализации товаров (работ, услуг) на предприятиях;
* законодательно осуществляет амортизационную политику основных средств предприятий;
* обеспечивает свободный внутри- и межотраслевой перелив капитала;
* государственное программирование, которое представляет сбой механизм формирования и реализации комплекса мероприятий по решению крупной народно-хозяйственной или региональной задачи;
* управление денежной системой страны;
* регулирует внешнеэкономическую деятельность предприятий (фирм);
* регулирование «нерыночных» отношений - это регулирование общественных благ.

***Основные направления развития экономики РК на перспективу***

В рамках Стратегии индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы в области ведется работа по реализации индустриальной и инновационной политики.

Ключевыми аспектами региональной индустриально-инновационной программы являются:

* обеспечение энергетической независимости;
* внедрение международных стандартов качества и сертификация предприятий по стандартам ИСО;
* подготовка технических кадров;
* проведение заводов через процедуры реабилитации и банкротства;
* разработка и реализация инвестиционных проектов предприятий, позволяющих не только обеспечить их участие в Газовом проекте и освоении Каспийского шельфа, но и быть экспортоориентированными;
* трансферт технологий и инновационная деятельность;

В настоящее время сертификаты систем качества имеют 25 предприятий области и 1 госучреждение (Акимат г.Уральска). С целью активизации работы по данному вопросу ежегодно разрабатываются сетевой график и План внедрения международных стандартов ИСО серий 9000 и 14000 на предприятиях и организациях Западно-Казахстанской области.

Основными приоритетам развития области являются развитие машиностроения, приборостроения и нефтехимия. Доля предприятий машиностроения в обрабатывающей промышленности составляет 17%. Проводится работа по увеличению объемов производства и освоению новых видов продукции.

Перспективы индустриального развития области связаны с развитием нефтегазового машиностроения.

В соответствии с Посланием Президента страны народу Казахстана эта отрасль промышленности определена одним из главных приоритетов при реализации индустриально-инновационной стратегии.

Основными направлениями деятельности предприятий являются: выпуск специальной техники, катеров и кораблей, оборудования для нефтегазовой отрасли.

**1.2 Стратегия индустриально**-**инновационного развития Республики Казахстан на 2003**-**2015 годы**

Под индустриальной политикой понимается комплекс мер, посредством которых государство создает благоприятные условия и оказывает поддержку предпринимательству для формирования конкурентоспособной и эффективной национальной промышленности. Стратегия индустриально-инновационного развития должна обеспечить достижение целей, определенных в Стратегическом плане развития Республики Казахстан на период до 2010 года, а также создать основы формирования в последующие годы казахстанской экономики сервисно-технологической направленности.

***Главной целью стратегии*** является достижение устойчивого развития страны путем диверсификации отраслей экономики, способствующей отходу от сырьевой направленности, подготовка условий для перехода в долгосрочном плане к сервисно-технологической экономике. Производство конкурентоспособных и экспортоориентированных товаров, работ и услуг в обрабатывающей промышленности и сфере услуг является главным предметом государственной индустриально-инновационной политики.

Под конкурентоспособностью понимается способность казахстанских предприятий производить продукцию на экспорт. Другими словами, продукция обрабатывающей промышленности должна соответствовать аналогичным мировым стандартам и быть конкурентоспособной по цене. Развитие сырьевого сектора экономики будет осуществляться по соответствующим отраслевым и секторальным программам Правительства.

***Задачи стратегии*** состоят в следующем:

* обеспечение в обрабатывающей промышленности среднегодовых темпов роста в размере 8-8,4%, повышение производительности труда к 2015 году по сравнению с 2000 годом не менее чем в 3 раза и снижение энергоемкости ВВП в 2 раза;
* повышение производительности основных фондов обрабатывающей промышленности;
* создание предпринимательского климата, структуры и содержание общественных институтов, которые будут стимулировать частный сектор, и совершенствовать конкурентное преимущество, осваивать элементы в цепочке добавленных стоимостей в конкретных производствах, добиваясь наибольшей добавленной стоимости;
* стимулирование создания наукоемких и высокотехнологичных экспортоориентированных производств;
* диверсификация экспортного потенциала страны в пользу товаров и услуг с высокой добавленной стоимостью;
* переход к мировым стандартам качества;
* наращивание интеграции с региональной и мировой экономикой с включением в мировые научно-технические и инновационные процессы.

***Стратегия базируется на следующих принципах:***

* партнерство с частным сектором;
* направленность инвестиционных и инновационных предложений на повышение конкурентоспособности товаров и услуг, производимых в несырьевых отраслях промышленности;
* государственная финансовая и иная поддержка реализации проектов, направленных на модернизацию промышленности, гласность и транспарентность процедур по ее оказанию;
* комплексный характер мер государственной поддержки отраслей, обеспечивающих развитие цепочки добавленных стоимостей;
* обеспечение равных конкурентных условий и здоровой конкурентной среды;
* отказ от всяких льгот и преференций индивидуального характера;
* нацеленность индустриальной политики по формированию конкурентных преимуществ.

Решение поставленных целей и задач при соблюдении выделенных принципов и серьезных качественных изменениях структуры экономики, ее диверсификации позволит достичь устойчивого экономического развития в Казахстане.

***Приоритетами индустриально-инновационной политики***являются развитие и создание потенциально конкурентоспособных, в том числе экспортоориентированных, производств, работающих в отраслях экономики несырьевой направленности. В целях решения долгосрочных стратегических задач особое внимание необходимо уделять созданию условий для развития наукоемких и высокотехнологичных производств. Данный подход не закрывает для предпринимателей различных отраслей экономики путь к техническому и организационному совершенствованию действующих производств и созданию новых видов продукции экспортной ориентации.

Конкретные предложения должны возникать в частном секторе, а банки второго уровня и создаваемые инвестиционные государственные институты развития на основе специальных методик будут анализировать предложения в целях их потенциальной реализации в партнерстве с частным сектором. К работе по оценке предложений будут привлекаться отечественные и иностранные специалисты.

Законодательство стран с рыночной экономикой, в том числе и Республики Казахстан, запрещает направлять бюджетные средства на оказание финансовой и инвестиционной поддержки частным предприятиям. В соответствии с этим финансовая поддержка конкретных частных компаний расценивается как проявление государственной коррупции. Практика показала правильность данного подхода.

Как правило, государство не может и не должно заниматься непосредственной финансовой поддержкой конкретных компаний, но оно может и должно выступать катализатором и инициатором в вопросах повышения конкурентоспособности экономики и способствовать модернизации частных предприятий, вовлекая их в инновационные процессы и тем самым создавая и улучшая производственный и конкурентный потенциал.

***Методы определения приоритетов индустриально-инновационной политики*.** Мировая практика показывает, что государство с рыночной экономикой может сотрудничать с частным сектором в осуществлении структурных преобразований в экономике. Наиболее удачные примеры этого сотрудничества имеются в Японии, Южной Корее, Малайзии и других странах, сделавших за последние тридцать лет крупный прорыв в области своего экономического развития.

Современный Китай также проводит политику сотрудничества с частным сектором в области развития стратегических направлений индустриального развития.

Исследования Всемирного Банка показывают, что все подходы к государственной индустриальной политике могут быть сведены к трем категориям: координация инвестиций, развитие делового сотрудничества и замещение рынка.

***Инициативы по координации инвестиций*.** В условиях недостаточно развитых рынков фирмы не в состоянии оценить величину спроса на новую и более качественную продукцию, которая будет создаваться по мере расширения производства. Государство берет на себя функцию координатора инвестиций, которые лишь при совместном осуществлении инвестиционных проектов приносят компаниям выгоду.

Следование этой модели координации инвестиций предполагает наличие у государственных и частных институтов определенного потенциала, что недоступно для большинства развивающихся стран.

***Инициативы по развитию делового сотрудничества*.** Инициативы в рамках активной государственной политики по деловому сотрудничеству могут быть нацелены непосредственно на укрепление деловых контактов с предпринимателями в следующих направлениях:

* специализированные категории покупателей формируют новые рыночные ниши и являются источником информации по стандартам продукции;
* поставщики оборудования передают вместе с ним производственный опыт;
* поставщики ресурсов способствуют появлению новых идей и методов производства, а конкуренты представляют собой богатый источник новых идей.

Группы фирм, покупателей, поставщиков оборудования и ресурсов, услуг, отраслевые ассоциации, конструкторские бюро и другие специализированные организации, работающие на принципах кооперации, действуют совместно в рамках одного и того же региона.

Странам с недостаточно развитым рынком может потребоваться катализатор (по своей природе он может быть государственным или частным) для приведения в движение кумулятивного процесса углубления рынка и развития делового сотрудничества.

***Замещение рынка*.** Этот подход связан с попытками правительства полностью вытеснить рынок. Чтобы придать импульс промышленному росту, государства поддаются соблазну подменить рыночные оценки информацией и оценками, генерируемыми в государственном секторе. Эти усилия редко приносят плоды.

Исходя из мирового опыта, основной упор при реализации Стратегии необходимо сделать на инициативы по координации инвестиций и развитию делового сотрудничества. Финансовая поддержка будет оказываться только на принципах долевого участия через институты развития. При этом частный сектор, включая банки второго уровня, должен брать на себя основные риски.

Через институты развития государство будет участвовать в проектах, которые ориентированы на создание целостной системы производств, создающих конкурентоспособную продукцию, последовательно развивая технологическую и экономическую ***цепочку добавленных стоимостей*** ***(ЦДС).*** Это позволит создавать многоотраслевые предприятия, работающие на конечный продукт, который отвечает всем параметрам конкурентоспособной продукции.

В современной мировой практике разработан и широко применяется метод анализа и выработки стратегии развития, основанный на рассмотрении отраслей экономики как ЦДС.

Суть этого метода заключается в том, что каждую отрасль можно рассматривать как цепь производств, которые последовательно добавляют стоимость конечного продукта.

Методика анализа отраслей посредством ЦДС выделяет два основных вида в зависимости от сил, которые двигают или преобладают в ЦДС. В связи с этим ЦДС в структурном плане разделяют на ***вертикальные*** и ***горизонтальные.***

Экономическая активность в вертикальных структурах ЦДС, как правило, сосредоточена в рамках одной компании. Например, одна и та же компания производит сырье, перерабатывает его, самостоятельно производит запасные части и производит сборку продукта.

В горизонтальных структурах ЦДС активность равномерно распределена по многим хозяйствующим субъектам: одни компании занимаются дизайном продукта, другие производят комплектующие, третьи - сборку.

Там, где преобладают производители, ЦДС, как правило, имеет вертикальную структуру, в то время как ЦДС, где преобладают покупатели, - горизонтальную структуру.

***В целом кто оказывает максимальное влияние на ЦДС, тот и получает наибольшую добавленную стоимость.***

Современная ЦДС автомобильной отрасли состоит из производителей запасных частей и частей автомобиля как таковых, предприятий, которые разрабатывают (дизайн) и собирают автомобили, а также дистрибьюторов. При этом предприятия, которые собирают машины, оказывают наибольшее влияние на цепь, главным образом в форме получения наибольшей добавленной стоимости.

ЦДС изготовления одежды является ярким примером покупательской ЦДС. Она состоит из дизайнерских фирм, оптовиков, розничных магазинов, ткацких фабрик, производителей и переработчиков сырья и фабрик по пошиву одежды. В этой цепи дизайнерские фирмы и оптовики играют исключительную роль. Они получают наибольшую добавленную стоимость и определяют, что производить.

В некоторых странах рост доходов населения, усиление экологических и других требований к производителям товаров оказывает значительное влияние на размещение добавленных стоимостей. Например, несмотря на то, что заработная плата в Гонконге значительно выросла, и он потерял свое конкурентное преимущество в индустрии изготовления одежды и обуви, страна не выпала из ЦДС. Причина заключается в том, что компании Гонконга имеют опыт и необходимые связи в получении квот на поставку одежды и обуви в США. Если правительство США отменит квоты, то, скорее всего, китайские компании будут заниматься поставками напрямую.

В условиях Казахстана ярким примером вертикальной структуры ЦДС являются ОАО «Казахмыс» и ОАО «Казцинк», которые имеют в своем составе производства, занимающиеся добычей руды, ее обогащением, производством первичного и вторичного металла, сопутствующих элементов (золото, серебро, редкоземельные металлы). Однако ЦДС на этом прерывается. Далее обработка продукта производится в компаниях других стран, в которых названные предприятия официально не участвуют, что значительно сокращает получаемую ими добавленную стоимость.

Примером нерационального производства является ОАО «Казахстантрактор». Это предприятие организовано по принципу приобретения у сторонних предприятий основных узлов для сборки гусеничных тракторов. При этом приобретает оно эти комплектующие узлы и детали у своих конкурентов. В итоге конечная цена трактора всегда выше, чем у конкурентов.

Для реализации индустриально-инновационной политики необходимо периодически осуществлять анализ уровня развития отраслей экономики с целью определения потенциально конкурентоспособных производств, в том числе экспортоориентированных, создающих экономическую ЦДС, с учетом тенденций развития мировых рынков и инициатив частного сектора.

Одновременно с этим Казахстану необходимо усилить исследования мировых и региональных рынков в целях нахождения своего места в отраслевых ЦДС. Эта задача затрудняется тем, что вхождение в мировую экономику, включая и сырьевой сектор, приходится начинать с нуля.

Вероятно, нет необходимости поощрять воспроизводство всей ЦДС, а только тех элементов, которые содержат наибольшую добавленную стоимость, или элементов, которые дают возможность выйти на мировые рынки и в дальнейшем продвигаться к экономической активности с более высокой добавленной стоимостью.

В связи с этим государственная поддержка должна комплексно оказываться по всем ключевым элементам ЦДС, а не в разрыве отдельных элементов, как это происходит сейчас. Другими словами, поддержка должна оказываться не отдельно взятому предприятию или отрасли, а всем или ключевым предприятиям даже в различных отраслях, но связанных в рамках единой ЦДС. В этом будут заключаться координирующая и планирующая функции государства.

Для проведения анализа отраслей экономики и различных производств с учетом методов ЦДС будет создан Центр маркетингово-аналитических исследований. Создание Центра обусловлено тем, что возникновение и становление отечественного рынка консалтинговых услуг в области маркетинга и углубленного исследования рынков находится в первоначальной стадии, расходы на аналитические исследования высокие и частный сектор испытывает потребность в аналитических исследованиях рынка, осуществляемых на мировом уровне. Деятельность Центра будет способствовать динамичному развитию этой отрасли. По мере роста и становления отечественного рынка консалтинговых услуг функционирование Центра как государственного станет нецелесообразным, и он будет приватизирован в среднесрочной перспективе от 3 до 5 лет.

***Использование инвестиционного и производственного потенциала топливно-энергетического комплекса (далее - ТЭК) и других базовых отраслей экономики для определения приоритетных направлений модернизации промышленности*.** Полем или базой для развития и формирования конкурентоспособных и экспортоориентированных производств по методу ЦДС должны стать производства, аккумулирующие в себе крупные инвестиционные проекты и производящие продукты, которые технологически можно многократно преобразовывать, увеличивая на каждом переделе размер добавленной стоимости.

Почти все страны-экспортеры нефти озабочены проблемой диверсификации своей экономики. В мире накоплен некоторый опыт в этом направлении.

В целях смягчения влияния изменения конъюнктуры на нефть и нефтепродукты страны - крупнейшие экспортеры нефти в последние десятилетия реализуют меры по совершенствованию производственной структуры экономики за счет перераспределения доходов, получаемых от экспорта нефти. Одновременно с этим проводится работа по экспорту капитала в другие страны с целью получения дохода от экономики развитых стран.

В Казахстане благоприятной средой для диверсификации структуры экономики является увеличивающийся с каждым годом объем инвестиций в нефтегазовую промышленность.

В связи с этим одним из основных движущих «локомотивов» развития индустрии является освоение казахстанского сектора Каспийского моря (КСКМ), в котором, по предварительным оценкам, общие запасы углеводородов составляют 8,0 млрд. тонн и который, как ожидается, обеспечит наиболее значительный прирост добычи углеводородов в Казахстане.

В перспективе добыча нефти из месторождений шельфа может достичь 150-200 млн. тонн в год и держаться на этом уровне в течение 25-30 лет.

Подсолевые месторождения северной части Каспийского моря характеризуются высоким содержанием в нефти растворенного газа - порядка 60%. Ожидается, что только в нефти месторождения Кашаган запасы извлекаемого газа могут сравниться с запасами Карачаганакского месторождения.

В целом развитие ТЭК Казахстана в средне- и долгосрочной перспективе будет определяться развитием КСКМ, так как рост добычи на оншорных месторождениях после 2006 года будет незначительным.

Каспийский регион будет переживать мощный рост инвестиционной и производственной активности, в значительной мере влияющий на общую экономическую динамику Казахстана, в связи с ростом добычи углеводородов, строительством магистральных, в том числе экспортных, нефте- и газопроводов, морских портов и портовых сооружений для хранения и перевалки грузов, железнодорожных нефтеналивных и газонаполнительных терминалов, введением новых мощностей в электроэнергетике и телекоммуникационной инфраструктуре.

Развитие добычи углеводородов на Каспии будет способствовать становлению отечественной сырьевой базы для нефтехимической индустрии. Вблизи промышленной зоны Кашаганского месторождения с привлечением крупных инвесторов планируется строительство нефтехимического комплекса по переработке попутного природного газа. Комплекс позволит получать широкую гамму жидких компонентов и первичных нефтехимических продуктов - этан, пропан, бутан, гексан, этилен, пропилен, ацетилен, бензол, ксилол и др., и на их основе пластические массы и эластомеры.

В ближайшие пятнадцать лет в развитие добычи казахстанской нефти инвесторы намерены вложить более 80 млрд. долл. США. Эти средства будут затрачены на создание производственных, инфраструктурных и социальных объектов, обеспечивающих работу вводимых предприятий.

Названные инвестиционные вложения создадут спрос на широкий спектр товаров и услуг, часть из которых будет носить временный для условий Казахстана характер, а другая часть будет направлена на создание производств, которые даже после исчерпания запасов нефти будут востребованы на внешнем и внутреннем рынках.

Например, развитие инфраструктуры Каспийского побережья создаст предпосылки для создания индустрии отдыха и развлечений, морские порты - для уменьшения транспортных расходов по перевозке грузов, машиностроительные заводы - для производства барж, грузовых, промысловых и военных кораблей, выпуска широкого ассортимента оборудования и бытовой техники и т.д.

Увеличение степени переработки сырья имеет хорошие перспективы в части развития ЦДС.

Углубление переработки нефти и газа позволит производить около 200 разновидностей полимерных изделий, которые используются практически во всех отраслях экономики и в быту. Развитие ЦДС в этом направлении создаст условия для образования многоотраслевой транснациональной корпорации.

Значительные перспективы для развития ЦДС имеются в металлургической промышленности. В Казахстане имеются запасы минеральных руд, содержащих почти 100 элементов периодической системы Д. Менделеева, из которых во времена СССР извлекалось в различные виды продукции 74 элемента. Продукция цветной металлургии Казахстана использовалась при производстве наукоемких и высокотехнологичных товаров - космических аппаратов, вооружения, электронной техники.

В Казахстане имеется как богатый научный потенциал в этой области, так и опыт внедрения на предприятиях цветной металлургии научно-инновационных разработок по извлечению из сложных и бедных руд, рудных отвалов, металлургических шлаков и хвостов переработки широкой гаммы цветных, благородных и редкоземельных металлов. Внедрение новых технологий по переработке металлургических шлаков и рудных отвалов позволит получать уже в среднесрочной перспективе продукт с высокой добавленной стоимостью.

Приток крупных инвестиций в Казахстан вызовет спрос на продукцию цветной металлургии, химической и мебельной промышленности и т.д. Все это возможно производить в Казахстане за счет углубления переработки нефти, газа и металлов, со временем эта продукция может найти свою нишу на мировом рынке.

Казахстан является одним из крупных мировых производителей зерна. Углубление процесса переработки зерна может стать отправной базой для построения многоотраслевой ЦДС. Направления развития такой цепочки видятся как в углублении технологического процесса переработки зерна, так и в развитии кормопроизводства, животноводства, производства мяса и молочной продукции. В ЦДС могут войти также элеваторы, заводы по производству сельскохозяйственной техники и минеральных удобрений, предприятия по производству натуральных пищевых красителей, фармацевтических изделий, продукции биотехнологий и др.

Названные направления диверсификации структуры экономики и ее экспортной ориентации потенциально являются приоритетными. Однако окончательное решение по оказанию государственной поддержки реализации предлагаемых проектов необходимо принимать только после детального анализа возможных конкурентных преимуществ в развитии переделов более глубокой переработки названных продуктов по методу ЦДС.

При определении приоритетных отраслей экономики по методу ЦДС необходимо обеспечить экономическое сотрудничество с региональными представителями ТНК на предмет организации совместных производств, предусматривающих дальнейшее развитие ЦДС.

***Потенциальные приоритеты в области создания наукоемких и высокотехнологичных производств*.** Одной из основных характеристик современного экономического развития является его неравномерный характер, обусловленный процессом периодического замещения технологий, созданных на основе передовых на определенном этапе времени научно-технических разработок. В момент смены технологических укладов страны, лидировавшие в предшествующий период, сталкиваются с обесценением капитала и утратой квалификации работников, занятых в прежних производствах. В то время как страны, успевшие создать заделы в формировании новой производственно-технологической системы, становятся центрами притяжения капитала, уходящего из традиционных сфер приложения.

Стратегия направлена на наращивание научно-технического, инновационного и производственного потенциала в перспективных направлениях постиндустриального развития, что должно способствовать получению в будущем принципиальных конкурентных преимуществ.

***Основными направлениями должны стать:***

1. Содействие в формировании высокотехнологичных производств, в том числе в создании эффективной системы трансферта технологий как зарубежного, так и межотраслевого.

2. Создание и поддержка деятельности современных элементов научной и инновационной инфраструктуры (технопарков, национальных научных центров, научно-технологических зон и т.п.) в городах, где имеется сеть научно-технических и промышленных организаций и предприятий с высоким научно-технологическим потенциалом.

3. Использование существующего научно-технического потенциала в развитии передовых, с точки зрения постиндустриальной экономики, отраслей.

Казахстан уже сегодня обладает научной базой, позволяющей развивать наукоемкие производства на основе отечественных разработок по ряду направлений, в том числе:

* биотехнологии (новые сорта и генотипы сельскохозяйственных культур и животных, штаммы бактерий и др.);
* ядерные технологии;
* космические технологии;
* создание новых материалов, химических продуктов и др.

4. Создание необходимых условий для проведения исследований в области современных научно-технических направлений, таких, как:

* новые материалы и химические технологии;
* информационные технологии.

5. Совершенствование законодательной базы, направленное на стимулирование инновационной деятельности научно-технических и производственных организаций и предприятий, привлечение инвестиций в сферу науки и инноваций, скорейшее вхождение инноваций в промышленность и сферу услуг.

* 1. **Рынок как экономическая категория. Условия возникновения рынка**

В процессе становления и развития товарно-денежных отношений формируется такой важнейший их элемент, как рынок. Поэтому причины возникновения товарно-денежных отношений раскрывают и причины возникновения товарного обращения и рынка. Вместе с тем рынок (как отдельный элемент) - это сложное образование, он имеет свою собственную структуру, для его функционирования и развития необходимы специфические условия. Со времени возникновения рынка разные направления и школы экономической мысли неоднозначно толковали его сущность.

Рынок как одна из категорий товарного производства в процессе эволюции испытал важные количественно-качественные изменения, которые не могли не сказаться на его определении в последние свыше два столетия.

Первую попытку дать научное определение рынка сделал французский экономист О. Курно. По его мнению, этот термин обозначает «любой район, на котором взаимоотношения покупателей и продавцов свободные, поэтому цены на одни и те же товары имеют тенденцию легко и быстро выравниваться». Английский экономист А. Маршалл утверждал, что «чем совершенее рынок, тем более сильной является тенденция к тому, чтобы во всех его пунктах в одно и то же время платили за одну и туже вещь одинаковую цену». В учебнике «Экономикс» рынок рассматривается как «институт или механизм, который сводит покупателей (представителей спроса) и продавцов (поставщиков) отдельных товаров и услуг».

***Рынок*** - понятие более широкое и вместительное, чем мы иногда думаем. Это и универмаги, универсамы, разные палатки, где покупают продукты питания, одежда, обувь, товары ежедневного употребления. Существуют рынки, на которых продают и покупают ценные бумаги (акции, облигации) - это ***фондовые биржи*.**

На товарных биржах, где продают товары (зерно, цемент, сахар) по стандартным показателям качества, покупатели и продавцы вступают в конкретные отношения. Два участника, или больше, берут на себя юридические обязательства, которыми определяются их действия и ответственность. Эти и прочие отношения между продавцами и покупателями по поводу существующих и потенциальных товаров формируют рынки.

Как явление хозяйственной жизни рынок появился много сотен лет назад вследствие развития производства и обмена, которые породили товарное хозяйство. Состоялось это через развитие общественного разделения труда, появление экономически самостоятельных, юридически независимых субъектов хозяйствования и перехода от натурального производства к прямому продуктообмену, а потом и к товарному обмену и рынку.

Хотя товарное производство, рынок, конкуренция существуют давно, не следует забывать, что человечество большую часть своей истории прожило без рынка - в царстве натурального хозяйства. В подобной модели хозяйства продукты производятся общиной или семьей для внутрихозяйственного потребления при прямом - командном - распоряжении ресурсами и уравнительном распределении созданного продукта. Однако при всей своей эгалитарности, то есть равенстве отдельных индивидов, натуральное хозяйство было основой бедности, а не богатства, что связано с узостью экономических отношений, отсутствием специализации, ограниченностью производства и капитала.

Переход от натурального хозяйства к товарному связан с формированием таких основных предпосылок, как экономическая обособленность или автономность товаропроизводителей, возможность или свобода для каждого экономического субъекта стремиться к обеспечению своих частных интересов и разделение труда между товаропроизводителями.

***Исторические условия возникновения рынка*** были следующими:

***Первое условие*** - общественное разделение труда, возникшее в глубокой древности. История знает ряд крупных ступеней общественного разделения труда. Первая из них - отделение скотоводства от земледелия, вторая - выделение ремесла как самостоятельной отрасли, третья - возникновение купечества. Затем стали дробиться отрасли, углублялась специализация отдельных производств. Этот процесс бесконечен, он объективно связан с ростом производительности труда.

Разделение труда неизбежно требует обмена. Уже древние скотоводы нуждались в продуктах земледелия, а земледельцы соответственно в пище. Обмен все более расширялся. Сначала он шел лишь внутри общины, затем возник межобщинный обмен. Первоначально он имел примитивные формы.

***Бартер*** - одна из простейших форм обмена. Конечно, ему еще далеко до подлинного рынка. Ведь интересы «покупателя» и «продавца» могли не совпадать. Тогда приходилось совершать не один, а несколько обменов, чтобы за свой продукт получить то, что требовалось. Развитие обмена привело к появлению денег, которое расширило стимулы к производству тех или иных товаров специально для продажи. Только тогда и смогло появиться товарное производство в подлинном смысле слова, т.е. производство таких изделий, которые нужны их производителю не для собственного потребления, а в качестве носителя стоимости, позволяющего получить взамен десятки других нужных для него предметов. Иными словами, появилось производство на рынок, для удовлетворения потребностей других людей.

***Второе условие*** - это экономическая обособленность или автономность производителей, возможность или свобода для каждого экономического субъекта стремиться к обеспечению своих частичных интересов и разделение труда между товаропроизводителями. Товарный обмен обязательно предполагает стремление к эквивалентности. Никто не хочет проиграть, т.е. хочет получить взамен своего товара эквивалентное количество другого. А такое стремление возникает на основе экономической ограниченности, обособленности интересов. Эта обособленность исторически возникает на базе частной собственности. В дальнейшем она начала опираться и на коллективную собственность, но обязательно ограниченную каким-то локальным кругом интересов (кооперативы, товарищества, акционерные общества, государственные предприятия, смешанные предприятия, т.е. с государственным участием, и т.д.).

***Третье условие*** связано с развитием и углублением общественного разделения труда, в том числе отношений специализации и кооперации производства. На определенном развитии натурального хозяйства стало ясно, что любое многочисленное сообщество людей не сможет прожить за счет полного самообеспечения при возрастающих потребностях, поэтому различные группы производителей начинают специализироваться на выпуске одного какого-либо продукта, предлагая его в обмен на все остальные необходимые ему для жизни. Постепенно такая практика расширяется и приводит к разрушению натурального хозяйства, образованию товарного производства.

Наличие подобных предпосылок в обществе и делает рыночную, товарную форму связей преобладающей. Рынок с присущей ему конкуренцией создает прочную основу товарного хозяйства (производства), становится главным элементом этого механизма. Множество «внутренних миров», какими являются производственные системы независимых автономных товаропроизводителей, повседневно выталкивают во «внешнюю сферу», на рынок свою продукцию. Товары одних производителей сталкиваются на рынке с товарами других, вступая с ними в конкуренцию за деньги покупателя.

***Рынок*** - понятие многомерное, поэтому достаточно трудно охарактеризовать его однозначно. В упрощенном, узком понимании рынок можно рассматривать как любое место торговли (обмена) товарами и услугами. Характерно, что в бытовом представлении людей рынок как место купли-продажи ассоциировался, прежде всего, с колхозными продовольственными рынками, рынками сельскохозяйственной и кустарной продукции, а также с базарами и ярмарками. Магазины розничной и оптовой торговли не принято было называть рынками. Отсюда искаженное, суженное представление о рынке даже в простейшем понимании этого слова. Ведь если рынок есть место купли и продажи, то нет разницы, в каком здании, под какой крышей или просто на вольном воздухе происходит торговля.

В более обобщенном смысле рынок есть вся совокупность процессов торговли, актов купли-продажи вне зависимости от того, где они происходят. В данном случае рынок понимается как торговля в широком смысле слова, как рыночный процесс соединения продавца с покупателем и характеризуется многими экстерриториальными признаками, такими, как вид продаваемых товаров, объем продаж и покупок (емкость рынка), способ торговли, уровень цен (дорогой, дешевый).

Вышеназванные определения рынка неполны и односторонни. Рынок есть система экономических отношений между людьми, предприятиями, государствами, опирающаяся, прежде всего на принцип, согласно которому все в мире продается и покупается, обменивается на свободной основе, без принуждения, но с соблюдением правил платности. Иначе говоря, рынок - это экономические отношения, строящиеся на основе рыночных законов и принципов.

***Субъекты рынка и его основные элементы***

Рынок, представляя собой совокупность товарно-денежных отношений, возникающих в результате купли-продажи товаров и услуг, налаживает тем самым взаимодействие трех главных экономических субъектов. Ими являются государство (правительство), предприятия, фирмы (бизнес) и домашние хозяйства.

Государство как субъект рыночного хозяйства действует через систему государственных учреждений и бюджетных организаций, которые выполняют функции государственного регулирования экономики. Государство в лице правительства осуществляет закупки широкого спектра товаров. На рынке труда государство закупает рабочую силу, необходимую для службы в государственных учреждениях и бюджетных организациях, на рынке средств производства и предметов потребления приобретает у производителей товары общественного, государственного пользования, в том числе вооружение, здания, машины и ряд других товаров, поступающих в результате закупок в государственную собственность и частично предоставляемых затем населению. В качестве продавца государство продает в основном услуги, но способно продавать землю, природные ресурсы, жилье, другие товары, находящиеся в государственной собственности, Обычно объем государственных продаж на рынке существенно ниже объема государственных закупок.

Предприятия, фирмы функционируют ради получения дохода (прибыли) и являются основными поставщиками на рынок разнообразных товаров и услуг. В ряде случаев они могут продавать принадлежащие им имущественные ценности и материальные запасы, в том числе земельные участки, здания, сырье, оборудование. Торговые предприятия продают на рынке все товары своего торгового ассортимента. Приобретают же предприятия на рынке в первую очередь рабочую силу у домашних хозяйств, необходимую им продукцию других предприятий, природные ресурсы у их владельцев, могут приобретать также деньги в виде кредитов и ценные бумаги.

***Домашнее хозяйство*** - это единица, состоящая из одного и более человек, функционирующая в потребительском секторе. Домашние хозяйства продают на рынке свой труд и способны продавать принадлежащие им товары в виде земли, капитала, имущества, отдельных видов товаров и услуг потребительского назначения. Предметом покупок выступают потребительские товары и услуги.

Таким образом, рынок оказывается на скрещивании множества дорог, по которым в одну сторону, от продавца к покупателю, движутся продаваемые одними и покупаемые другими ресурсы, продукция, товары, услуги, а в другую - направляются денежные потоки от покупателей к продавцам в виде платы за купленные товары.

Любой рынок, независимо от его конкретного вида, базируется на трех основных элементах: ***цене, спросе и предложении, конкуренции.***

***Инструменты*** способствовали установлению равновесия на рынке.

***Во-первых, это цены.*** Изменение относительных цен послужило ориентиром для производителя при определении необходимости изменения объемов производства. Изменение цен повлияло на выбор технологии производства. Цены в конечном итоге предопределили и то, кем при данном уровне доходов будет потреблен продукт.

***Во-вторых, это спрос и предложение. Спрос (платежеспособный)*** - это представленная на рынке потребность в товарах, определяемая количеством тех или иных товаров, которые потребители могут купить при сложившихся ценах и денежных доходах. ***Предложение*** - это количество товаров, которое имеется в продаже при данной цене. Изменение соотношения между спросом и предложением порождает колебания рыночных цен вокруг так называемой цены равновесия. Через эти колебания устанавливается тот уровень цен, при котором обеспечивается равновесие спроса и предложения и в конечном итоге равновесие производства и потребления.

Наконец***, в-третьих, это конкуренция.*** Цель каждого предпринимателя - максимизация прибыли, а, следовательно, и расширение масштабов хозяйственной деятельности. Это с неизбежностью приводит к взаимной борьбе предпринимателей за наиболее выгодные условия производства и сбытов товаров, рост объемов производства, и они выступают по отношению друг к другу как соперники или конкуренты. Если предложение какого-либо товара больше, чем спрос на него, то усиливается конкурентная борьба между продавцами. Каждый из них, чтобы продать свой товар, зачастую вынужден снижать цену, что, как правило, влечет за собой сокращение данного товара. Если спрос больше, чем предложение, то конкурировать друг с другом вынуждены уже покупатели. Чтобы иметь возможность приобрести дефицитный товар, каждый из них старается предложить по возможности более высокую цену, чем это могут сделать его соперники. Цена повышается, и это стимулирует увеличение предложение данного товара.

***Виды рынка***

Познание рынка как экономической категории невозможно без глубокого анализа его структуры, то есть элементов, из которых он складывается, и которые взаимодействуют между собою. Для этого следует избрать критерий, за которым можно разграничить элементы рынка. Таких критериев может быть несколько, поскольку рынок есть сложным и разнообразным образованием экономической жизни.

***Классификацию рынков можно провести по следующим признакам:***

а) по географическому фактору. Можно говорить о рынке внутреннем, когда отношения обмена осуществляются контрагентом на территории своей страны, и внешнем, когда он действует на территории другого государства. В свою очередь, внутренний рынок можно подразделить на ряд региональных рынков;

б) по объектам купли-продажи.

В целом рынки можно классифицировать следующим образом:

***рынки потребительских товаров и услуг:***

* рынок продовольственных товаров;
* рынок непродовольственных товаров;
* рынок услуг;

***рынки факторов производства:***

* рынок рабочей силы (рынок труда);
* рынок средств производства;
* рынок сырья;

***рынки недвижимости:***

* рынок жилья;
* рынок земли;

***финансовый рынок:***

* фондовый рынок;
* денежный рынок;
* фьючерсный рынок или рынок срочных контрактов; информационный рынок;
* рынок духовно-интеллектуального продукта.

На рынке потребительских товаров происходит купля-продажа предметов потребления. В качестве продавцов на этом рынке выступает производитель, поставляющий на рынок товары, в качестве потребителя - домашние хозяйства.

В зависимости от объектов продаж такой товарный рынок подразделяется на рынок продовольственных товаров и промышленных товаров. ***Рынок продовольственных товаров***, или продовольственный рынок, как ясно из названия, предназначен для продажи продавцами и приобретения покупателями продуктов питания, продовольствия.

***Рынок промышленных* *(непродовольственных) потребительских*** товаров предназначен для продажи обширной группы товаров народного потребления, включая одежду, обувь, головные уборы, предметы галантереи и парфюмерии, бытовые товары, предметы хозяйственного обихода, мебель, культтовары, книги и письменные принадлежности, лекарства, отдельные виды строительных материалов, транспортные средства личного и семейного пользования и другие товары аналогичного назначения.

***Рынок услуг*** (бытовых, коммунальных, информационных) охватывает платные услуги по бытовому обслуживанию населения (прачечные, химчистки, парикмахерские, бани, транспортные услуги, услуги связи, охрана), коммунальные услуги (водоснабжение, теплоснабжение, энергоснабжение, газоснабжение жилищ, обслуживание лифтового хозяйства, поддержание нормального функционирования домов и квартир) и прилегающие к ним услуги по ремонту жилья, бытовой аппаратуры и на информационные услуги (справки, реклама, размножение информации, консультирование, нотариат, оповещение, подготовительное обучение). обслуживании. В развитых странах мира в сфере услуг занят свыше 70% трудоспособного населения, в США - до 75%; создается соответствующая частица ВВП. Это свидетельствует о существовании развитого рынка услуг.

***Рынок недвижимости*** охватывает в качестве объекта продаж недвижимость в виде, прежде всего двух основных товаров - жилья и земли. Рынок жилья распространяет свое действие на жилые помещения. Возникли организации, торгующие жильем, квартиры и дома стали объектом продажи на аукционах, биржах. Рынок непроизводственных зданий и сооружений, имущественных ценностей, используемых в социально-культурной сфере, образует основу рынка недвижимости.

Особой категорией рынка недвижимости выступает земля как объект личной собственности, приобретаемой домашними хозяйствами для непроизводственного назначения.

***Рынок факторов производства*** предполагает куплю-продажу экономических ресурсов или факторов производства, которые делятся на первичные производственные факторы, представляемые домашними хозяйствами, такие, как земля (естественные ресурсы), капитал (инвестиционные ресурсы), труд, и промежуточные, представляемые предприятиями другим предприятиям (полуфабрикаты).

Кроме того, земля как объект, товар разнородна и делится на сельско­хозяйственные угодья, пашню, зоны прокладки коммуникаций, зоны залегания полезных ископаемых, строительные площади под жилье и объекты, зоны отдыха. Для каждого из этих видов земельных ресурсов возможен свой рынок, свои цены, свой механизм ценообразования.

***Рынок средств производства***может быть назван рынком физического капитала, это исключительно обширный рынок, в сферу действия которого попадают все материально-технические объекты, участвующие в про­изводстве прямо или косвенно. Поэтому он состоит из трех рынков. Это, во-первых, рынок купли-продажи производственных зданий и сооружений; во-вторых, рынок машин, технологического оборудования, приборов, аппаратов производственного назначения; в-третьих, рынок сырья, материалов, полуфабрикатов, энергии, из которых и посредством которых изготовляется продукция.

***Рынок рабочей силы*** - это свободная продажа каждым трудоспособным человеком своих трудовых возможностей и свободный наем работников. Такой рынок корректнее называть рынком труда и рабочих мест. Обладатель рабочей силы, то есть способностей к труду, использует на рынке труда право продажи рабочей силы по рыночной цене с закреплением акта купли-продажи в трудовом контракте между нанимателем и наемным работником. В наиболее явной форме рынок рабочей силы проявляется в виде бирж труда.

Важным экономическим ресурсом, от которого зависит конкурентоспособность и эффективность производства, являются инновации. Поэтому с некоторой степенью условности отнесем к рынку факторов производства рынок инноваций. Это специфическая область купли-продажи, в которой объектом торговли являются технические и социально-экономические новшества, рационализаторские предложения, изобретения, патенты, технологические нововведения. Иногда все эти объекты объ­единяют под единым названием «ноу-хау», то есть достижения научно-технического прогресса. Частью рынка инноваций является рынок патентов и лицензий.

***Финансовый рынок*** отражает спрос и предложение финансовых средств, то есть денег, валюты, акций, облигаций и других ценных бумаг. На рынках такого типа одни деньги и денежные средства продаются за другие. Финансовый рынок - не просто обменный, позволяющий покупать и продавать денежные средства, он призван обслуживать товарные рынки и рынок услуг, формировать и обеспечивать товарно-денежные отношения во всем многообразии их проявлений. Преимущественно операции на валютном рынке осуществляют в наибольших банковских и валютно-биржевых центрах Лондона, Нью-Йорка, Цюриха, Токио и других городах. За 2000-2010 гг. ежедневный объем операций на мировом валютном рынке возрос с 880 млрд долл. до 1,9 трлн долл.

***Рынок ценных бумаг***, иначе говоря, фондовый рынок является основной частью финансового рынка и представляет собой форму купли-продажи ценных бумаг. Он подразделяется на первичный рынок, где происходит размещение новых выпусков ценных бумаг, и вторичный, предполагающий перепродажу ценных бумаг.

***Рынок ссудных капиталов*** представлен в виде продавцов (банков) и покупателей (фирм, населения, государства) кредита. В то же время в качестве продавцов могут выступать население, фирмы, государство, предлагающие свободные денежные средства продавцу в лице банка.

***Денежный рынок*** - это рынок купли-продажи краткосрочных взаимных ссуд финансовых учреждений. Основными элементами денежного рынка выступают спрос на деньги и предложение денег. Этими факторами определяется цена ссудного денежного капитала, которым торгуют на денежном рынке. Особенностью денежного рынка является тот факт, что сделки, происходящие на этом рынке, опосредуются коммерческими банками.

***Рынки срочных контрактов***, или фьючерсные рынки, представляют собой важнейший инструмент решения проблемы неопределенности цен и выступают как форма купли-продажи срочных контрактов. Рынки фьючерсные или рынки срочных контрактов делятся на биржевой рынок и внебиржевой. Биржевой рынок - это совокупность сделок, совершаемых на фондовых и фьючерсных биржах, а также в фондовых и фьючерсных отделах товарных и валютных бирж. Внебиржевой рынок - сделки со срочными контрактами на различные активы, проходящие вне биржи. Он менее организован и получил на Западе название «уличного» рынка.

Рынки срочных контрактов включают товарный рынок срочных контрактов, валютный рынок срочных контрактов, рынок срочных контрактов на ценные бумаги, рынок срочных контрактов по процентным ставкам, рынок срочных контрактов на фондовый индекс.

Функционирование рынка товарных срочных контрактов проявляется в сведении в одном месте потребителя и производителя с тем, чтобы они договорились о той цене, по которой определенные товары перейдут из рук в руки в определенные сроки в будущем. Основным продуктом продажи на таких рынках выступают фьючерсные и форвардные контракты на поставку товаров. Первые рынки валютных контрактов начали действовать в 1982 году на Европейском опционном рынке в Амстердаме и на Филадельфийской бирже. Объектом сделок на рынке срочных контрактов на ценные бумаги выступают пакеты ценных бумаг, которые включены в листинг, то есть отвечают требованиям министерства финансов.

***Информационный рынок*** представляется целесообразным выделить особо. Товаром на подобном рынке выступает специфический продукт - информация, значение которой в производстве и общественной жизни чрезвычайно возросло за последние десятилетия. Информационный продукт, понимаемый в широком смысле слова, включает в себя массивы деловой, коммерческой, научной, культурной и иной информации.

***Рынок духовного, интеллектуального продукта*** распространяет свое действие на знания, культурные ценности, информацию, произведения искусства. По сути, рассмотренный выше рынок инноваций есть часть более обширного рынка интеллектуального продукта, творений человеческой мысли.

К рынку интеллектуального продукта следует отнести куплю-продажу услуг культуры, образования, здравоохранения, а также любого информационного продукта, возникающего в результате духовной деятельности.

Важная роль в создании ***потребительского рынка*** должна принадлежать государству. Это проведения гибкой и эффективной инвестиционной политики относительно структурной перестройки народного хозяйства, кредитной, налоговой политики в областях, которые вырабатывают товары народного потребления, внешнеэкономической политики с привлечением иностранных инвесторов в области, которые поставляют продукцию на рынок товаров потребления. Государство должно стимулировать деловую активность в социально значащих областях.

***Рынок совершенной конкуренции.***Наивысшей конкурентностью обладает рынок, где полностью отсутствует возможность влияния участников рыночного процесса на условия реализации продукции и прежде всего на цены. Такой рынок именуют свободным или чисто конкурентным, иногда его называют рынком с атомистической структурой. Режим рынка свободной конкуренции определяется следующими признаками:

* количество, как продавцов, так и покупателей настолько велико, что ни один из них и ни одна группа не способны существенно повлиять на рыночные процессы, прежде всего на цены.
* всеми продавцами предлагаются для продажи одинаковые, идентичные по свойствам товары и услуги, так называемый стандартизированный товар, который не предполагает индивидуальных характеристик товара, особых товарных знаков и марок.
* все продавцы и покупатели обладают полным объемом рыночной информации (о ценах, товарах, спросе, предложении);
* покупатели и продавцы могут свободно входить на рынок и покидать его в силу отсутствия каких-либо законодательных, финансовых, технологических ограничений, барьеров;
* все материальные, финансовые и прочие ресурсы мобильны, участники рынка могут свободно привлечь нужные ресурсы.

А так как на рынке совершенной конкуренции условия продаж заданы, все его участники находятся в равноправном положении и никто из его участников не в состоянии повлиять на равновесную цену, то соревнование между ними возникает в стремлении продать больше своего товара по более низкой, «своей» цене при прочих равных условиях.

Продавец и стоящий за ним производитель товара могут улучшить свои позиции на подобном рынке лишь путем уменьшения затрат на производство продукции.

Производитель, снижающий издержки производства, обладает возможностью снизить цену, сохранив прибыль, получаемую при продаже каждой единицы товара. Благодаря снижению цены он увеличивает объем продаж и получаемую прибыль до тех пор, пока другие производители и продавцы такого товара также не снизят цену. Таким образом, благодаря свободной конкуренции на рынке достигается одновременный выигрыш производителя (продавца) и покупателя (потребителя), приобретающего товары по более низким ценам.

Однако у высококонкурентного рынка есть и слабые стороны. Принцип неограниченного количества продавцов одного товара в известной мере адекватен незначительности капитала каждого из участников рынка. Следовательно, рынок совершенной конкуренции ставит препятствие концентрации капитала, без которой не удается создавать крупные производства, осуществлять научно-техническое развитие, реализовать масштабные проекты. Кроме того, как уже указывалось, практически не представляется возможным одновременно выполнить все условия, соблюсти критерии свободного рынка.

Большинство реально функционирующих рынков отличаются от идеальной модели совершенной конкуренции. Отдельные производители или их объединения в состоянии воздействовать на условия продажи, в частности на цены. Поэтому все рынки несовершенной конкуренции называют «рынками делателей цен». Основным отличием их выступает степень монополизации.

На рынке ***монополистической конкуренции***в значительной степени соблюдается принцип разнообразия товаров, производимых разными фирмами. В общем виде монополистическая конкуренция представляет собой рыночную структуру, в которой относительно большое число продавцов (несколько десятков фирм) предлагает для продажи схожую, но не идентичную продукцию. При этом каждая из фирм, представленных на рынке монополистической конкуренции, может чувствовать себя относительно независимо, не придавая значения реакции других фирм. Примером такой отрасли может служить производство верхней одежды, обуви, парфюмерно-косметических товаров, книгоиздание, туризм.

В условиях монополистической конкуренции с дифференциацией продукта рычагом конкуренции становятся не только цены, но в той, же степени и качество товара, предполагающее различие между одними и теми, же товарами. Продукты могут быть дифференцированы на основе размещения и доступности, примером тому мини-маркеты у станций метро и супермаркеты вдали от него. Соответственно на рынках монополистической конкуренции с дифференциацией товара разными считаются не только товары, отличающиеся по виду и назначению, но и качеством, рекламирова­нием организацией торговли, способами привлечения к ним покупателей.

Производители в условиях монополистической конкуренции обладают ограниченной степенью контроля над ценами в силу того, что покупатели и продавцы не связаны стихийно, а покупатели своими предпочтениями определяют необходимость и цену той иной продукции. Й еще один штрих, характеризующий монополистическую конкуренцию, - легкость вступления в отрасль новых фирм.

Наиболее типичен для современной рыночной экономики ***олигополистический рынок*** (от греческого oligos - немногие и poleo - продаю). Такой рынок обычно представлен несколькими относительно крупными и близкими по масштабу продаж и степени влияния участниками. Главный определяющий признак олигополии - немногочисленность, ограниченное число господствующих на рынке продавцов (производителей).

Хотя нет четкого количественного критерия олигополии, обычно число фирм на олигополистическом рынке не превышает десяти и колеблется в пределах от трех до десяти. Четыре крупнейшие корпорации в США выпускают 80% моющих средств, 90% сигарет, 70% швейных машин. Олигополистические признаки чаще всего отмечаются в автомобильной, фармацевтической, электронной, химической промышленности.

На олигополистическом рынке могут быть представлены как однородные, например сталь, уголь, алюминий, так и дифференцированные продукты (автомобили, моющие средства, электробытовые приборы).

На рынке, где господствуют несколько монопольных продавцов, фирм, каждый из его участников занимает весомое положение, так как на его долю приходится значительная часть продаж. Это, с одной стороны, дает возможность одной из фирм влиять на рынок в целом и на других его участников. Но с другой стороны, так как основная часть продаж приходится на остальные фирмы, то любой из олигополистов находится под существенным воздействием поведения остальных и вынужден учитывать эту зависимость. Поэтому ценовой диктат цен при олигополии ограничен.

Олигополистический рынок отличается от совершенного конкурентного рынка особенностями изменения цен. При совершенной конкуренции цены постоянно изменяются в зависимости от колебаний спроса и предложения. При олигополии же цены изменяются не так часто, а, как правило, через большие промежутки времени и значительно. Основным моментом становится и наличие барьеров при вхождении в эту отрасль. Прежде всего, им является величина фирмы, то есть для проникновения на такой рынок фирма должна быть достаточно крупной, выпускать значительное количество товара, иметь возможность снижения издержек. Существование олигополии обусловлено тенденцией слияния нескольких небольших фирм, выпускающих однородную продукцию, приводящей к уменьшению ко­личества фирм.

Существуют различные точки зрения на экономическую эффективность олигополии. Согласно одной, рыночная власть «фирм-гигантов» необходима для достижения быстрых темпов научно-технического прогресса: олигополии выпускают лучшую продукцию по более низким ценам, в сравнении с отраслью, представленной множеством мелких конкурирующих фирм. Согласно другой, более традиционной точке зрения, ценообразование и производство в условиях олигополии схожи с аналогичными результатами в условиях чистой монополии.

***Рыночная дуополия*** есть частный случай олигополии, при котором количество фирм-продавцов (производителей), представленных на рынке, сокращается до двух. Выделение этой категории в особый тип обусловлено тем, что в данном случае каждой фирме принадлежит весьма значительная доля рынка, поэтому она приобретает уже не частичный, а полуограниченный контроль над рынком (продажами, ценами), что приближает дуополию к чистой, полной монополии.

Наибольшей монополизации рынок достигает в условиях абсолютной или чистой монополии (слово «монополия» происходит от греческого «monos polein» - «единственный продавец»), являющейся полярной противоположностью совершенной конкуренции. Абсолютно монополизированный рынок характеризуется следующими признаками:

* товар на рынке продает единственный продавец, иначе говоря, отрасль представлена одной фирмой;
* товар уникален в том смысле, что не имеет близких заменителей. Для покупателя это означает отсутствие альтернативы, так как он должен либо купить товар у монополиста, либо вынужден обойтись без этого товара;
* продавец торгует только своим товаром;
* продавец диктует цену рынку в силу полного контроля над ним;
* вступление в отрасль заблокировано.

Итак, чистый монополист не имеет прямых конкурентов, и это отсутствие конкуренции в значительной степени объяснимо, если проанализировать существующие барьеры для вступления в отрасль. Подобными барьерами может быть все, что блокирует дополнительное вступление в отрасль фирм, а значит, и потенциальную конкуренцию.

На практике наиболее близки к модели рынка чистой монополии, так называемые естественные монополии. Они складываются в тех сферах, где конкуренция затруднительна или вообще неприменима, так как продукт может быть произведен только одной фирмой. К таким естественным монополиям относится большинство предприятий общественного, коммунального обслуживания, предоставляющих населению газ, электричество, тепловую энергию, предприятия водоснабжения, кабельное телевидение, средства транспорта. Почти все рынки подобных товаров и услуг подлежат государственному регулированию.

Помимо естественной монополии не исключено возникновение маломасштабной и временной монополии на продажу отдельных видов товаров и услуг, например продажа билетов на спортивные зрелища или концерты. Иногда монополия может быть обусловлена изоляцией рынка.

Помимо этой основной классификации рынок может подразделяться по степени регулируемости - регулируемый и нерегулируемый.

В зависимости от характера воздействия государства в лице государственных органов на основных участников рыночного процесса и их взаимодействия на рынке различают три типа рынков: нерегулируемый, регулируемый (частично регулируемый) и централизованно управляемый.

Нерегулируемый рынок в «чистом» виде существовал лишь на ранней стадии возникновения обмена. Это стихийный рынок, на котором объемы продаж и цены формируются в результате прямых контактов, торга между участниками процесса купли-продажи. Практически отсутствует государственное вмешательство в рыночный процесс.

В современных условиях нерегулируемый рынок можно наблюдать лишь в известном приближении в виде «толкучек», «блошиных рынков», прочих локальных торговых сделок. В значительной степени нерегулируемы «теневые» или «черные», нелегальные рынки.

Противоположностью нерегулируемого является централизованно управляемый рынок, в котором все отношения находятся под наблюдением и контролем недремлющего государственного ока, предписывающего образ действий каждого субъекта рыночного процесса.

На централизованно управляемом рынке вопросы: «Что производить?», «Как производить?», «Для кого производить?» - решаются государственными органами, выдающими однонаправленные плановые или административно-распорядительские указания. На самом деле при такой системе рынок превращается в инструмент государственного распределения, в котором за покупателем частично сохранено лишь право принятия решения, когда и сколько покупать. Кроме того, торговые посредники и потребители могут выражать свои пожелания в форме предварительных заявок на производство и поставки продукции.

Централизованно управляемый рынок имеет место в условиях господства государственной собственности на основные средства рыночных структур и на товар. Рынок подменяется фактически государственной торговлей, практически целиком управляемой государственными органами.

В государствах с экономикой рыночного типа действуют регулируемые рынки.

Рыночное регулирование подразумевает, что государство в лице законодательных и исполнительных органов устанавливает самые общие правила поведения участников рынка, чаще всего в виде «мягких» или «узких» ограничений, касающихся видов товаров, условий продажи, цен. Отношения между государством и агентами рыночного процесса приобретают двунаправленный характер, то есть, возможно, регулирование на основе договоров, соглашений, государственных заказов, контрактов. Для исключения диктата какого-либо субъекта рыночных отношений, в особен­ности производителя, государство использует антимонопольные меры.

Существование регулируемых рынков подобного типа связано с преобладанием в рыночном хозяйстве негосударственных форм собственности: частной, групповой, коллективной, акционерной. Поэтому возможности государственного вмешательства в экономику ограничиваются.

Одним из признаков классификации рынков могут быть его расположение, зона охвата рыночного пространства. Различают местный, национальный и мировой рынок.

***Местный рынок*** - стартовая форма рыночной территории, обычно развивающаяся в пределах села, города. Он был характерен доиндустриальной стадии производства.

***Национальный (внутренний для страны) рынок*** образовался на индустриальной стадии производства. Усовершенствованные транспорт, связь и реклама помогли обеспечить выгодность реализации товаров во всех регионах страны. В итоге местные рынки стали органическими составными частями внутреннего рынка государства.

Самым крупным и всеобъемлющим является ***мировой рынок*,** включающий сферу международного обмена. Под термином «мировой рынок» понимают любые товарообменные процессы между странами, связанные с куплей-продажей всего множества продукции, товаров, услуг, независимо от того, кто является агентом торговых операций. Обычно рынок принято называть мировым, если он обладает следующими признаками:

* участие в рынке многих стран;
* крупномасштабность сделок;
* регулярность товарообменных операций; ведение расчетов по торговым операциям в свободно конвертируемой валюте.

Совокупность рынков, действующих в пределах, внутри страны, обменных процессов и товарно-денежных отношений между участниками процессов на этих рынках именуют внутренним (национальным) рынком. Внутренний рынок образует сферу обращения национальной экономики, а точнее, ту ее часть, которая функционирует, видоизменяется, развивается согласно законам, правилам, нормам, распространяющим свое действие на национальную экономику.

***В составе внутреннего и мирового рынков могут выделяться региональные рынки*.** О региональных рынках как самостоятельных структурных образованиях принято говорить, если наблюдается формирование достаточно масштабных, регулярно действующих территориальных рыночных образований с ярко выраженными региональ­ными признаками. В то же время правомерно говорить о региональном рынке в том смысле, что зона его расположения есть определенная территория.

Разные рынки различаются способом, посредством которого товар поступает от производителя к продавцу и от продавца к покупателю, объемом единичных продаж, формами оплаты товара, а также степенью легализации рыночных процессов.

***Рынок непосредственной продажи*** - это рынок, в котором продавец получает, приобретает товары и продает их за наличные деньги или иные платежные средства покупателю. Обычно такой вид продажи товаров мы наблюдаем в магазинах, ларьках, на продовольственных и вещевых рынках.

Продажа за безналичные (по безналичному расчету) имеет место, когда покупка оплачивается покупателем не непосредственно, а по перечислению. В этом случае банк по поручению покупателя снимает с его счета деньги и переводит их на счет продавца.

Продажа товаров в кредит широко распространена в странах с рыночной экономикой. Покупатель в данном случае приобретает товар в обмен на обязательство выплатить деньги целиком или отдельными частями позже в оговоренные обязательством сроки.

В редких случаях наблюдается продажа товаров в залог под личное имущество покупателя. Покупатель закладывает продавцу свои вещи и затем выкупает их, возвращая плату за товар, аналогично тому, как получают деньги за заклад вещей в ломбардах.

Предоставление товаров в прокат за определенную плату можно охарактеризовать как продажу товаров на определенное время пользования.

Наконец, возможна товарообменная продажа, при которой продавцы продают товар в обмен на другие товары.

По признаку объемов продаж различают оптовый и розничный рынки.

***Рынок оптовой торговли*** - это купля и продажа товара в больших количествах, крупными партиями продавцами непосредственно у производителей или на торговых базах, через биржи, на ярмарках.

***Рынок розничной торговли*** представляет собой куплю-продажу единичных товаров, то есть в небольшом количестве по розничной цене. Обычно в розницу продаются товары в магазинах, в торговых палатках, с рук, на продовольственных и вещевых рынках индивидуальным покупателям.

По степени легализации рыночных процессов различают ***легальный*** (открытый, узаконенный) и так называемый ***«черный» рынок*.** Последний рынок возникает чаще всего либо как сфера подпольной торговли товарами, свободная продажа которых запрещена законом (наркотики, оружие, порнография), либо как область торговли любыми товарами, но при нарушении указанных правил и норм торговли (в неположенном месте, при отсутствии лицензий, неуплате сборов, налогов, пошлин). Во втором случае правильнее говорить не о «черном», а о «теневом» рынке. Характерно, что теневой рынок вполне способен быть легитимным, то есть законопризнанным. Его существование зачастую имеет причиной простое нежелание участников рынка выносить на свет наличие рыночных отношений между ними.

**Функции рынка**

Утвердившиеся в обществе рыночные отношения оказывают огромное воздействие на все стороны хозяйственной жизни, выполняя ряд существенных функций.

***Функция информационная***. Через постоянно меняющиеся цены, процентные ставки на кредит рынок дает участникам производства объективную информацию об общественно необходимом количестве, ассортименте и качестве тех товаров и услуг которые поставляются на рынок.

Стихийно протекающие операции превращают рынок в гигантский компьютер, собирающий и перерабатывающий колоссальные объемы точечной информации и выдающий обобщенные данные по всему тому хозяйственному пространству, которое он охватывает. Это позволяет каждому предприятию постоянно сверять собственное производство с меняющимися условиями рынка.

***Функция посредническая*.** Экономически обособленные производители в условиях глубокого общественного разделения труда должны найти друг друга и обменяться результатами своей деятельности. Без рынка практически невозможно определить, насколько взаимовыгодной является та или иная технологическая и экономическая связь между конкретными участниками общественного производства. В нормальной рыночной экономике с достаточно развитой конкуренцией потребитель имеет возможность выбора оптимального поставщика (с точки зрения качества продукции, ее цены, сроков поставки, после сбытового обслуживания и других параметров). В то же время продавцу предоставляется возможность выбрать наиболее подходящего покупателя.

***Функция ценообразующая*.** Поступающие обычно на рынок продукты и услуги одного назначения содержат неодинаковое количество материальных и трудовых затрат. Но рынок признает лишь общественно необходимые затраты, только их согласен оплатить покупатель. Следовательно, здесь формируется отражение общественной стоимости, рассчитать которую не способна ни одна ЭВМ. Благодаря этому устанавливается подвижная связь между стоимостью и ценой, чутко реагирующая на изменения в производстве, потребностях, конъюнктуре.

***Функция регулирующая*** - самая важная. Она связана с воздействием рынка на все сферы экономики, и прежде всего на производство. Рынок дает ответы на вопросы, столь остро поставленные П. Самуэльсоном: что производить? Для кого производить? Как производить? Рынок немыслим без конкуренции. Внутриотраслевая конкуренция стимулирует снижение затрат на единицу продукции, поощряет рост производительности труда, технический прогресс, повышение качества продукции. Межотраслевая конкуренция путем перелива капиталов из отрасли в отрасль формирует оптимальную структуру экономики, стимулирует расширение наиболее перспективных отраслей. Сохранение и поддержание конкурентной среды - одна из важнейших задач государственного регулирования в странах с развитой рыночной системой.

Важную роль в рыночном регулировании имеет соотношение спроса и предложения, существенно влияющие на цены. Растет цена - это сигнал к расширению производства, падает цена - сигнал к его сокращению. В результате стихийные действия предпринимателей приводят к установлению более или менее оптимальных экономических пропорций. Действует регулирующая «невидимая рука», о которой писал еще Адам Смит: «Предприниматель имеет в виду лишь свой собственный интерес, преследует собственную выгоду, причем в этом случае он невидимой рукой направляется к цели, которая, совсем не входила в его намерения. Преследуя свои собственные интересы, он часто более действенным способом служит интересам общества, чем тогда, когда сознательно стремиться служить им».

Функция санирующая. Рыночный механизм - это не благотворительная система. Она и жесткая, и даже жестокая. Ей присуще социальное расслоение, беспощадность по отношению к слабым. С помощью конкуренции рынок очищает общественное производство от экономически неустойчивых, нежизнеспособных хозяйственных единиц и, напротив, дает зеленый свет более предприимчивым и эффективным. В результате этого непрерывно повышается средний уровень устойчивости всего общественного хозяйства в целом.

**Конкуренция как необходимый элемент рынка.**

Конкуренция является необходимым элементом рыночного механизма. Однако характер конкуренции может быть различным, что существенно влияет на способ достижения рыночного равновесия.

***Конкуренция в экономике*** - это соперничество экономических субъектов за лучшую реализацию своих экономических интересов. Соперничающими экономическими субъектами являются продавцы и покупатели товаров. Лучшая реализация экономических интересов для первых будет означать получение в результате продажи товаров большего денежного дохода, для вторых - получение меньшими денежными затратами большего количества необходимых товаров и услуг. Конкуренция среди продавцов ведется за деньги покупателей, а среди покупателей - за товары продавцов.

***Значение конкуренции:***

Во-первых, конкуренция обеспечивает равноправное положение участников экономических отношений - продавцов и покупателей. Равноправие создается и поддерживается свободой выбора: покупатель имеет возможность выбрать определенного контрагента из нескольких или многих продавцов какой-то необходимой ему продукции, такая же возможность имеется и у продавца - добровольно решить вопрос о географическом месте, времени и условиях предложения своего товара.

Во-вторых, конкуренция создает одно из главных условий, необходимых для эффективного выполнения ценой координирующих функций. Свободное ценообразование - это основной элемент рыночного механизма, а значит, можно утверждать, что конкуренция является условием жизнеспособности всей рыночной системы. Только в условиях конкуренции рынок может эффективно выполнять функции распределения ресурсов и конечных товаров.

В-третьих, конкуренция выступает как контрольная система эффек­тивности частного предпринимательства. Конкуренция проверяет бизнес на степень его соответствия общественным интересам. Не все предприятия эту проверку выдерживают, в результате конкуренции происходит непрерывная выбраковка неэффективных структур.

В-четвертых, конкуренция создает заинтересованность в совершен­ствовании экономических ресурсов, их производственных комбинаций, снижении издержек на единицу выпускаемой продукции, научно-техническом обновлении производства.

В различных отраслях экономики складывается разное состояние конкуренции. Между полюсами - чистая конкуренция и чистая монополия - находятся такие типы конкуренции, как монополистическая конкуренция и олигополия.

Чистую, или свободную, конкуренцию принято еще называть совершенной конкуренцией, а три других типа - объединять названием несовершенная конкуренция.

Чистая конкуренция представляет собой рыночную ситуацию, когда многочисленные, независимо действующие производители продают идентичную (стандартизированную) продукцию, и ни один из них не в состоянии контролировать рыночную цену.

Таким идентичным, или стандартизированным, товаром может быть, например, пшеница, кукуруза, сахар, акции компании. Каждый из продавцов при этом не в состоянии повлиять на цену товара, складывающуюся на рынке. Продавец на таком рынке является «ценополучателем».

Выделим основные характеристики чистой конкуренции:

* многочисленность участников обмена - продавцов и покупателей;
* тождественная, стандартизированная продукция;
* свободный доступ к рынкам новых продавцов и возможность такого же свободного выхода с них;
* наличие полной информации у участников обмена. Покупатели должны иметь сведения об имеющихся продавцах, их ценах, других условиях реализации. Экономические субъекты должны располагать примерно одинаковым объемом информации о рынке.

Эти условия в большинстве случаев сегодня являются трудноосу­ществимыми. Поэтому чистая, или совершенная, конкуренция - это редкостный тип конкуренции в современной экономике. Преобладают формы несовершенной конкуренции, где продавцы обладают определенным контролем над рыночной ценой.

Монополистическая конкуренция - это такая рыночная ситуация, когда многочисленные продавцы продают схожие товары, стремясь придать им реальные или мнимые уникальные качества.

Примеры такой конкуренции следующие: «жевательная резинка, очищающая зубы», «журнал для деловой женщины», «автомобиль для тропиков», «свежий хлеб», «шампунь, укрепляющий корни волос».

К основным характеристикам монополистической конкуренции можно отнести:

* относительно большое число некрупных производителей;
* продажа схожей, но не идентичной продукции. Разные производители занимаются созданием разновидностей товара, удовлетворяющих в принципе одну и ту же потребность. Но назвать уже их продукцию идентичной нельзя. Здесь наблюдается дифференциация продукта;
* наличие у отдельного производителя очень ограниченного контроля над рыночной ценой. Это связано, во-первых, с тем, что производителей достаточно много, значит доля предлагаемого товара, приходящаяся на одного, - относительно небольшая. Во-вторых, спрос на такую продукцию характеризуется довольно высокой степенью эластичности: покупатели чутко реагируют на изменение цены, и в случае ее повышения могут переключиться на приобретение схожей продукции у других продавцов, проигнорировав какие-то особенности в свойствах товаров.
* различные соглашения между конкурентами по ограничению конкуренции;
* сохраняются возможности относительно легкого вступления в отрасль новых производителей.

Существуют рынки, на которых, как правило, действует относительно небольшое количество крупных фирм. Строго определить количество таких субъектов экономисты обычно не берутся, но можно встретить, например, такую количественную характеристику олигополистического рынка, где число конкурентов составляет от трех до пяти. Ее, видимо, можно принять в виде некоторого ориентира. Примерами такой конкурентной ситуации в Украине могут быть рынки бытовых холодильников, стиральных машин, сигарет, магнитофонов, локальные рынки ряда товаров и услуг в городах.

***Олигополия - это господство на рынке нескольких фирм, производящих идентичные или схожие товары.***

К основным характеристикам олигополистической конкуренции можно отнести:

* немногочисленность конкурентов.
* предложение стандартизированных или дифференцированных товаров. Ряд промышленных товаров, таких, например, как сталь, алюминий, цемент, являются стандартизированными продуктами. Дифференцированными товарами на олигополистических рынках могут быть, к примеру, автомобили, компьютеры, холодильники.
* сложность входа в отрасль новых предприятий;
* наличие стимулов к слиянию, сговорам, направленным на снижение или устранение конкуренции. Слияние конкурентов позволяет получить большую долю рынка, в большей степени использовать эффект масштаба: как «на выходе» - при продаже своей продукции (это можно делать с меньшими удельными издержками), так и «на входе» - при решении проблем ресурсного обеспечения (закупка крупных партий ресурсов по низшим ценам). Сговоры - по ценам, местам сбыта, объемам продаж - возможны здесь потому, что количество конкурентов ограничено и они все «на виду», что создает благоприятную почву для подобных стремлений.

В условиях олигополии возможна как ценовая, так и неценовая кон­куренция. Но ценовые методы соперничества обычно оказываются менее эффективными. Между предприятиями существует тесная взаимоза­висимость. Если один из конкурентов снизил цены, другие вынуждены будут адекватно отвечать, иначе обнаружится слишком большая потеря покупателей и прибыли. Сделав ответный ход, они, одновременно, и сведут на нет усилия ценового лидера.

Чистая, или абсолютная, монополия - это такая рыночная ситуация, при которой имеется только один продавец товара, у которого нет близких заменителей.

***Основные характеристики чистой монополии:***

* единственный продавец;
* товарная дифференциация отсутствует;
* продавец осуществляет практически полный контроль над ценами;
* очень трудные условия вхождения в отрасль новых предприятий.

Абсолютный монополист, конечно же, не выступает в роли «ценополучателя», он - «ценоустановитель». Он полностью контролирует пред­ложение товара.

Общественное регулирование деятельности естественных монополий может осуществляться на основе использования различных форм. Обычно государство прибегает к ценовому контролю, устанавливая или конкретные значения цен, или их предельные уровни для предприятий-монополистов. Таким образом, конкуренция имеет отрицательные и положительные черты.

Негативные последствия конкуренции: вытеснение мелких производителей большим капиталом, разорение одних и обогащение других, усиление социальной несправедливости, значительное возрастание имущественной дифференциации населения, обострение безработицы, инфляции и т.д.

Конкуренция имеет и положительные черты. Она является движущей силой рыночной экономики. В условиях конкуренции побеждает тот, кто создает высококачественную продукцию при наименьших затратах производства на основе научно-технических достижений, передовой организации работы. Конкуренция приносит пользу обществу: стимулирует экономию материальных, трудовых и финансовых ресурсов, принуждает постоянно обновлять ассортимент, пристально следить за научно-техническими новинками и активно внедрять их в производство.

**1.4 Государственное регулирование экономики: сущность, цели, методы**

Современная экономика представляет синтез рыночного механизма и элементов государственного регулирования.

Формы деятельности и объем деятельности государства в экономической сфере меняются с развитием общества, в частности с усложнением хозяйственных связей. В экономических концепциях всегда отводилось большое место исследованию экономической роли государства, его функциям в экономике.

Представители меркантилизма - первой экономической школы - стояли за активное вмешательство государства в экономику. Процесс первоначального накопления капитала, идеологами которого они являлись, не мог быть осуществлен без поддержки государства. Государство в законодательном порядке способствовало накоплению золота и серебра в стране, проводило политику в целях развития и защиты собственной промышленности.

Представители более позднего периода - физиократы - не разделяли мнения меркантилистов и выдвинули принцип ***laisser faire,*** означающий требование свободы, торговли в первую очередь. Главная забота государства, с точки зрения физиократов, - защита так называемого естественного права, основой которого является частная собственность.

Классическая школа политэкономии, развивавшаяся в эпоху промышленного переворота и выражавшая интересы промышленной буржуазии, подвергла пересмотру теории своих предшественников, в частности меркантилистов - идеологов торгового капитала. Ее представители в лице А.Смита и Д.Рикардо обосновывали лозунг «экономической свободы» и высказывались за ограничения вмешательства государства в экономическую жизнь.

По мнению А. Смита, государство должно выполнять три обязанности:

* ограждать общество от насилия и вторжений других независимых обществ;
* ограждать по мере возможности каждого члена общества от несправедливости и угнетения со стороны других его членов, или установить хорошее отправление правосудия;
* создавать и содержать определенные общественные сооружения и учреждения, создание и содержание которых не может быть в интересах отдельных лиц или небольших групп, и затраты на которые не могут быть покрыты частными лицами.

В настоящее время российское правительство исходит из того, что его «сверхзадача» связана с финансовой стабилизацией, с сокращением темпов инфляции. Следующая важная проблема - создание стимулов для экономического оживления, прежде всего оживления инвестиционной активности. Проблема безработицы в текущем периоде пока не кажется столь опасной, поэтому она не выдвигается на первый план с точки зрения очередности целей (хотя ряд ученых и практиков так не считают). По разным мотивам правительство пока не включает в число приоритетных целей достижения внешнеэкономического равновесия и природоохраны.

Определяя цели государственного регулирования на конкретно временном отрезке, государство сталкивается с проблемой взаимопротиворечивости целей. Поэтому ***сложнейшим вопросом государственного регулирования являются поиски оптимально гармоничной системы целей.*** Например, достижение полной занятости сопровождается усилением инфляционных тенденций, экономический рост и сохранение окружающей среды находятся в очевидном противоречии. Как показывает опыт развитых стран, самый разумный вариант - использование метода постоянного и мягкого волнообразного маневрирования. Попеременное частичное достижение каждой из противостоящих целей - оптимальный путь решения задач в национальных экономиках, близких к равновесному.

Исходя из целей, государственное регулирование выполняет важные функции в рыночной экономике. Рыночная экономика, основанная на частной собственности, не может функционировать без необходимой законодательной базы. Должна быть обеспечена неприкосновенность частной собственности, гарантированы соблюдение заключенных частных контрактов и защита граждан от произвола бюрократии. Поэтому важнейшей функцией государства является создание правовой основы функционирования и развития экономической системы. Это реализуется через законодательство о собственности, налогах, предпринимательстве, внешнеэкономической деятельности, антимонопольные законы и др. Государство должно создать такой экономический «фон», который обеспечил бы благоприятные условия для субъектов рыночной экономики.

Рыночный механизм сам по себе в «чистом виде» не позволяет своевременно выявлять преимущества стран в конкурентной борьбе, быстро концентрировать ресурсы для приоритетного развития соответствующих отраслей, ускоренной структурной перестройки промышленности. Это функция государственного регулирования экономики. Одна из главных функций государственного регулирования - активизация, интенсификация, прежде всего инвестиционной, инновационной и предпринимательской деятельности, при обеспечении стабильности национальной валюты. Это достигается мерами финансовой, денежной и кредитной политики.

Функцией государственного регулирования является воздействие государства на распределение доходов в обществе. Как известно, рынок признает лишь один критерий распределения доходов - итог участия в конкуренции на рынке товаров и услуг, капиталов и рабочей силы. Поэтому справедливыми считаются как высокие доходы тех, кто преуспел в конкуренции, так и низкие тех, кто потерпел неудачу. Понадобилось определенное время, чтобы общество осознало и признало, что распределение доходов, справедливое с точки зрения рынка, несправедливо в общечеловеческом плане. Требуются и меры социальной защиты населения.

В теории и практике государственного регулирования важное место занимает инструментарий государственного регулирования. Одним из инструментов являются законодательные и правовые документы, издаваемые государством. Здесь, прежде всего, имеется в виду промышленное и банковское законодательство, при помощи которого государство пытается поддерживать определенную структуру - степень монополизации рынка; тарифно-таможенные механизмы, очерчивающие границы национальных систем государственного регулирования; трудовое законодательство, регламентирующее условия и правила купли-продажи рабочей силы; наконец, различные государственные стандарты, регулирование условий эксплуатации окружающей среды.

Материальной базой и важным инструментом государственного регулирования являются государственная собственность и государственное предпринимательство. Государственная собственность используется в качестве базы для достижения как долгосрочных, так и конъюнктурных, антициклических целей государственного регулирования. К числу структурных целей относятся освоение капиталоемких и рисковых направлений НТП, решение ряда региональных задач (освоение неразвитых территорий, строительство новых и перевод уже существующих предприятий в депрессивные районы).

Государственная собственность используется для регулирования социальных процессов. Инструментами государственного регулирования выступают финансовая, денежно-кредитная, промышленная, структурная и научно-техническая политика. С помощью последних (промышленной, структурной и научно-технической) обеспечивается стимулирование и достижение экономического роста, макроэкономической сбалансированности.

Социальная политика и внешнеэкономическое регулирование являются мерами государственного регулирования, не уступающими по значимости вышеперечисленным инструментам. С помощью социальной политики обеспечивается достижение социальной безопасности, относительно справедливого распределения доходов.

Внешнеэкономическое регулирование включает в себя торговую политику государства, управление валютным курсом, систему внешнеторговых тарифов, квот, лицензий.

Для каждой страны набор инструментов и степень вмешательства государства не являются универсальными. Есть специфика, отличия, применение тех или иных инструментов только в данной стране или группе стран.

Государство выполняет свои функции, применяя разнообразные методы воздействия. Методы классифицируют по различным критериям. Различаются методы прямого и косвенного влияния. Методы прямого воздействия вынуждают субъектов экономики принимать решения, основанные не на самостоятельном экономическом выборе, а на предписаниях государства. В качестве примера можно назвать размер налогов, величину амортизационных отчислений, бюджетные процедуры по государственным инвестициям. Прямые методы часто имеют высокую эффективность вследствие оперативного достижения экономического результата. Но у них есть и недостатки. Они затрагивают не только тех агентов рынка, на которых непосредственно направлены государственные меры, но и субъектов, связанных с ними рыночными отношениями. Иначе говоря, прямые методы нарушают естественное развитие рыночных процессов.

Методы государственного регулирования классифицируются и по критерию организационно-институциональному. Здесь различают административные и экономические методы. Административные методы подразделяются на методы запрета, разрешения, принуждения и основываются на регулирующих действиях, связанных с обеспечением правовой инфраструктуры. Цель принимаемых мер - создание определенных «правил игры» в рыночной экономике. Административные методы предписывают строго контролируемую линию поведения экономических агентов.

Экономические методы не ограничивают свободу выбора, порой расширяют ее. Появляется дополнительный стимул, на который субъект может либо отреагировать, либо не обратить ни малейшего внимания, в любом случае оставляя за собой право на свободное принятие рыночного решения. Изменение, например, государством ставки процента по своим долговым обязательствам добавляет к числу доступных вариантов выгодного размещения сбережений еще один - покупку или продажу государственных ценных бумаг.

Жесткое разграничение экономических и административных методов несостоятельно, так как порой и административные и экономические методы несут в себе черты того и другого. Прибегая, например, к прямому контролю над ценами, государство создает для производителей особый экономический режим, вынуждает их пересматривать производственные программы, искать новые источники финансирования инвестиций и т.д. Или влияние налогов и кредитных ставок как экономических мер скажется на экономическом поведении только после того, как будет принято административное решение об изменении тех и других.

Таковы функции, инструменты и методы государственного регулирования.

**1.5 Проблемы развития предпринимательства в Республике Казахстан.**

***Предпринимательство*** - это инициативная, самостоятельная деятельность граждан без образования юридического лица, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, на свой риск и под чью-то имущественную ответственность. Предприниматель может осуществлять любые виды хозяйственной деятельности, если они не запрещены законом, с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя.

В сегодняшнем Казахстане предпринимательство уже свершившийся факт, конечно, оно претерпевает много трудностей, но на настоящий момент государство всеми силами старается поддержать его развитие. В частности в канун лета 1999 года Президентом Республики Казахстан было принято распоряжение «О дополнительных мерах по защите прав граждан и юридических лиц на свободу предпринимательской деятельности». Необходимость принятия этого закона была уже давно. Незаконные придирки со стороны проверяющих с использованием служебного положения - это факт, который питает коррупцию. Государство осуществляет поддержку следующим образом:

* создание льготных условий использования субъектами предпринимательства государственных финансовых, статистических, материально-технических и информационных ресурсов, а также научно-технических разработок и технологий;
* установление упрощенного порядка государственной регистрации субъектов предпринимательства, лицензирование их деятельности, сертификация их продукции;
* устранение правового режима благоприятствования для субъектов предпринимательства, включающего в себя льготный режим налогообложения, уплаты таможенных пошлин;
* создание системы привлечения и использования инвестиций, включая иностранные, для поддержки и развития предпринимательства;
* принятие специальных программ кредитования субъектов предпринимательства с определением финансовых источников;
* предоставление преференций субъектов предпринимательства при размещении государственных закупок на производство продукции, выполнение работ, услуг;
* поддержка внешнеэкономической деятельности субъектов предпринимательства, включая развитие их торговых, научно-технических, производственных и иных связей с зарубежными партнерами;
* организация подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для субъектов предпринимательства.

Таким образом, государство, уделяя большое внимание развитию предпринимательства, для развития экономики в целом с целью защиты и поддержки субъектов предпринимательства устанавливает законодательным путем определенные льготы для них.

Становление и развитие предпринимательства в Казахстане происходило в сложных и не всегда благоприятных социально-экономических условиях транзитного периода, на фоне серьезного макроэкономического кризиса и снижения жизненного уровня людей. Процесс формирования негосударственного сектора экономики и сейчас сталкивается с целым рядом трудностей объективного и субъективного характера, препятствующих его динамичному развитию.

Объективные трудности связаны с общим кризисным состоянием экономики и недостаточно требуемых финансовых ресурсов для придания сильнейшего импульса широкомасштабному развитию предпринимательства. Написав эту работу, я выявила следующие типы основных проблем, с которыми сталкивается развитие предпринимательской деятельности в Казахстане.

Существующие трудности и барьеры на пути предпринимательства. Предлагаемые способы преодоления трудностей и барьеров.

1. Финансовые: отсутствие основного капитала (служебных и производственных помещений, машин, оборудования, земли и др.), отсутствие или недостаток оборотных средств. • Участие в завершающейся стадии приватизации государственной собственности, в денежной приватизации.

* Продажа (возможно в рассрочку) неиспользуемых приватизированных помещений, объектов незавершенного строительства, земельных участков, выявленных по результатам инвентаризации недвижимости и земли, субъектам малого предпринимательства на тендерной основе.
* Передача в аренду с последующим выкупом неиспользуемых объектов, выявленных по информации предпринимателя (предусмотреть меры по совершенствованию законодательства).
* Разработка институциональных основ для развития лизинга в Казахстане, Национальной программы развития лизинга в Казахстане и ее реализация, присоединение в международной Оттавской конвенции по лизингу.
* Подготовка предложений по стимулированию целевого использования приватизированного имущества, полученного на льготных условиях. В случае, если имущество, полученное на льготных условиях не используется, то применение меры лишения предоставленных ранее льгот с предложением выкупить объект за деньги, в случае отказа - переход к процедуре изъятия (разработка соответствующих законодательных механизмов).
* Привлечение займов международных финансовых, экономических, частных фондов и грантов общественных и благотворительных организаций (Всемирного банка, Международного валютного фонда, Международной финансовой корпорации, Европейского банка реконструкции и развития и др.) для финансирования проектов предпринимательства.
* Выработка мер по стимулированию банков второго уровня в кредитовании субъектов малого предпринимательства.
* Целевое кредитование из Фонда развития малого предпринимательства по приоритетным направлениям.
* Развитие микрокредитования предпринимательства
* Внедрение механизмов страхования рисков при финансировании объектов предпринимательства.

2. Институциональные: отсутствие или недостаточное развитие института предпринимательства, неразвитая рыночная инфраструктура.

Внедрение института предпринимательства в Казахстане.

* Разработка кодекса предпринимателя в Казахстане
* Разработка Кадастра недвижимости Казахстана
* Создание условий для расширения сети юридических, консультационных и аудиторских фирм
* Поддержка развития коммерческих банков, специализирующихся на предоставлении кредитов и займов для бизнеса.
* Поддержка и развитие системы бирж и торговых домов.
* Развитие и поддержка сети гостиничных хозяйств, коммуникационных служб.
* Поддержка и организация сети бизнес центров, бизнес инкубаторов, информационно-аналитических центров, научно-исследовательских и консультационных центров.

3. Образовательные: недостаток систематических знаний, навыков и опыта организации и управления бизнесом в рыночных условиях.

* Разработка и внедрение новых программ обучения основам бизнеса; углубленные курсы подготовки; адаптация существующих программ начального и среднего, высшего образования к новым требованиям; совершенствование программ ежегодной переподготовки специалистов.
* Повышение эффективности использования технической помощи контрактной системы и обязательств по распространению полученных знаний.
* Развитие центров инкубации знаний и опыта организации и управления бизнесом, инновационных кластеров.
* Открытие в каждом областном и городском акимате дежурных консультационных пунктов для предпринимателей.

4. государственные: бюрократизм, волокита, коррупция, вымогательство.

* Дальнейшее углубление реформы государственной службы.
* Совершенствование работы Высшего дисциплинарного совета Республики Казахстан.
* Обеспечение строгого соблюдения и верховенства законов. Введение упрощенной системы регистрации, страхования, лицензирования, бухгалтерского учета и процедур согласований для субъектов предпринимательства.
* Достижение прозрачности работы всех органов государственной власти, задействованных в сфере малого и среднего бизнеса. Каждый регистрирующий и контролирующий орган должен иметь список необходимых документов, который вывешивается в доступном для посетителей месте. Отмена для отдельных государственных органов прав по оказанию платных услуг, не предусмотренных законодательством Республики Казахстан.
* Упрощение системы обслуживания субъектов предпринимательства в соответствующих государственных органах, банках, страховых, нотариальных, юридических фирмах и др.
* Обеспечение правопорядка и налаживания взаимодействия служб МВД по принятию оперативных мер по заявлениям предпринимателей на противоправные действия отдельных лиц и групп, а также по фактам вымогательства (рэкета) и шантажа под угрозой применения силы.
* Создание структур по защите собственности и бизнеса.

5. Информационные: слабый уровень отражения проблем предпринимательства и распространения положительного опыта с СМИ, слабая информированность предпринимателей и общества, экономическая, правовая и налоговая культура.

* Усиление пропаганды развития предпринимательства в СМИ и в сети электронной информации.
* Издание специальных брошюр, буклетов, информационных листков, дайджестов, создание страничек малого бизнеса в сети Интернет.
* Организация специальных циклов передач по радио и телевидению.
* Подготовка газетных и журнальных публикаций по актуальным вопросам предпринимательства.

В нашей стране роль предпринимательства постоянно и неуклонно возрастает. Предпринимательство призвано решить такие важные проблемы в сегодняшней экономике, как:

* значительно и без существенных капитальных вложений расширить производство многих потребительских товаров и услуг с использованием местных источников сырья;
* создать условия для трудоустройства рабочей силы, высвобождающейся на крупных предприятиях;
* ускорить научно-технический прогресс;
* составить позитивную альтернативу криминальному бизнесу и многие другие.

**1.6 Риски в предпринимательской деятельности, методы их оценки**

Многие решения в предпринимательской деятельности приходится принимать в условиях неопределенности, когда необходимо выбирать направление действий из нескольких возможных вариантов, осуществление которых сложно предсказать. Если риски не учитывается в хозяйственном плане, тогда они становиться источником с одной стороны, убытков, а с другой - прибылей. Можно выбирать решения, содержащие меньше риска, но при этом меньше будет и получаемая прибыль.

***Зависимость прибыли от оценки риска.***Нулевой риск обеспечивает самый низкий доход (0; П1 ), а при самом высоком риске Р = Р2 прибыль имеет наиболее высокое значение П = П3 (П3 > П2 > П1). Устранить неопределенность будущего в предпринимательской деятельности невозможно, так как она является элементом объективной действительности. Риск присущ предпринимательству и является неотъемлемой частью его экономической жизни. Принципиальное решение о принятии рискового проекта зависит для предпринимателя, принимающего решение, от его предпочтений между ожидаемой доходностью (рентабельностью) вкладываемых в этот проект средств и их надежностью, которая в свою очередь понимается как нерискованность, вероятность получения доходов. Указанные предпочтения предпринимателя обычно отражаются в так называемой карте его предпочтений между ожидаемой коммерческой эффективностью вложенных средств, то есть доходностью, рентабельностью и их риском. Эта карта предполагает также учет нескольких уровней полезности для предпринимателя.

Карта предпочтений предпринимателя должна быть построена для него либо им самим, либо с помощью сторонних экспертов построена эмпирически, то есть на основе обработки данных анализа решений, которые принимались ранее.

Однако для дальнейшего рассмотрения предпринимательского риска, прежде всего, необходимо определить исходное, базисное понятие «риск».

А. Альгин определяет риск как деятельность или действие по «снятию неопределенности». Б. Райзберг определяет риск как «ущерб, возможные потери», придерживаясь тем самым классической теории предпринимательского риска.

Анализ многочисленных определений риска позволяет выявить основные моменты, которые являются характерными для рисковой ситуации, такие, как:

* случайный характер события, который определяет, какой из возможных исходов реализуется на практике;
* наличие альтернативных решений;
* известны или можно определить вероятности исходов и ожидаемые результаты;
* вероятность возникновения убытков;
* вероятность получения дополнительной прибыли.

Таким образом, категорию «риск» можно определить как опасность потенциально возможной, вероятной потери ресурсов или недополучения доходов по сравнению с их ожидаемой величиной, ориентированной на рациональное использование ресурсов в данном виде предпринимательской деятельности. Другими словами, ***риск*** - это угроза того, что предприниматель понесет потери в виде дополнительных расходов или получит доходы ниже тех, на которые он рассчитывал.

Хотя последствия риска чаще всего проявляются в виде финансовых потерь или невозможности получения ожидаемой прибыли, однако риск - это не только нежелательные результаты принятых решений. При определенных вариантах предпринимательских проектов существует не только опасность не достичь намеченного результата, но и вероятность превысить ожидаемую прибыль. В этом и заключается предпринимательский риск, который характеризуется сочетанием возможности достижения как нежелательных, так и особо благоприятных отклонений от запланированных результатов.

Под предпринимательским понимается риск, возникающий при любых видах предпринимательской деятельности, связанных с производством продукции, товаров и услуг, их реализацией; товарно-денежными и финансовыми операциями; коммерцией, а также осуществлением научно-технических проектов.

**Классификация предпринимательских рисков**

Сложность классификации предпринимательских рисков заключается в их многообразии. Видовое разнообразие рисков очень велико - от пожаров и стихийных бедствий до межнациональных конфликтов, изменений в законодательстве, регулирующем предпринимательскую деятельность, и инфляционных колебаний.

Исходя из источников возникновения рисков, следует различать:

* риск, связанный с хозяйственной деятельностью;
* риск, связанный с личностью предпринимателя;
* риск, связанный с недостатком информации о состоянии внешней среды.

По сфере возникновения предпринимательские риски можно подразделить на ***внешние*** и ***внутренние риски.*** Источником возникновения внешних рисков является внешняя среда по отношению к предпринимательской фирме. Предприниматель не может оказывать на них влияние, он может только предвидеть и учитывать их в своей деятельности. Речь идет о непредвиденных изменениях законодательства; неустойчивости политического режима в стране.

Внутренние риски возникают в случае неэффективного менеджмента, ошибочной маркетинговой политики, а также в результате внутрифирменных злоупотреблений. Это - кадровые риски, связанные с профессиональным уровнем сотрудников предпринимательской фирмы.

По уровню принятия решений выделяют: макроэкономический (глобальный) риск и риск на уровне отдельных фирм (локальный).

С точки зрения длительности во времени предпринимательские риски можно разделить на ***кратковременные*** *и* ***постоянные риски.*** К группе кратковременных относятся те риски, которые угрожают предпринимателю в течение конечного известного отрезка времени, например, транспортный риск, когда убытки могут возникнуть во время перевозки груза, или риск неплатежа по конкретной сделке.

К постоянным рискам относятся те, которые непрерывно угрожают предпринимательской деятельности в данном географическом районе или в определенной отрасли экономики, например, риск неплатежа в стране с несовершенной правовой системой или риск разрушений зданий в районе с повышенной сейсмической опасностью.

Следует также выделять допустимый, критический и катастрофический риски. ***Допустимый риск*** - это угроза «полной потери прибыли от реализации того или иного проекта или от предпринимательской деятельности в целом. В данном случае потери возможны, но их размер меньше ожидаемой предпринимательской прибыли.

Критический риск связан с опасностью потерь в размере произведенных затрат на осуществление данного вида предпринимательской деятельности или отдельной сделки. При этом критический риск первой степени связан с угрозой получения нулевого дохода, но при возмещении произведенных предпринимателем материальных затрат. Критический риск второй степени связан с возможностью потерь в размере полных издержек в результате осуществления данной предпринимательской деятельности.

Под ***катастрофическим риском*** понимается риск, который характеризуется опасностью, угрозой потерь в размере, равном или превышающем все имущественное состояние предпринимателя. Катастрофический риск, как правило, приводит к банкротству предпринимательской фирмы.

По степени правомерности предпринимательского риска могут быть выделены: оправданный (правомерный) и неоправданный (неправомерный) риски. Для разграничения оправданного и неоправданного предпринимательского риска необходимо учесть в первую очередь то обстоятельство, что граница между ними в разных видах предпринимательской деятельности, в разных секторах экономики различна.

Все предпринимательские риски можно также разделить на две большие группы в соответствии с возможностью страхования: страхуемые и не страхуемые.

***Риск страховой*** - вероятное событие или совокупность событий, на случай наступления, которых проводится страхование. В зависимости от источника опасности страховые риски подразделяются на две группы:

* риски, связанные с проявлением стихийных сил природы (погодные условия, землетрясения, наводнения и др.);
* риски, связанные с целенаправленными действиями человека.

Но если потери в результате страхового риска покрываются за счет выплат страховых компании, то потери в результате не страхуемого риска возмещаются из собственных средств предпринимательской фирмы.

Следует выделить еще две большие группы рисков: статистические (простые) и динамические (спекулятивные). Особенность статистических рисков заключается в том, что они практически всегда несут в себе потери для предпринимательской деятельности. При этом потери для предпринимательской фирмы, как правило, означают и потери для общества в целом.

В соответствии с причиной потерь статистические риски могут далее подразделяться на следующие группы:

* вероятные потери в результате негативного действия на активы фирмы стихийных бедствий (огня, воды, землетрясений, ураганов и т.д.);
* вероятные потери в результате преступных действий;
* вероятные потери вследствие принятия неблагоприятного законодательства для предпринимательской фирмы (потери связаны с прямым изъятием собственности либо с невозможностью взыскать возмещение с виновника из-за несовершенства законодательства);
* вероятные потери в результате угрозы собственности третьих лиц, что приводит к вынужденному прекращению деятельности основного поставщика или потребителя;
* потери вследствие смерти или недееспособности ключевых работников фирмы либо основного собственника предпринимательской фирмы (что связано с трудностью подбора квалифицированных кадров, а также с проблемами передачи прав собственности).

В отличие от статистического риска динамический риск несет в себе либо потери, либо прибыль для предпринимательской фирмы. Поэтому их можно назвать «спекулятивными».

Далее в работе анализируется сущность следующих рисков: политический риск; производственный риск; коммерческий риск; финансовый риск; технический риск; отраслевой риск; инновационный риск.

***Политический риск*** - это возможность возникновения убытков или сокращения размеров прибыли, являющихся следствием государственной политики. Таким образом, политический риск связан с возможными изменениями в курсе правительства, переменами в приоритетных направлениях его деятельности.

Политические риски можно подразделить на четыре группы:

* риск национализации и экспроприации без адекватной компенсации;
* риск трансферта, связанный с возможными ограничениями на конвертирование местной валюты;
* риск разрыва контракта из-за действий властей страны, в которой находится компания-контрагент;
* риск военных действий и гражданских беспорядков.

При определении риска национализации сложность состоит в том, что в любой стране власти никогда не рекламируют возможность экспроприации или национализации. Как следствие, ни в одном документе юридически точно не определяется, чем, например, отличается национализация от конфискации.

***Риск трансферта*** связан с переводами местной валюты в иностранную.

***Риск разрыва контракта***предусматривает ситуации, когда не помогают ни предусмотренные в договоре штрафные санкции, ни арбитраж: контракт разрывается по не зависящим от партнера причинам, например, в связи с изменением национального законодательства.

Последний из группы политических рисков - это **риск *военных действий и гражданских беспорядков*,** в результате которых предпринимательские фирмы могут понести большие потери и даже обанкротиться.

Политический риск условно можно также подразделить на ***страновой, региональный, международный.***

***Политический риск следует относить к группе внешних рисков.***

Эффективная предпринимательская деятельность, как правило, сопряжена с освоением новой техники и технологии, поиском резервов, повышением интенсивности производства. Однако внедрение новой техники и технологии ведет к опасности техногенных катастроф, причиняющих значительный ущерб природе, людям, производству. В данном случае речь идет о ***техническом риске*.**

***Технический риск*** определяется степенью организации производства, проведением превентивных мероприятий (регулярной профилактики оборудования, мер безопасности), возможностью проведения ремонта оборудования собственными силами предпринимательской фирмы.

К техническим рискам относятся:

* вероятность потерь вследствие отрицательных результатов научно- исследовательских работ;
* вероятность потерь в результате не достижения запланированных технических параметров в ходе конструкторских и технологических разработок;
* вероятность потерь в результате низких технологических возможностей производства, что не позволяет освоить результаты новых разработок;
* вероятность потерь в результате возникновения при использовании новых технологий и продуктов, побочных или отсроченных во времени проявления проблем;
* вероятность потерь в результате сбоев и поломки оборудования.

Следует отметить, что технический риск относится к группе внутренних рисков, поскольку предприниматель может оказывать на данные риски непосредственное влияние

***Производственный риск*** связан с производством продукции, товаров и услуг; с осуществлением любых видов производственной деятельности, в процессе которой предприниматели сталкиваются с проблемами неадекватного использования сырья, роста себестоимости, увеличения потерь рабочего времени, использования новых методов производства.

***К основным причинам производственного риска относятся:***

* снижение намеченных объемов производства и реализации продукции вследствие снижения производительности труда, простоя оборудования, потерь рабочего времени и т.д.
* снижение цен, по которым планировалось реализовывать продукцию или услугу, в связи с ее недостаточным качеством, неблагоприятным изменением рыночной конъюнктуры, падением спроса;
* увеличение расхода материальных затрат в результате перерасхода материалов, сырья, топлива, энергии, а так же за счет увеличения транспортных расходов, торговых издержек, накладных и других побочных расходов;
* рост фонда оплаты труда за счет превышения намеченной численности либо за счет выплат более высокого, чем запланировано, уровня заработной платы отдельным сотрудникам;
* увеличение налоговых платежей и других отчислений в результате изменения ставки налогов в неблагоприятную для предпринимательской фирмы сторону и их отчислений в процессе деятельности;
* низкая дисциплина поставок, перебои с топливом и электроэнергией;
* физический и моральный износ оборудования отечественных предприятий.

***Коммерческий риск*** - это риск, возникающий в процессе реализации товаров и услуг, произведенных или купленных предпринимателем. Основные причины коммерческого риска:

* снижение объемов реализации в результате падения спроса или потребности на товар, реализуемый предпринимательской фирмой, вытеснение его конкурирующими товарами, введение ограничений на продажу;
* повышение закупочной цены товара в процессе осуществления предпринимательского проекта;
* непредвиденное снижение объемов закупок в сравнении с намеченными, что уменьшает масштаб всей операции и увеличивает расходы на единицу объема реализуемого товара (за счет условно постоянных расходов);
* потери товара;
* потери качества товара в процессе обращения (транспортировки, хранения), что приводит к снижению его цены;
* повышение издержек обращения в сравнении с намеченными в результате выплаты штрафов, непредвиденных пошлин и отчислений, что приводит к снижению прибыли предпринимательской фирмы.

Коммерческий риск включает в себя:

* риск, связанный с реализацией товара (услуг) на рынке;
* риск, связанный с транспортировкой товара (транспортный);
* риск, связанный с приемкой товара (услуг) покупателем;
* риск, связанный с платежеспособностью покупателя;
* риск форс-мажорных обстоятельств.

Под ***финансовым*** понимается ***риск***, возникающий при осуществлении финансового предпринимательства или финансовых сделок, исходя из того, что в финансовом предпринимательстве в роли товара выступают либо валюта, либо ценные бумаги, либо денежные средства.

К финансовому риску относятся:

* валютный риск;
* кредитный риск;
* инвестиционный риск.

**Валютный риск** - это вероятность финансовых потерь в результате изменения курса валют, которое может произойти в период между заключением контракта и фактическим производством расчетов по нему. Валютный курс, устанавливаемый с учетом покупательной способности валют, весьма подвижен.

Среди основных факторов, влияющих на курс валют, нужно выделить состояние платежного баланса, уровень инфляции, межотраслевую миграцию краткосрочных капиталов.

В свою очередь валютный курс оказывает серьезное воздействие на внешнеэкономическую деятельность страны, являясь одной из предпосылок эквивалентности международного обмена.

***Валютный риск*** включает в себя ***три разновидности: экономический риск; риск перевода; риск сделок.***

***Экономический риск*** для предпринимательской фирмы состоит в том, что стоимость ее активов и пассивов может меняться в большую или меньшую сторону из-за будущих изменений валютного курса.

***Риск перевода***имеет бухгалтерскую природу и связан с различиями в учете активов и пассивов фирмы в иностранной валюте.

Риск сделки рассматривает влияние изменения валютного курса на будущий поток платежей, а, следовательно, на будущую прибыльность предпринимательской фирмы в целом. ***Риск сделок*** - это вероятность наличных валютных убытков по конкретным операциям в иностранной валюте.

Кроме этого, следует различать валютный риск для импортера и риск для экспортера. ***Риск для экспортера*** - это падение курса иностранной валюты с момента получения или подтверждения заказа до получения платежа и во время переговоров. ***Риск для импортера*** - это повышение курса валюты в отрезок времени между датой подтверждения заказа и днем платежа.

**Кредитный риск**связан с возможностью невыполнения предпринимательской фирмой своих финансовых обязательств перед инвестором в результате использования для финансирования деятельности фирмы внешнего займа. Следовательно, кредитный риск возникает в процессе делового общения предприятия с его кредиторами.

Причины возникновения кредитного риска: недобросовестность заемщика, получившего кредит; ухудшение конкурентного положения конкретной предпринимательской фирмы, получившей коммерческий или банковский кредит; неблагоприятная экономическая конъюнктура и т.д.

Зарубежные экономисты выделяют имущественный, моральный и деловой кредитные риски. ***Деловой риск***, как правило, связывается со способностями предпринимателя производить прибыль за определенный период времени. Под моральным риском подразумевается та часть риска, которая имеет отношение к займу денег и зависит от моральных качеств заемщика. Имущественный риск определяется тем, достаточно ли собственных активов заемщика для покрытия объема кредита.

Следующий вид финансового риска - ***инвестиционный риск*.** Данный вид риска связан со спецификой вложения предпринимательской фирмой денежных средств в различные проекты.

***Отраслевой риск*** - это вероятность потерь в результате изменений в экономическом состоянии отрасли и степенью этих изменений как внутри отрасли, так и по сравнению с другими отраслями. При анализе отраслевого риска необходимо учитывать следующие факторы:

* деятельность фирм данной отрасли, а также смежных отраслей за определенный (выбранный) период времени;
* насколько деятельность фирм данной отрасли устойчива по сравнению с экономикой страны в целом;
* каковы результаты деятельности различных предпринимательских фирм внутри одной и той же отрасли, имеется ли значительное расхождение в результатах.

С работой предприятий отрасли, а, следовательно, и с уровнем отраслевого риска непосредственно связаны стадия промышленного жизненного цикла отрасли и внутриотраслевая среда конкуренции. При этом уровень внутриотраслевой конкуренции является источником информации об устойчивости предпринимательских фирм в данной отрасли по отношению к фирмам других отраслей и, как правило, служит оценкой отраслевого риска.

Однако условия, в которых функционирует отрасль, подвержены неожиданным, иногда резким изменениям. Поэтому предпринимательским фирмам необходимо постоянно учитывать отраслевой риск при любых видах деятельности.

**Инновационный риск** - это вероятность потерь, возникающих при вложении предпринимательской фирмой средств в производство новых товаров и услуг, которые, возможно, не найдут ожидаемого спроса на рынке. Инновационный риск возникает в следующих ситуациях:

* при внедрении более дешевого метода производства товара или услуги по сравнению с уже использующимися. Подобные инвестиции будут приносить предпринимательской фирме временную сверхприбыль до тех пор, пока она является единственным обладателем данной технологии. В данной ситуации фирма сталкивается лишь с одним видом риска - возможной неправильной оценкой спроса на производимый товар;
* при создании нового товара или услуги на старом оборудовании. В этом случае к риску неправильной оценки спроса на новый товар или услугу добавляется риск несоответствия качества товара или услуги в связи с использованием старого оборудования;
* при производстве нового товара или услуги при помощи новой техники и технологии. В данной ситуации инновационный риск включает в себя: риск того, что новый товар или услуга может не найти покупателя; риск несоответствия нового оборудования и технологии необходимым требованиям для производства нового товара или услуги; риск невозможности продажи созданного оборудования, так как оно не подходит для производства иной продукции, в случае неудачи.

**Функции предпринимательского риска**

Дальнейшее рассмотрение сущности предпринимательского риска связано с выяснением функций, которые выполняет риск в предпринимательской деятельности. В экономической литературе выделяются следующие функции риска: инновационная, регулятивная, защитная и аналитическая.

***Инновационную* *функцию*** предпринимательский риск выполняет, стимулируя поиск нетрадиционных решений проблем, стоящих перед предпринимателем. Большинства фирм, компаний добиваются успеха, становятся конкурентоспособными на основе инновационной экономической деятельности, связанной с риском. ***Регулятивная функция*** имеет противоречивый характер и выступает в двух формах: конструктивной и деструктивной. Риск предпринимателя, как правило, ориентирован на получение значимых результатов нетрадиционными способами. Тем самым он позволяет преодолевать консерватизм, догматизм, косность, психологические барьеры, препятствующие перспективным нововведениям. В этом проявляется конструктивная форма регулятивной функции предпринимательского риска.

Конструктивная форма регулятивной функции риска заключается и в том, что способность рисковать - один из путей успешной деятельности предпринимателя. Однако риск может стать проявлением авантюризма, субъективизма, если решение принимается в условиях неполной информации, без должного учета закономерностей развития явления. В этом случае риск выступает в качестве дестабилизирующего фактора. Следовательно, хотя риск и «благородное дело», но не любые решения целесообразно реализовывать на практике, они должны быть обоснованными, иметь взвешенный, разумный характер.

***Защитная функция*** риска проявляется в том, что если для предпринимателя риск - естественное состояние, то нормальным должно быть и терпимое отношение к неудачам. Инициативным, предприимчивым хозяйственникам нужна социальная защита, правовые, политические и экономические гарантии, исключающие в случае неудачи наказание и стимулирующие оправданный риск.

Следует выделить еще ***аналитическую функцию*** предпринимательского риска, которая связана с тем, что наличие риска предполагает необходимость выбора одного из возможных вариантов решений, в связи, с чем предприниматель в процессе принятия решения анализирует все возможные альтернативы, выбирая наиболее рентабельные и наименее рисковые. В зависимости от конкретного содержания ситуации риска альтернативность обладает различной степенью сложности и разрешается различными способами.

Рассматривая функции предпринимательского риска, следует еще раз подчеркнуть, что, несмотря на значительный потенциал потерь, который несет в себе риск, он является и источником возможной прибыли.

**Способы снижения степени предпринимательского риска**

Одно из главных правил финансово-хозяйственной деятельности гласит: «Не избегать риска, а предвидеть его, стремясь снизить до возможно более низкого уровня», а для этого необходимо правильно управлять предпринимательскими рисками.

Управление предпринимательскими рисками - это комплекс мероприятий, направленный на прогнозирование и заблаговременное выявление неблагоприятных воздействий на субъект предпринимательской деятельности, разработку и реализацию мер по их нейтрализации.

Основные этапы процесса управления риском может быть представлена следующем образом:

Для анализа предпринимательского риска нужна, прежде всего, быстрая и достоверная информация. «Как отметил президент Немецкого исследовательского сообщества профессор Хиберт Маркль, в XXI в. в условиях более жесткой конкуренции, вызванной глобализацией рынков, победу будут одерживать не крупные предприятия над малыми, а динамичные над медленно реагирующими на изменение обстановки». Второй этап управления риском представляет собой совокупность методов выявления риска.

Для того, чтобы оценить риск и принять соответствующее решение, необходимо собрать исходную информацию об объекте-носителе риска. Эта первичная стадия носит название «выявление риска» и включает два этапа: отбор информации о структуре объекта и выявление опасностей или инцидентов.

К основным методам получения исходной информации о производственных объектах следует отнести:

* стандартизированный опросный лист;
* рассмотрение и анализ первичных документов управленческой и финансовой отчетности;
* анализ данных ежеквартальных и годовых финансовых отчетов;
* составление и анализ диаграммы организационной структуры предприятия;
* составление и анализ карт технологических потоков производственных процессов;
* инспекционные посещения производственных подразделений;
* консультации специалистов в данной технической отрасли;
* экспертизу документации консалтинговыми фирмами.

На втором этапе предприниматель должен провести оценку риска. Существуют следующие методы оценки предпринимательского риска:

* статистический метод оценки;
* метод экспертных оценок;
* использования аналогов;
* комбинированные методы.

***Методы математической статистики.***Главные инструменты данного метода оценки - дисперсия, стандартное отклонение, коэффициент вариации. С помощью статистического метода оценки, то есть на основе расчета дисперсии, стандартного отклонения и коэффициента вариации можно оценить риск не только конкретной сделки, но и предпринимательской фирмы в целом (проанализировав динамику ее доходов) за некоторый промежуток времени.

***Методы экспертных оценок.***Экспертный метод может быть реализован путем обработки мнений опытных предпринимателей и специалистов. Желательно, чтобы эксперты сопровождали свои оценки данными о вероятности возникновения различных величин потерь. Можно ограничиться получением экспертных оценок вероятностей допустимого критического риска либо оценить наиболее вероятные потери в данном виде предпринимательской деятельности.

***Метод аналогий.***Метод аналогий используется в том случае если другие методы оценки риска неприемлемы. При использовании аналогов применяются базы данных о риске аналогичных проектов и сделок, исследовательских работ проектно-изыскательских учреждений. Полученные таким образом данные обрабатываются для выявления зависимостей в законченных проектах с целью учета потенциального риска при реализации нового предпринимательского проекта или сделки.

***Комбинированный метод.***Комбинированный метод представляет собой объединений нескольких отдельных методов или их отдельных элементов. Примером может служить оценка предпринимательского риска на основе расчета вероятности нежелательного исхода сделки. В данном случае анализ риска производиться с помощью элементов статистического, экспертного методов, а также метода аналога.

Затем наступает этап выбора метода воздействия на риски с целью минимизировать возможный ущерб в будущем. Но так как существует несколько способов его уменьшения, то возникает проблема оценки сравнительной эффективности методов воздействия на риск для выбора наилучшего из них.

После выбора оптимальных способов воздействия на конкретные риски появляется возможность сформулировать общую стратегию управления всем комплексом рисков предприятия. Это этап принятия решения, когда определяются требуемые финансовые и трудовые ресурсы, происходит постановка и распределение задач среди менеджеров, осуществляется анализ рынка соответствующих услуг, проводятся консультации со специалистами «процесс принятия конкретного решения целесообразно различать и выделять определенные области (зоны риска) в зависимости от уровня возможных (ожидаемых) потерь в финансово-хозяйственной деятельности».

Процесс непосредственного воздействия на риск осуществляется тремя способами***: снижением, сохранением и передачей риска.***

Снижение риска подразумевает уменьшение либо размеров возможного ущерба, либо вероятности наступления неблагоприятных событий. Чаще всего оно осуществляется при помощи осуществления предупредительных организационно-технических мероприятий, под которыми понимаются различные способы усиления безопасности зданий и сооружений, установка систем контроля и оповещения, противопожарных устройств и т.д.

Для снижения степени финансового риска применяются различные способы:

* диверсификация;
* приобретение дополнительной информации о выборе и результатах;
* лимитирование;
* страхование (в том числе хеджирование) и др.

***Диверсификация*** представляет собой процесс распределения инвестируемых средств между различными объектами вложения, которые непосредственно не связаны между собой, с целью снижения риска возможных потерь капитала или доходов от него. Диверсификация позволяет избежать части риска при распределении капитала между разнообразными видами деятельности.

Инвестор иногда принимает решения, когда результаты неопределенны и основаны на ограниченной информации. «Неопределённость внешней среды является функцией количества информации, которой располагает организация (или лицо) по поводу конкретного фактора, а также функцией уверенности в этой информации. Если информации мало или есть сомнения в её точности, среда становится более неопределенней, чем в ситуации, когда имеется адекватная информация и есть основания считать её высоконадежной». Естественно, что если бы у инвестора была более полная информация, он мог бы сделать лучший прогноз и снизить риск. Это делает информацию товаром. Информация является очень ценным товаром, за который инвестор готов платить большие деньги, а раз так, то вложение капитала в информацию становится одной из сфер предпринимательства, последнее носит название эккаутинг. Стоимость полной информации рассчитывается как разница между ожидаемой стоимостью какого-нибудь приобретения, когда имеется полная информация, и ожидаемой стоимостью, когда информация неполная.

***Лимитирование*** - это установление лимита, т. е. предельных сумм расходов, продажи, кредита и т.д. ***Лимитирование*** является важным средством снижения степени риска. Банками оно применяется при выдаче ссуд и т.д., хозяйствующим субъектом - при продаже товаров в кредит (по кредитным карточкам), по дорожным чекам и еврочекам и т. п.; инвестором при определении сумм вложения капитала и т.д. Кроме того есть возможность уменьшить риск с помощью ***хеджирования*** (в переводе - ограждение от потерь). Эта форма страхования у нас практически не известна.

Встречаются и другие разновидности хеджирования. Бизнесмены могут застраховаться от колебаний цен путем заключения контрактов «с условным требованием» (долгосрочных соглашений между покупателями и поставщиками), в которых указываются количество и цены на продаваемые товары или услуги. Продавец и покупатель получают от таких контрактов взаимную выгоду.

К мерам, осуществляемым при сохранении риска, могут быть также причислены получение кредитов и займов для компенсации убытков и восстановления производства, получение государственных дотаций и т. д.

Меры по передаче риска означают передачу ответственности за него третьим лицам при сохранении существующего уровня риска. К ним относятся страхование, которое подразумевает передачу риска страховой компании за определенную плату, а так же различного рода финансовые гарантии, поручительства и т.д.

***Страхование:*** Каждое стихийное бедствие и несчастный случай рассматриваются как опасность, затрагивающая предметы труда, в связи с чем возникает страховое отношение, то есть объект страховой защиты. Причем страховое событие не является объектом страхования. Этим объектом выступает риск, который может произойти, а может и не произойти.

Страхование предпринимательских рисков представляет собой отношение по защите имущественных интересов физических и юридических лиц при наступлении определенных событий (страховых случаев) за счет денежных фондов, формируемых из уплачиваемых или страховых взносов (страховых премий). Система страхования зависит от специфики работы и специализации предприятия, но в общих чертах должна выглядеть следующим образом: во-первых, страховые имущества и имущественных ценностей; во-вторых, страхование грузопотоков; в-третьих, страхование ответственности, которая включает в себя общегражданскую ответственность (риск загрязнения окружающей среды) и ответственность работодателя перед работниками.

Договор страхования является соглашением между страхователем и страховщиком, в силу которого страховщик обязуется при наступлении страхового случая произвести страховую выплату страхователю или иному лицу, в пользу которого заключен договор страхования, а страхователь обязуется уплатить страховые взносы в установленные сроки.

К внутренним недостаткам страхования можно было бы отнести следующие:

* вынужденное финансирование управленческих расходов и прибыли страховщика;
* издержки, связанные с перераспределением ущерба среди страхователей;
* внутренние риски страховщика;
* временной фактор.

Основная проблема страхования заключается в том, что практически никогда оно (страхование) не может обеспечить полную компенсацию всех убытков.

В некоторых случаях, если величина риска очень велика, то предприниматель может избежать риска. Избежание риска означает простое уклонение от мероприятия, связанного с риском.

Заключительным этапом управления риском является контроль и корректировка результатов реализации выбранной стратегии с учетом новой информации. Контроль состоит в получении информации от менеджеров о произошедших убытках и принятых мерах по их минимизации. Он может выражаться в выявлении новых обстоятельств, изменяющих уровень риска, передаче этих сведений страховой компании, наблюдении за эффективностью работы систем обеспечения безопасности и т.д.

Но для того, чтобы наиболее эффективно управлять рисками на предприятии должна быть введена должность «менеджера по риску» или, как его еще называют, риск - менеджера. Он должен знать, как уменьшить степень вероятного риска до наиболее низкого возможного уровня, одновременно обеспечив достижение заданных уровней рентабельности. Кроме того, он должен предусмотреть возможность уменьшения негативных последствий риска даже в случае самых неблагоприятных для фирмы событий.

Во многих случаях риск - менеджер разделяет ответственность за различные виды риска с другими менеджерами фирмы. В частности, менеджер по риску вместе с финансовым менеджером занимаются вопросами определения степени риска всех видов деятельности и оценкой их последствий, выбора вида страхования, финансовых расчетов в области страхования, самострахованием. Многие вопросы менеджер по риску решает вместе с ответственным за кадровую работу, инженером по технике безопасности и др.

Эффективное прогнозирование и планирование дают возможность риск-менеджеру предвидеть и приспособиться к экономическим колебаниям или изменениям вкусов клиентов. Активная деятельность по изучению и предвидение возможных действий конкурентов могут помочь бизнесу адекватно на них отреагировать. Хорошо продуманные социально-экономические программы для служащих и рабочих способствуют предотвращению проявления недовольства работников, включая забастовки. Но для наиболее эффективной работы необходимо иметь ввиду следующую схему разработки бизнес-плана, наибольшим образом влияющего на снижение степени риска:

* принятие решения о создании собственного дела или реализации нового коммерческого проекта;
* анализ собственных возможностей и способности взяться за реализацию задуманного проекта;
* выбор изделия или услуги, производство (оказание) которого(ой) -цель проекта;
* исследование возможного рынка сбыта;
* составление прогноза объемов сбыта (для первого года - помесячно, для второго - поквартально);
* выбор места для осуществления коммерческой или производственной деятельности;
* разработка плана производства;
* разработка плана маркетинга;
* разработка организационного плана;
* разработка юридической схемы будущей коммерческой деятельности;
* решение вопросов организации бухгалтерского учета;
* решение вопросов страхования;
* разработка финансового плана;
* подготовка резюме к бизнес-плану.

Большое значение в уменьшении риска имеет правильное управление финансами. Ключевую роль здесь играет финансовый менеджер. Он может уменьшить потенциальные финансовые трудности путем своевременного направления долгосрочных инвестиций в прибыльные предприятия, а также правильного определения комбинаций разумного риска и надежности при использовании финансовых ресурсов фирмы. Кроме того, финансовый менеджер при правильном управлении оборотным капиталом может обеспечить наличие необходимого количества активов для покрытия непредвиденных финансовых потерь фирмы.

Рассмотрим некоторые практические вопросы, с которыми сталкивается предприниматель, начиная свой бизнес. В первую очередь это ответственные, связанные с принятием на себя полного риска решения о размещении и использовании материальных, сырьевых, финансовых, кадровых и других ресурсов. Главная проблема разумного распределения ресурсов в бизнесе связана с вечной проблемой - конфликтом между неограниченными желаниями и ограниченными возможностями. Здесь чаще всего возникает несколько вопросов общего плана, которые нужно знать и помнить любому предпринимателю:

* какие конкретно товары (или услуги) будут производиться (предоставляться);
* кому эти товары или услуги будут предназначены;
* каким образом товары (или услуги) будут производиться (осуществляться);
* насколько нужно ежегодно увеличивать поступления ресурсов (материалов, сырья, финансов, кадров и т.д.) для обеспечения роста производства.

Правильная постановка этих вопросов и их учет при организации дела могут уменьшить риск предпринимателя уже на самом начальном этапе бизнеса.

Важное место в начальный период любой предпринимательской деятельности занимает определение шансов на коммерческий успех всего дела, или, иными словами, степени коммерческого риска, результатов инвестиционной политики фирмы или ее хозяйственной деятельности.

Итак, с целью уменьшения степени, уровня вероятного риска рекомендуется соблюдать ряд правил:

* Не следует избегать риска, надо предвидеть его и стремиться снизить до возможно более низкого уровня.
* Начиная дело нужно оценить, подумать, какие виды потерь наиболее возможны, вероятны в данном виде предпринимательства, какова их ожидаемая величина, насколько часто они способны возникать.
* Не надо особо страшиться потерь, величина которых не превышает расчетную, ожидаемую прибыль, такие потери в принципе допустимы, но они не должны быть слишком частыми, их вероятность должна быть существенно ниже единицы.
* Ожидаемые потери, имеющие ощутимую вероятность появления и угрожающие убытками, существенно превышающими прибыль, должны настораживать предпринимателя. В этом случае необходимо, как минимум, образовать специальный резервный фонд самострахования и четко представлять, из каких источников будут компенсироваться потери в случае их возникновения.
* Если предприниматель решается идти на риск достаточно вероятных потерь, значительно превышающих прибыль и способных нанести ему крупный финансовый ущерб, он обязан прибегнуть к страхованию проводимой операции. Страхование риска представляет один из лучших способов его уменьшения, но оно связано с новыми потерями в виде страховых взносов, которые должны быть посильными для предпринимателя. Страховать можно имущество, коммерческие операции, перевозки грузов, здоровье, жизнь.
* При наличии критического риска желательно разделить его между всеми участниками операции согласно договору таким образом, чтобы общими усилиями можно было бы компенсировать возможные потери.
* Нужно избегать как огня дел, связанных с катастрофическим риском, потери от которого предприниматель не в силах возместить. Вероятность таких потерь должна быть столь мала, что ей можно пренебречь (близкой к нулю). Иначе нельзя начинать подобное дело.

1. **Предприятие как объект хозяйствования**

**2.1 Предприятие - самостоятельный хозяйствующий субъект. Основные принципы функционирования предприятий**

***Предприятие***- это самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный предпринимателем или объедением предпринимателей для производства товара (т. е. продукции, выполнения работ и оказания услуг) с целью удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Во всех случаях основной задачей предприятия является получение дохода за счет реализации потребителям производимого товара. На основе полученного дохода удовлетворяются социальные и экономические запросы трудового коллектива и владельцев средств производства.

Предпринимательская деятельность осуществляется в двух формах: индивидуальной форме и коллективной.

Индивидуальная предпринимательская деятельность осуществляется физическими лицами, коллективная - юридическими лицами.

***Физические лица***- это правоспособные и дееспособные граждане. Они могут:

* иметь имущество на правах собственности;
* наследовать и завещать имущество;
* заниматься предпринимательской и иной, не запрещенной законом деятельностью;
* создавать юридические лица;
* совершать не противоречащие закону сделки;
* нести имущественную и другую ответственность за свою деятельность.

Физическое лицо, действуя на свой страх и риск, пуская свои средства в

оборот и зарегистрировавшись в установленном законом порядке, выступает как индивидуальный предприниматель.

***Индивидуальные предприниматели***- это физические лица, зарегистрированные в установленном порядке и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, а также частные нотариусы, частные охранники, частные детективы.

Индивидуальные предприниматели могут применять наемный труд.

***Юридическое лицо***- это 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 ответственности, быть истцом и ответчиком в суде.

Юридическое лицо характеризуют следующие моменты:

* фирменное наименование;
* регистрация в государственном реестре юридических лиц;
* гражданские права (соответствующие целям деятельности, декларированным в учредительных документах) и ответственность по своим обязательствам;
* наличие специального разрешения (лицензия) для осуществления отдельных видов деятельности;
* определенная организационная структура;
* самостоятельный баланс;
* юридический адрес;
* печать и счет в банке.

Юридическое лицо подлежит государственной регистрации.

Моментом государственной регистрации признается внесение соответствующей записи в единый реестр юридических лиц. Основанием для деятельности юридического лица являются Устав и Учредительный договор.

Юридическое лицо может иметь представительства или филиалы.

Юридические лица могут быть организациями: ***коммерческими; некоммерческими.***

***Коммерческие организации***- организации, преследующие в качестве основной цели совей деятельности прибыль, распределяемую среди участников.

Юридические лица, являющиеся ***некоммерческими организациями*,** могут создаваться в формах: потребительских кооперативов, общественных и религиозных организаций, благотворительных фондов.

***Фирма***- это организация, имеющая статус юридического лица, имущественно обособленная хозяйственная единица, осуществляющая производственную, коммерческую или иную деятельность с целью получения прибыли. Фирмы имеют фирменное наименование.

Предприятия классифицируются по виду и характеру хозяйственной деятельности, формам собственности, размерам, организационно-правовым формам.

Классификация **по *виду и характеру хозяйственной деятельности*.** Предприятия отличаются друг от друга отраслевой принадлежностью. Они подразделяются на предприятия производственной и непроизводственной сферы, далее по менее крупным направлениям (промышленные, сельскохозяйственные, торговые, кредитно-финансовые, транспортные и др.).

***Классификация по формам собственности*.** Форма собственности лежит в основе юридического статуса предприятия. В соответствии с Гражданским кодексом часть имущества предприятий может находиться в собственности граждан, юридических лиц, а также в собственности государства, субъектов РК, общественных и религиозных организаций. В законе сказано, что права всех собственников защищаются равным образом.

***Классификация по размерам*.** Одной из важнейших характеристик предприятия является его размер, определяемый в первую очередь количеством занятых работников. Определение размера предприятия по числу занятых может дополняться другими характеристиками - объемом продаж, активами, полученной прибылью и т. п.

***Классификация по организационно-правовым формам*.** Гражданским кодексом РК установлен состав организационно-правовых форм предприятий - юридических лиц и определены права граждан - физических лиц.

Граждане вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации их в качестве индивидуального предпринимателя, а также создавать юридические лица самостоятельно или совместно с другими лицами.

***Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.***

**Хозяйственные товарищества**

***Полное товарищество***- объединение нескольких индивидуальных предпринимателей и (или) коммерческих организаций, которые договариваются (составляют договор) о том, что они создают предприятие (полное товарищество) для совместного ведения предпринимательской деятельности, причем каждый участник (полный товарищ) может выступать от имени товарищества и нести ответственность по обязательствам товарищества всем своим имуществом.

Лицо может быть участником только одного полного товарищества. Основой создания полного товарищества является договор, подписываемый всеми его участниками. Устав не составляется.

Управление деятельностью полного товарищества осуществляется по общему согласию всех участников. Учредительным договором товарищества могут быть предусмотрены случаи, когда решение принимается большинством голосов участников. Каждый участник полного товарищества имеет один голос, если учредительным договором не предусмотрен иной порядок определения количества голосов его участников. Каждый участник полного товарищества вправе действовать от имени товарищества. При совместном ведении дел товарищества его участниками для совершения каждой сделки требуется согласие всех участников товарищества.

Участник полного товарищества обязан внести не менее половины своего вклада в складочный капитал товарищества к моменту его регистрации. Остальная часть должна быть внесена участником в сроки, установленные учредительным договором. При невыполнении указанной обязанности участник обязан уплатить товариществу десять процентов годовых с невнесенной части вклада и возместить причиненные убытки, если иные последствия не установлены учредительным договором.

Вкладом в имущество товарищества могут быть деньги, ценные бумаги, другие вещи или имущественные права либо иные права, имеющие денежную оценку.

Прибыль и убытки полного товарищества распределяются между его участниками пропорционально их долям в складочном капитале, если иное не предусмотрено учредительным договором или иным соглашением участников.

Если вследствие понесенных товариществом убытков стоимость его чистых активов станет меньше размера его складочного капитала, полученная товариществом прибыль не распределяется между участниками до тех пор, пока стоимость чистых активов не превысит размер складочного капитала.

Участники полного товарищества солидарно несут субсидиарную ответственность своим имуществом по обязательствам товарищества.

***Товариществом на вере***(коммандитным товариществом) признается товарищество, в котором наряду с участниками, осуществляющими от имени товарищества предпринимательскую деятельность и отвечающими по обязательствам товарищества своим имуществом (полными товарищами), имеется один или несколько участников-вкладчиков (коммандитистов), которые несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности.

Вкладчиками в товариществах на вере могут быть граждане и юридические лица. Лицо может быть полным товарищем только в одном товариществе на вере. Товарищество на вере создается и действует на основании учредительного договора. Учредительный договор подписывается всеми полными товарищами.

Управление деятельностью товарищества на вере осуществляется полными товарищами. Вкладчик товарищества на вере обязан внести вклад в складочный капитал. Вкладчик товарищества на вере имеет право: получать часть прибыли товарищества, причитающуюся на его долю в складочном капитале, в порядке, предусмотренном учредительным договором; знакомиться с годовыми отчетами и балансами товарищества; по окончании финансового года выйти из товарищества и получить свой вклад в порядке, предусмотренном учредительным договором; передать свою долю в складочном капитале или ее часть другому вкладчику или третьему лицу. Вкладчики пользуются преимущественным перед третьими лицами правом покупки доли (ее части).

Товарищество на вере ликвидируется при выбытии всех участвовавших в нем вкладчиков. Однако полные товарищи вправе вместо ликвидации преобразовать товарищество на вере в полное товарищество.

Товарищество на вере сохраняется, если в нем ос таются, по крайней мере, один полный товарищ и один вкладчик.

Таким образом, на участников - полных товарищей - в товариществе на

вере, распространяется неограниченная ответственность по долгам товарищества, а на вкладчиков - ограниченная, в пределах их вкладов. Полные товарищи, рискующие всем своим имущество, имеют соответственно и большие права. Только они имеют право принимать решения, связанные с использованием общего имущества, только они управляют хозяйственной деятельностью товарищества. Вкладчики же права голоса не имеют, они могут рассчитывать только на установленный в договоре процент от прибыли. Оставшуюся прибыль делят между собой полные товарищи.

**Хозяйственные общества**

***Хозяйственными обществами***признаются коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным (складочным) капиталом. Имущество, созданное за счет вкладов учредителей (участников), а также произведенное и приобретенное хозяйственным обществом в процессе его деятельности, принадлежит ему на праве собственности.

Хозяйственное общество может быть создано одним лицом, которое становится его единственным участником. Хозяйственные общества могут создаваться в форме акционерного общества, общества с ограниченной или с дополнительной ответственностью.

Участниками хозяйственных обществ могут быть граждане и юридические лица. Вкладом в имущество хозяйственного общества могут быть деньги, ценные бумаги, другие вещи или имущественные права либо иные права, имеющие денежную оценку.

Денежная оценка вклада участника хозяйственного общества производится по соглашению между учредителями (участниками) общества и в отдельных случаях, предусмотренных законом, подлежит независимой экспертной проверке.

***Обществом с ограниченной ответственностью (ООО)*** признается учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого 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. Общество не может иметь в качестве единственного участника другое хозяйственное общество, состоящее из одного лица. Число участников ООО не должно быть более пятидесяти.

В случае, если число участников общества превысит установленный предел, общество в течение года должно преобразоваться в открытое акционерное общество или в производственный кооператив. Если в течение указанного срока общество не будет преобразовано и число участников общества не уменьшится до установленного предела, оно подлежит ликвидации в судебном порядке.

Учредители общества заключают учредительный договор и утверждают устав общества. Учредительный договор и устав общества являются учредительными документами общества. Если общество учреждается одним лицом, учредительным документом общества является устав, утвержденный этим лицом. В случае увеличения числа участников общества до двух и более между ними должен быть заключен учредительный договор.

В учредительном договоре учредители общества обязуются создать общество и определяют порядок совместной деятельности по его созданию. Учредительным договором определяются также состав учредителей (участников) общества, размер уставного капитала общества и размер доли каждого из учредителей (участников) общества, размер и состав вкладов, порядок и сроки их внесения в уставный капитал общества при его учреждении, ответственность учредителей (участников) общества за нарушение обязанности по внесению вкладов, условия и порядок распределения между учредителями (участниками) общества прибыли, состав органов общества и порядок выхода участников общества из общества.

Уставный капитал общества составляется из номинальной стоимости долей его участников. Величина уставного капитала общества должна быть не менее стократной величины минимального размера оплаты труда (МРОТ), установленного федеральным законом на дату представления документов для государственной регистрации общества. Каждый учредитель общества должен полностью внести свой вклад в уставный капитал общества в течение срока, который определен учредительным договором и который не может превышать одного года с момента государственной регистрации общества. На момент государственной регистрации общества его уставный капитал должен быть оплачен учредителями не менее чем наполовину.

Общество вправе ежеквартально, раз в полгода или раз в год принимать

решение о распределении своей чистой прибыли между участниками общества.

Решение об определении части прибыли общества, распределяемой между участниками общества, принимается общим собранием участников общества.

Часть прибыли общества, предназначенная для распределения между его участниками, распределяется пропорционально их долям в уставном капитале общества.

Высшим органом общества является общее собрание участников общества. Компетенция общего собрания участников общества определяется уставом общества. Каждый участник общества имеет на общем собрании участников общества число голосов, пропорциональное его доле в уставном капитале общества, если иное не предусмотрено в уставе общества.

Уставом общества может быть предусмотрено образование Совета директоров (наблюдательного совета) общества. Руководство текущей деятельностью общества осуществляется единоличным исполнительным органом общества или единоличным исполнительным органом общества и коллегиальным исполнительным органом общества. Исполнительные органы общества подотчетны общему собранию участников общества и совету директоров (наблюдательному совету) общества. Общество не обязано публиковать отчетность о своей деятельности.

***Обществом с дополнительной ответственностью***признается учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого 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.

Таким образом, ответственность участников по долгам общества (при недостатке имущества общества) возлагается на имущество участников, но не на все, как это делается в полном товариществе, а лишь в одинаковом для всех участников кратном размере к сумме внесенных ими вкладов в имущество общества (например, в трех-, пяти-, десятикратном размере, что должно быть определено учредительными документами).

**Акционерное общество**

***Акционерным обществом***(далее - обществом) признается коммерческая организация, уставный капитал которой разделен на определенное число акций, удостоверяющих обязательственные права участников общества (акционеров) по отношению к обществу. Акционеры не отвечают по обязательствам общества и несут риск убытков, связанных с его деятельностью, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Общество несет ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом. Общество может быть открытым или закрытым, что отражается в его уставе и фирменном наименовании.

***Открытое общество***вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции и осуществлять их свободную продажу. Открытое общество вправе проводить и закрытую подписку на выпускаемые им акции. Число акционеров открытого общества не ограничено. Общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного, заранее определенного круга лиц, признается закрытым обществом. Такое общество не вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции либо иным образом предлагать их для приобретения неограниченному кругу лиц.

Договор о создании общества не является учредительным документом общества. Учредительным документом общества является устав.

Уставный капитал общества составляется из номинальной стоимости акций общества, приобретенных акционерами. Номинальная стоимость всех обыкновенных акций общества должна быть одинаковой. Уставный капитал

общества определяет минимальный размер имущества общества, гарантирующего интересы его кредиторов.

Общество размещает обыкновенные акции и вправе размещать один или

несколько типов привилегированных акций. Номинальная стоимость размещенных привилегированных акций не должна превышать 25% от уставного капитала общества. При учреждении общества все его акции должны быть размещены среди учредителей. Все акции общества являются именными.

Уставный капитал общества может быть увеличен путем увеличения номинальной стоимости акций или размещения дополнительных акций. Уставный капитал общества может быть уменьшен путем уменьшения номинальной стоимости акций или сокращения их общего количества.

Акционеры - владельцы обыкновенных акций общества могут участвовать на общем собрании акционеров с правом голоса по всем вопросам его компетенции, а также имеют право на получение дивидендов, а в случае ликвидации общества - право на получение части его имущества.

Уставом общества может быть предусмотрена конвертация привилегированных акций в обыкновенные акции. Конвертация обыкновенных акций в привилегированные акции, облигации и иные ценные бумаги не допускается.

В уставе общества должны быть определены размер дивиденда и (или) стоимость, выплачиваемая при ликвидации общества (ликвидационная стоимость) по привилегированным акциям.

Акционеры - владельцы привилегированных акций общества не имеют

права голоса на общем собрании акционеров, за исключением случаев, когда

решаются вопросы о реорганизации и ликвидации общества, о внесении изменений и дополнений в устав общества, ограничивающих их права, включая случаи изменения размера дивиденда, очередности выплаты дивиденда и (или) ликвидационной стоимости акций.

В обществе создается резервный фонд в размере, предусмотренном уставом общества, но не менее 5 % от его уставного капитала. Резервный фонд общества формируется путем обязательных ежегодных отчислений до достижения им размера, установленного уставом общества. Размер ежегодных отчислений предусматривается уставом общества, но не может быть менее 5% от чистой прибыли до достижения размера, установленного уставом общества. Резервный фонд общества предназначен для покрытия его убытков, а также для выкупа акций общества в случае отсутствия иных средств.

Если по окончании второго и каждого последующего финансового года стоимость чистых активов общества оказывается меньше величины минимального уставного капитала, общество обязано принять решение о своей ликвидации.

Общество вправе один раз в год принимать решение (объявлять) о выплате дивидендов по размещенным акциям. Дивиденды выплачиваются из чистой прибыли общества. Дивиденды по привилегированным акциям могут выплачиваться за счет специально предназначенных для этого фондов общества. Срок выплаты годовых дивидендов определяется уставом общества или решением общего собрания акционеров о выплате годовых дивидендов.

Высшим органом управления общества является общее собрание акционеров. Общество обязано ежегодно проводить годовое общее собрание акционеров. Годовое общее собрание акционеров проводится в сроки, устанавливаемые уставом общества, но не ранее чем через два месяца и не позднее чем через шесть месяцев после окончания финансового года.

На годовом общем собрании акционеров должны решаться вопросы об избрании совета директоров (наблюдательного совета) общества, ревизионной комиссии (ревизора) общества, утверждении аудитора общества, а также могут решаться иные вопросы, отнесенные к компетенции общего собрания акционеров.

Голосование на общем собрании акционеров осуществляется по принципу «одна голосующая акция общества - один голос».

Совет директоров (наблюдательный совет) общества осуществляет общее руководство деятельностью общества, за исключением решения вопросов, отнесенных к компетенции общего собрания акционеров.

В обществе с числом акционеров-владельцев голосующих акций менее пятидесяти устав общества может предусматривать, что функции совета директоров общества (наблюдательного совета) осуществляет общее собрание акционеров. В компетенцию совета директоров (наблюдательного совета) общества входит решение вопросов общего руководства деятельностью общества, за исключением вопросов, отнесенных к компетенции общего собрания акционеров.

Членом совета директоров (наблюдательного совета) общества может быть только физическое лицо. Член совета директоров (наблюдательного совета) общества может не быть акционером общества.

Для общества с числом акционеров-владельцев голосующих акций общества более одной тысячи - количественный состав совета директоров (наблюдательного совета) общества не может быть менее семи членов, а для общества с числом акционеров-владельцев обыкновенных и иных голосующих акций общества более десяти тысяч - менее девяти членов. Председатель совета директоров (наблюдательного совета) общества избирается членами совета директоров (наблюдательного совета) общества из их числа большинством голосов от общего числа членов совета директоров (наблюдательного совета) общества

Руководство текущей деятельностью общества осуществляется единоличным исполнительным органом общества (директором, генеральным директором) или единоличным исполнительным органом общества и коллегиальным исполнительным органом общества (правлением, дирекцией).

**Производственный кооператив**

***Производственным кооперативом (артелью)***признается добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности (производство, переработка, сбыт промышленной, сельскохозяйственной и иной продукции, выполнение работ, торговля, бытовое обслуживание, оказание других услуг), основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами (участниками) имущественных паевых взносов. Законом и учредительными документами производственного кооператива может быть предусмотрено участие в его деятельности юридических лиц. Производственный кооператив является коммерческой организацией.

Члены производственного кооператива несут по обязательствам кооператива субсидиарную ответственность в размерах и в порядке, предусмотренных законом о производственных кооперативах и уставом кооператива.

Учредительным документом производственного кооператива является его устав, утверждаемый общим собранием его членов. Устав кооператива, кроме общепринятых сведений, должен содержать условия о размере паевых взносов членов кооператива; о составе и порядке внесения паевых взносов членами кооператива и их ответственности за нарушение обязательства по внесению паевых взносов; о характере и порядке трудового участия его членов в деятельности кооператива и их ответственности за нарушение обязательства по личному трудовому участию; о порядке распределения прибылей и убытков кооператива; о размере и условиях субсидиарной ответственности его членов по долгам кооператива; о составе и компетенции органов управления кооперативом и порядке принятия ими решений, в том числе о вопросах, решения по которым принимаются единогласно или квалифицированным большинством голосов.

Число членов кооператива не должно быть менее пяти. Имущество, находящееся в собственности производственного кооператива, делится на паи его членов в соответствии с уставом кооператива. Уставом кооператива может быть установлено, что определенная часть принадлежащего кооперативу имущества составляет неделимые фонды, используемые на цели, определяемые уставом.

Член кооператива обязан внести к моменту регистрации кооператива не менее десяти процентов паевого взноса, а остальную часть - в течение года с момента регистрации. Прибыль кооператива распределяется между его членами в соответствии с их трудовым участием, если иной порядок не предусмотрен законом и уставом кооператива. В таком же порядке распределяется имущество, оставшееся после ликвидации кооператива и удовлетворения требований его кредиторов.

Высшим органом управления кооперативом является общее собрание его членов. В кооперативе с числом членов более пятидесяти может быть создан наблюдательный совет, который осуществляет контроль над деятельностью исполнительных органов кооператива. Исполнительными органами кооператива являются правление и (или) его председатель. Они осуществляют текущее руководство деятельностью кооператива и подотчетны наблюдательному совету и общему собранию членов кооператива.

Членами наблюдательного совета и правления кооператива, а также председателем кооператива могут быть только члены кооператива. Член кооператива не может одновременно быть членом наблюдательного совета и членом правления либо председателем кооператива. Член кооператива вправе по своему усмотрению выйти из кооператива. В этом случае ему должна быть выплачена стоимость пая или выдано имущество, соответствующее его паю, а также осуществлены другие выплаты, предусмотренные уставом кооператива.

Член кооператива может быть исключен из кооператива по решению общего собрания в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязанностей, возложенных на него уставом кооператива, а также в других случаях, предусмотренных законом и уставом кооператива.

Член кооператива, исключенный из него, имеет право на получение пая и других выплат, предусмотренных уставом кооператива. Член кооператива вправе передать свой пай или его часть другому члену кооператива. Передача пая (его части) гражданину, не являющемуся членом кооператива, допускается лишь с согласия кооператива. В этом случае другие члены кооператива пользуются преимущественным правом покупки такого пая (его части).

**Потребительский кооператив**

***Потребительским кооперативом***признается добровольное объединение граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения материальных и иных потребностей участников, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов.

Устав потребительского кооператива должен содержать, помимо общепринятых сведений, условия о размере паевых взносов членов кооператива; о составе и порядке внесения паевых взносов членами кооператива и об их ответственности за нарушение обязательства по внесению паевых взносов; о составе и компетенции органов управления кооперативом и порядке принятия ими решений, в том числе о вопросах, решения по которым принимаются единогласно или квалифицированным большинством голосов; о порядке покрытия членами кооператива понесенных им убытков. Члены потребительского кооператива обязаны в течение трех месяцев после утверждения ежегодного баланса покрыть образовавшиеся убытки путем дополнительных взносов. В случае невыполнения этой обязанности кооператив может быть ликвидирован в судебном порядке по требованию кредиторов.

Члены потребительского кооператива солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам в пределах невнесенной части дополнительного взноса каждого из членов кооператива.

Доходы, полученные потребительским кооперативом от предпринимательской деятельности, осуществляемой кооперативом в соответствии с законом и уставом, распределяются между его членами.

***Общественными и религиозными организациями***(объединениями) признаются добровольные объединения граждан, в установленном законом порядке объединившихся на основе общности их интересов для удовлетворения духовных или иных нематериальных потребностей.

Общественные и религиозные организации являются некоммерческими

организациями. Они вправе осуществлять предпринимательскую деятельность лишь для достижения целей, ради которых они созданы, и соответствующую этим целям.

Участники (члены) общественных и религиозных организаций не сохраняют прав на переданное ими этим организациям в собственность имущество, в том числе на членские взносы. Они не отвечают по обязательствам общественных и религиозных организаций, в которых участвуют в качестве их членов, а указанные организации не отвечают по обязательствам своих членов.

**Фонды**

***Фондом***признается не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов, преследующая социальные, благотворительные, культурные, образовательные или иные общественно полезные цели.

Имущество, переданное фонду его учредителями (учредителем), является собственностью фонда. Учредители не отвечают по обязательствам созданного ими фонда, а фонд не отвечает по обязательствам своих учредителей. Фонд использует имущество для целей, определенных в его уставе. Фонд вправе заниматься предпринимательской деятельностью, необходимой для достижения общественно полезных целей, ради которых создан фонд, и соответствующей этим целям.

Фонд обязан ежегодно публиковать отчеты об использовании своего имущества. Порядок управления фондом и порядок формирования его органов определяются его уставом, утверждаемым учредителями.

Устав фонда, помимо общеустановленных сведений, должен содержать

информацию о цели фонда, указания об органах фонда, в том числе о попечительском совете, осуществляющем надзор за деятельностью фонда, о порядке назначения должностных лиц фонда и их освобождения, о месте нахождения фонда, о судьбе имущества фонда в случае его ликвидации.

**Учреждения**

***Учреждением***признается организация, созданная собственником для осуществления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера и финансируемая им полностью или частично.

Права учреждения на закрепленное за ним имущество соответствуют правам казенного предприятия, то есть это имущество может быть использовано только в целях выполнения своей уставной деятельности и заданиями собственника.

Собственник имущества, закрепленного за учреждением, вправе изъять излишнее, неиспользуемое либо используемое не по назначению имущество и распорядиться им по своему усмотрению.

Учреждение отвечает по своим обязательствам находящимися в его распоряжении денежными средствами. При их недостаточности субсидиарную ответственность по его обязательствам несет собственник соответствующего имущества.

**Ассоциации**

Коммерческие организации в целях координации их предпринимательской деятельности, а также представления и защиты общих имущественных интересов могут по договору между собой создавать объединения в форме ***ассоциаций или союзов***, являющихся некоммерческими организациями.

Если по решению участников на ассоциацию (союз) возлагается ведение

предпринимательской деятельности, такая ассоциация (союз) преобразуется в хозяйственное общество или товарищество, либо может создать для осуществления предпринимательской деятельности хозяйственное общество или участвовать в таком обществе.

Ассоциация (союз) не отвечает по обязательствам своих членов. Члены ассоциации (союза) несут субсидиарную ответственность по ее обязательствам в размере и в порядке, предусмотренными учредительными документами ассоциации.

Учредительными документами ассоциации (союза) являются учредительный договор, подписанный ее членами, и утвержденный ими устав. Учредительные документы ассоциации (союза) должны содержать, помимо общепринятый сведений, условия о составе и компетенции органов управления ассоциацией (союзом) и порядке принятия ими решений, в том числе о вопросах, решения по которым принимаются единогласно или квалифицированным большинством голосов членов ассоциации (союза), и о порядке распределения имущества, остающегося после ликвидации ассоциации (союза).

Член ассоциации (союза) вправе по своему усмотрению выйти из ассоциации (союза) по окончании финансового года. В этом случае он несет субсидиарную ответственность по обязательствам ассоциации (союза) пропорционально своему взносу в течение двух лет с момента выхода. Член ассоциации (союза) может быть исключен из нее по решению ос тающихся участников в случаях и в порядке, установленных учредительными документами ассоциации (союза).

В отношении ответственности исключенного члена ассоциации (союза) применяются правила, относящиеся к выходу из ассоциации (союза).

С согласия членов ассоциации (союза) в нее может войти новый участник.

Вступление в ассоциацию (союз) нового участника может быть обусловлено его субсидиарной ответственностью по обязательствам ассоциации (союза), возникшим до его вступления.

**2.2 Управление и структура предприятия. Понятие, принципы, функции и методы управления**

Управление представляет собой централизованное воздействие на коллектив людей с целью организации и координации их деятельности в процессе производства. Необходимость управления связана с процессами разделения труда на предприятии.

Главной задачей управления является обеспечение роста эффективности производства на основе постоянного совершенствования технического уровня, форм и методов управления, повышение производительности труда как важнейших условий получения и наращивания доходов предприятия.

В основе управления предприятием лежат принципы, под которыми принято понимать руководящие направления и правила, положенные в основу решения задач, связанных с управлением. В принципах проявляются наиболее устойчивые черты объективных закономерностей управления.

Важнейшими принципами организации управления производством являются:

* принцип целевой совместимости и сосредоточения. Заключается в создании целенаправленной системы управления, ориентированной на решение общей задачи - организации производства той продукции, в которой в данное время нуждается потребитель;
* принцип непрерывности и надежности. Означает создание таких условий производства, при которых достигается стабильность и непрерывность заданного режима производственного процесса;
* принцип планомерности, пропорциональности и динамизма. Нацеливает систему управления на решение не только текущих, но и долговременных задач развития предприятия с помощью долгосрочного, текущего и оперативного планирования;
* демократический принцип распределения функций управления. Основан на методах и правилах общественного разделения труда, согласно которым за каждым функциональным подразделением предприятия закрепляется определенная часть управленческой работы. При этом обязательно соблюдение следующих требований: подготовка управленческого решения и ответственность за его реализацию возлагается на ту службу, которая лучше всего осведомлена о состоянии дел на соответствующем объекте и больше всего заинтересована в реализации и высокой эффективности принятого решения;
* принцип научной обоснованности управления. Исходит из того, что средства и методы управления должны быть научно обоснованы и выверены на практике. Его соблюдение возможно только на основе непрерывного сбора, переработки и анализа различной информации: научно-технической, экономической, правовой и др. с использованием новейшей техники и математических методов;
* принцип эффективности управления. Предполагает рациональное и эффективное использование ресурсов производства, выпуск конкурентоспособной продукции;
* принцип совместимости личных, коллективных и государственных интересов. Определяется общественным характером производства;
* принцип контроля и проверки исполнения принятых решений. Предполагает разработку конкретных мероприятий по вскрытию недостатков, мешающих выполнению производственных заданий.

***К общим функциям управления относятся:***

* планирование - это формирование цели управления, выбор путей и методов достижения этой цели;
* организация - это создание оптимальной структуры управления. Руководитель подбирает работников для конкретной работы, делегируя им задания или полномочия, или право использовать ресурсы предприятия;
* мотивация (активизация) - это совокупность методов, стимулирующих работников к наиболее эффективной работе;
* контроль и учет - это система регулирования деятельности работников по выполнению работы определенного количества и качества.

Современный аппарат управления имеет в своем арсенале методы руководства: экономические, организационно-распорядительные (административные) и социально-психологические.

Так, вопросы планирования, экономического анализа, организации труда, финансирования, кредитования и экономического стимулирования составляют систему экономических методов управления.

Комплекс распорядительных актов по руководству хозяйственной деятельностью представляет собой организационно-распорядительный метод управления. Положения, инструкции и другие служебные документы, определяющие функции, права и персональную ответственность должностных лиц и производственных коллективов, являют собой нормы административного воздействия.

Социально-психологические методы управления - это методы убеждения, морального и нравственного воздействия на психологию людей.

**Производственная и общая структура**

***Структура предприятия - это его внутреннее строение, характеризующее состав подразделений и систему связи, подчиненность и взаимодействие между ними. Различают понятия производственной, общей и организационной структур управления.***

Совокупность производственных подразделений (цехов, участков, обслуживающих хозяйств и служб) прямо или косвенно участвующих в производственном процессе, их количество и состав определяют производственную структуру предприятия.

К факторам, которые влияют на производственную структуру предприятия, относят характер продукции и технологии ее изготовления, масштаб производства, степень специализации и его кооперирования с другими предприятиями, а также степень специализации производства внутри предприятия.

В зависимости от того, какое подразделение является основной структурной производственной единицей предприятия, различают цеховую, безцеховую, корпусную и комбинатскую производственную структуру.

***Цех - это обособленное в технологическом и административном отношении звено предприятия, в котором изготавливается полностью тот или иной продукт или выполняется определенная законченная стадия по выработке продукта.***

По характеру деятельности цехи подразделяются на:

* основные, вырабатывающие продукцию, определяющую основное назначение предприятия;
* вспомогательные (энергетические, ремонтные, инструментальные и др.), обеспечивающие бесперебойную и эффективную работу основных цехов;
* обслуживающие цехи и хозяйства, выполняющие операции по транспортировке и хранению материально-технических ресурсов и готовой продукции;
* побочные цехи, изготавливающие продукцию из отходов основного производства или их утилизирующие;
* экспериментальные (исследовательские) цехи, занимающиеся подготовкой и испытанием новых изделий, разработкой новых технологий.

Основные цехи делятся на заготовительные (специализируются на производстве заготовок), обрабатывающие (механообрабатывающие, деревообрабатывающие, термические и др.) и сборочные (агрегатной и окончательной сборки изделий из деталей и узлов, изготовленных на других предприятиях).

Известны три типа производственной структуры предприятия: предметный, технологический и смешанный (предметно-технологический).

Признаком предметной структуры является специализация цехов на изготовлении определенного изделия или группы однотипных изделий, узлов, деталей (цехи по изготовлению двигателей, задних мостов, кузовов, коробок передач на автомобильном заводе).

Признаком технологической структуры является специализация цехов предприятия на выполнении определенной части технологического процесса или отдельной стадии производственного процесса. Например, наличие литейного, кузнечно-прессового, штамповочного, механического и сборочного цехов на машиностроительном заводе.

На практике часто встречается смешанная производственная структура, при которой часть цехов специализирована технологично, а остальная - предметно.

На предприятиях с простым производственным процессом применяется безцеховая производственная структура, основой построения которой является производственный участок - совокупность территориально обособленных рабочих мест, на которых выполняются технологически однородные работы или изготавливается однотипная продукция.

При корпусной производственной структуре основным производственным подразделением крупного предприятия является корпус, в который объединены несколько однотипных цехов.

На предприятиях с многостадийными процессами производства и комплексной переработкой сырья (металлургическая, химическая, текстильная промышленность) используется комбинатская производственная структура. Ее основу составляют подразделения, изготавливающие технологически завершенную часть готового изделия (чугун, сталь, прокат).

Общую структуру предприятия представляет совокупность всех производственных, непроизводственных (по обслуживанию работников и членов их семей) и управленческих подразделений предприятия.

Типовая общая структура промышленного предприятия приведена на рисунке 1.

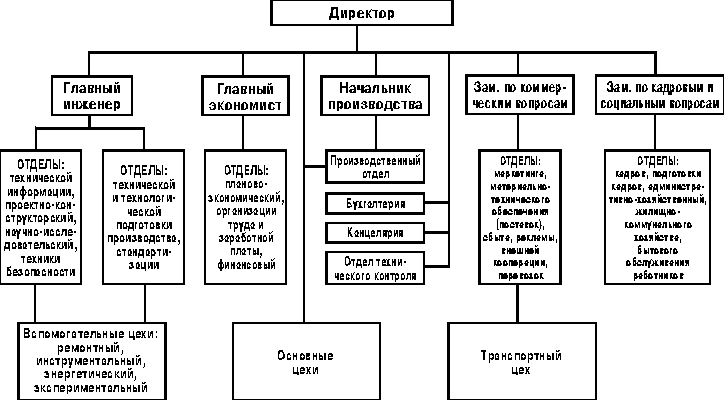


Рисунок 1. Типовая общая структура промышленного предприятия

**Организационная структура управления**

***Организационная структура управления - это система управления, которая определяет состав, взаимодействие и подчиненность ее элементов.***

Между элементами системы управления существуют связи, которые можно подразделить на:

* линейные связи возникают между подразделениями разных уровней управления, когда один руководитель административно подчинен другому (директор - начальных цеха - мастер);
* функциональные связи характеризуют взаимодействие руководителей, выполняющих определенные функции на разных уровнях управления, между которыми не существует административного подчинения (начальник планового отдела - начальник цеха);
* межфункциональные связи имеют место между подразделениями одного уровня управления (начальник основного цеха - начальник транспортного цеха).

Известны несколько типов организационных структур управления:

***Линейное управление*** - наиболее упрощенная система, между элементами которой существуют только одноканальные взаимодействия. Каждый подчиненный имеет только одного руководителя, который единолично отдает распоряжения, контролирует и руководит работой исполнителей. Преимуществами линейного управления являются: оперативность, четкость взаимоотношений, непротиворечивость команд, повышение степени ответственности руководителей, снижение расходов на содержание управленческого персонала. Но руководитель не может быть универсальным специалистом и учитывать все стороны деятельности сложного объекта. Поэтому линейное управление используется на малых предприятиях с простейшей технологией производства и в нижнем звене крупных предприятий - на уровне бригады производственного участка.

***Линейно-штабное управление*** используется в управлении цехами и отделами. Единоначалие сохраняется, однако руководитель подготавливает решение, приказы и задания для исполнителей с помощью штабных специалистов, осуществляющих сбор информации и ее анализ и разрабатывающих проекты необходимых распорядительных документов.

***Функциональное управление*** предусматривает разделение функций управления между отдельными подразделениями аппарата управления, что позволяет рассредоточить административно-управленческую работу и поручить ее наиболее квалифицированным кадрам. Однако это приводит к необходимости сложных согласований между функциональными службами при подготовке важного документа, снижает оперативность работы, удлиняет сроки принятия решений.

***Дивизиональное управление*** позволяет централизовать стратегические общекорпоративные функции управления (финансовую деятельность, разработку стратегии фирмы и др.), которые сосредоточиваются в высших звеньях администрации корпорации и децентрализовать оперативные функции управления, которые передаются производственным подразделения. Это приводит к гибкому реагированию на изменения во внешней среде, быстрому принятию управленческих решений и повышению их качества, но в тоже время - к увеличению численности аппарата управления и затрат на его содержание.

***Матричное управление*** выделяет временные предметно-специализированные звенья - проектные группы, которые формируются из специалистов постоянных функциональных отделов. При этом они лишь временно подчинены руководителю проекта. А после завершения работ над проектом возвращаются в свои функциональные подразделения. Преимущества: исключительно высокая гибкость системы управления и ориентация на нововведения.

В хозяйственной практике часто встречается сложный вид управления - сочетание перечисленных типов организационных структур управления на разных уровнях управления предприятием.

**Внутренняя среда предприятия**

***Внутренняя среда предприятия***- комплекс факторов, воздействующих на бизнес предприятия изнутри (персонал, технологии, материальные ресурсы, местоположение, менеджмент, маркетинг и т. д.).

***Персонал.***Численность рабочих, численность управленческих кадров, механизм управления персоналом, уровень квалификации кадров, затраты на оплату

труда, отчисление во внебюджетные фонды, система экономического стимулирования, затраты на переподготовку кадров, производительность труда, эффективность использования персонала

***Продукция.***Соответствие потребительских свойств продукции требованиям отечественного и мирового рынков, система качества продукции; формирование эффективной ассортиментной политики, жизненный цикл продукции; возможности снижения производственных затрат.

***Финансы.***Соотношение собственных и заемных средств. Поиск источников финансирования, кредитования и инвестирования. Разработка методик управления финансами

***Технология.***Соответствие техники, технологии требованиям современного уровня качества продукции. Балансовая стоимость основных фондов, сокращение сроков амортизации основных фондов, реальная загрузка основных фондов, эффективность использования отдельных видов основных фондов.

***Инновации.***Оснащение научно-информационной базой предприятия; патентование и лицензирование инноваций; повышение заинтересованности работников во внедрении инноваций. Наличие интеллектуальной собственности, научной базы фирмы, финансовые и кадровые возможности развития собственной НИОКР.

***Маркетинг.***Проведение маркетинговых исследований внешней среды предприятия (SWOT-анализ, PEST-анализ). Стимулирование сбыта и выявление каналов товаропродвижения; рекламная деятельность.

***Стратегия.***Формирование миссии и целей предприятия. Анализ внутренней среды предприятия (SNW-анализ). Разработка стратегических и тактических планов предприятия.

***Информация.***Информационные потоки на предприятии. Накопление и обработка баз данных. Система поиска информации. Компьютеризация и техническое оснащение деятельности предприятия.

***Менеджмент*.** Соответствие управленческой структуры предприятия, адекватной организационной структуре, целям и задачам предприятия НИОКР.

Наличие интеллектуальной собственности, научной базы фирмы, финансовые и кадровые возможности развития собственной НИОКР.

**Внешняя среда предприятия**

***Внешняя среда предприятия***- комплекс факторов, воздействующих на предприятие извне (государство, конкуренты, поставщики, потребители и т. д.).

Практически все факторы внешней среды относятся к неконтролируемым со стороны организации и ее служб. Самый хороший план может провалиться из-за негативного воздействия неконтролируемых факторов. Вместе с тем организация может не только приспосабливаться к внешней среде, но и в определенной мере влиять на нее.

Факторы внешней среды Содержание и возможное направление воздействия на них.

***Потребители.***Анализ желаемого качества продукции для потребителей, средний уровень дохода, уровень спроса и т. д.

***Поставщики.***Поставщики оборудования. Ведение реестра поставщиков оборудования с указанием наименования предприятия, рейтинга фирмы, объемов производства, конкурентных преимуществ, гарантийных обязательств и условий сервисного обслуживания, финансовой характеристики фирмы.

***Поставщики сырья и материалов.***Ведение предприятием реестров поставщиков с указанием наименования предприятия, качества и стоимости материальных ресурсов, условий и возможных объемов поставок, мощность фирмы-поставщика, финансовое положение. Поставщики финансов. Ведение реестра поставщиков с указанием наименования, законодательных ограничений, предельного размера инвестиций (кредита, лизинга), условий и гарантий возвратности, условий страховки, сроков и процентов по кредиту и т. п. Поставщики трудовых ресурсов.

***Конкуренты.***Ведение реестра конкурентов с указанием наименования предприятия, ассортимента продукции, преимуществ и недостатков выпускаемой ими продукции, цен реализации и др.

***Государство.***Законодательство: внешнеэкономическая деятельность, налоговая политика государства, правила регистрации предприятия и т.д.

***Экономико-политическая сфера государства.***

***Экономико-географическое положение предприятия.***

Местоположение предприятия должно обеспечивать минимальные затраты по содержанию производственных, офисных помещений, транспортных расходов по материально-техническому обеспечению и реализации продукции, услуги, включая расходы на рекламу; арендная плата, коммунальные и иные платежи.

**3 Экономическая и социальная эффективность производства**

**3.1 Сущность эффективности производства, факторы, влияющие на эффективность производства и система показателей**

Оценка деятельности предприятия производится на основе комплексного анализа конечных итогов его эффективности. Экономическая суть эффективности предприятия состоит в том, чтобы на каждую единицу затрат добиться существенного увеличения прибыли. Количественно она измеряется сопоставлением двух величин: полученного в процессе производства результата и затрат живого и овеществленного труда на его достижение.

Экономический эффект выражается в натуральных и стоимостных показателях, характеризующих промежуточные и конечные результаты производства в масштабе предприятия, отрасли и народного хозяйства в целом. К таким показателям относятся, например, объем валовой, товарной, реализуемой, иногда чистой продукции, масса полученной прибыли, экономия различных элементов производственных ресурсов и общая экономия от снижения себестоимости продукции, величина национального дохода и совокупного общественного продукта и др.

Результаты анализа экономической деятельности используются как база для выработки плановых решений последующего развития, а некоторые из них являются фондообразующими специальных и других фондов предприятия.

При оценке производства следует учитывать не только экономические, но и социальные результаты. Их особенностью является то, что они, как правило, не поддаются количественному измерению.

Измерение экономической эффективности предприятия требует ее качественной и количественной оценки, т.е. определения критерия и показателей эффективности общественного производства. Правильно выбранный критерий должен наиболее полно выражать сущность экономической эффективности и быть единым для всех звеньев производства.

Для правильного определения важнейших направлений повышения экономической эффективности общественного производства необходимо сформулировать критерий и показатели эффективности.

Критерий экономической эффективности имеет определенную структуру, позволяющую выражать его количественно на всех уровнях управления предприятием. В условиях рыночной экономики основным критерием оценки хозяйственной деятельности предприятия служит доход (прибыль, рентабельность по отношениям к фондам).

Оценивая критерий эффективности производственного предприятия, особое внимание следует уделять приросту прибыли не только за счет роста объемов рентабельной продукции, произвольного увеличения цен на изделия без соответствующего повышения качества и т.п., но и ее приросту за счет лучшей работы, роста объема производства нужной народному хозяйству продукции и снижения себестоимости.

Количественная определенность единого критерия выражается в обобщающих показателях эффективности производства и функционально связанных с ними локальных показателях использования различных видов ресурсов.

Однако обобщающим критерием экономической эффективности общественного производства служит ***уровень производительности общественного труда.***

Производительность общественного труда измеряется отношением произведенного национального дохода к средней численности работников, занятых в отраслях материального производства:

Важнейшими показателями экономической эффективности общественного производства служат трудоемкость, материалоемкость, капиталоемкость и фондоемкость.

Еще одним показателем экономической эффективности производства является ***трудоемкость продукции*** - величина, обратная показателю производительности живого труда, определяется как отношение количества труда, затраченного в сфере материального производства, к общему объему произведенной продукции:

где T - количество труда, затраченного в сфере материального производства;

Q - общий объем произведенной продукции (как правило, валовой продукции).

***Материалоемкость***общественного продукта исчисляется как отношение затрат сырья, материалов, топлива, энергии и других предметов труда к валовому общественному продукту. Материалоемкость продукции отрасли (объединения, предприятия) определяется как отношение материальных затрат к общему объему произведенной продукции:

где m - уровень материалоемкости продукции;

M - общий объем материальных затрат на производство продукции в стоимостном выражении;

Q - общий объем произведенной продукции (как правило, валовой).

Снижение материалоемкости продукции эффективно для народного хозяйства страны. В известной степени близки между собой показатели ***капиталоемкости* и *фондоемкости*** продукции. Показатель капиталоемкости продукции показывает отношение величины капитальных вложений к определяемому ими приросту объема выпускаемой продукции:

где KQ - капиталоемкость продукции;

K - общий объем капитальных вложений;

DQ - прирост объема выпускаемой продукции.

***Фондоемкость*** продукции исчисляется как отношение средней стоимости основных производственных фондов народного хозяйства к общему объему произведенной продукции:

где *f* ***-*** фондоемкость продукции;

F - средняя стоимость основных производственных фондов народного хозяйства;

Q - общий объем произведенной продукции (как правило, валовой продукции).

В народном хозяйстве, в ее отдельных отраслях, например, в промышленности, широко применяется показатель фондоотдачи, обратный показателю фондоемкости.

Приведенные выше показатели имеют ограниченный характер использования, все они, кроме показателя производительности общественного труда, не дают полного, всестороннего представления об экономической эффективности производства и затрат, а характеризуют лишь использование определенного вида ресурсов.

Для полного представления об общей эффективности затрат нужна обобщенная характеристика стоимостных и натуральных показателей. Этой цели служат общая и сравнительная экономическая эффективность затрат.

В планировании и проектировании общая экономическая эффективность определяется как отношение эффекта к капитальным вложениям, а сравнительная - как отношение разности текущих затрат к разности капитальных вложений по вариантам. При этом общая и сравнительная экономическая эффективность дополняют друг друга.

По народнохозяйственным комплексам, отдельным отраслям, а также формам воспроизводства основных фондов ***общая экономическая эффективность затрат*** рассчитывается как отношение прироста прибыли или хозрасчетного дохода (DП) к капитальным вложениям К:

По вновь строящимся цехам, предприятиям и отдельным мероприятиям показатель эффективности Эп определяется как отношение планируемой прибыли к кап. Вложениям (сметной стоимости):

где К - полная стоимость строящегося объекта

Ц - годовой выпуск продукции в оптовых ценах предприятия

С - издержки производства годового выпуска продукции после полного осуществления строительства и освоения введенных мощностей .

При сопоставлении вариантов хозяйственных и технических решений, размещения предприятий и их комплексов, строительства новых или реконструкция старых предприятий и т.п. рассчитывается сравнительная экономическая эффективность затрат. Основной показатель наиболее оптимального варианта - минимум приведенных затрат.

® min ,

где ЗПi - приведенные затраты по данному варианту

Ci - текущие затраты по тому же варианту

Кi - капитальные вложения по каждому варианту

Ен - нормативный коэффициент сравнительной экономической эффективности капитальных вложений.

В условиях рыночной экономики основным критерием оценки хозяйственной деятельности предприятия служат прибыль и рентабельность по отношению к фондам.

Оптимальным дополнением к показателю прибыли явилось бы выделение, в том числе удельного веса увеличения прибыли, полученной за счет снижения себестоимости.

Следует также отметить, что по мере формирования цивилизованных рыночных отношений у предприятия останется лишь один путь увеличения прибыли - увеличение объема выпуска продукции, снижение затрат на ее производство.

**4 Основной капитал предприятия**

**4.1 Экономическая сущность основных средств предприятия: состав и структура**

***Основной капитал предприятия*** - это часть производительного капитала, который полностью и многократно принимает участие в производстве товара, переносит свою стоимость на новый продукт по частям, в течение ряда периодов. К основному капиталу относится та часть авансированного капитала, которая затрачена на постройку зданий, сооружений, на покупку машин, оборудования, инструмента.

После реализации товара основной капитал по частям возвращается в денежной форме предпринимателю. Основной капитал подвергается физическому и моральному износу.

***Физический износ*** - постепенная утрата основными капиталами потребительной стоимости, которая постепенно переносится на продукт, частями возвращается в виде амортизации. ***Моральный износ*** происходит из-за роста производительности труда и технического прогресса и ведет к обновлению основного капитала до того, как он снашивается физически.

***Основной капитал*** - это денежные средства, вложенные в основные фонды. Он меняет свою вещественную форму и проходит следующие стадии:

* инвестирование (денежная форма - основные фонды) - в реальные активы - здания, сооружения, машины и оборудование и пр., а не в финансовые активы - акции, облигации.
* производство (материально - вещественная форма), потребление в виде амортизации. Процесс постепенного перенесения стоимости средств труда по мере их физического и морального износа на производимый с их помощью продукт; использование специальных денежных средств - амортизационных отчислений, включаемых в издержки производства и обращения, для простого и расширенного воспроизводства основных фондов;
* возмещение: начисленная амортизация превращается в денежную форму (себестоимость, выручка). За счёт этих денег происходит вновь закупка оборудования.

***В состав основного капитала входят:***

***основные средства*** - часть имущества, используемая в качестве средств труда при производстве продукции, выполнении работ или оказании услуг, либо для управления организации в течение периода, превышающего 12 месяцев или обычный операционный цикл, если он превышает 12 месяцев. В составе основных средств учитываются находящиеся в собственности организации земельные участки, объекты природопользования (это денежная оценка ОФ и материальных ценностей, имеющих длительный срок службы);

***незавершённые долгосрочные инвестиции*** - затраты на создание, увеличение размеров, а также приобретение внеоборотных активов длительного пользования (свыше одного года), не предназначенных для продажи, за исключением долгосрочных финансовых вложений в государственные ценные бумаги, ценные бумаги и уставные капиталы других предприятий;

***долгосрочные финансовые инвестиции*** - инвестиции организации в государственные ценные бумаги, облигации и иные ценные бумаги других организаций, в уставные (складочные) капиталы других организаций, а также предоставленные другим организациям займы;

***Нематериальные активы.*** Могут быть отнесены объекты интеллектуальной собственности (исключительное право на результаты интеллектуальной деятельности).

В составе нематериальных активов учитываются также деловая репутация организации и организационные расходы (расходы, связанные с образованием юридического лица, признанные в соответствии с учредительными документами частью вклада участников (учредителей) в уставный (складочный) капитал организации).

К основным фондам относят: здания - вид основных фондов, включающий архитектурно - строительные объекты, назначением которых является создание условий для труда, жилья, социально-культурного обслуживания населения и хранения материальных ценностей; сооружения - объекты инженерной инфраструктуры,; рабочие и силовые машины и оборудование - мелкие части капитала, которые используются в производстве товаров; измерительные и регулирующие приборы и устройства, вычислительная техника.

**Основные фонды**

Наиболее высокую долю в структуре имущественного комплекса предприятия занимают основные фонды.

Основными фондами являются произведенные активы, используемые неоднократно или постоянно в течение длительного периода, но не менее одного года, для производства товаров, оказания рыночных и нерыночных услуг. Основные фонды делятся на ***материальные*** *и* ***нематериальные*** ([рисунок 2](http://econpredpr.narod.ru/Pict/Image201.gif)).

К ***материальным основным фондам*** ***(основным средствам)*** относятся здания, сооружения, машины и оборудование, измерительные и регулирующие приборы и устройства, жилища, вычислительная техника и оргтехника, транспортные средства, инструмент, производственный и хозяйственный инвентарь, рабочий, продуктивный и племенной скот, многолетние насаждения и прочие виды материальных основных фондов.

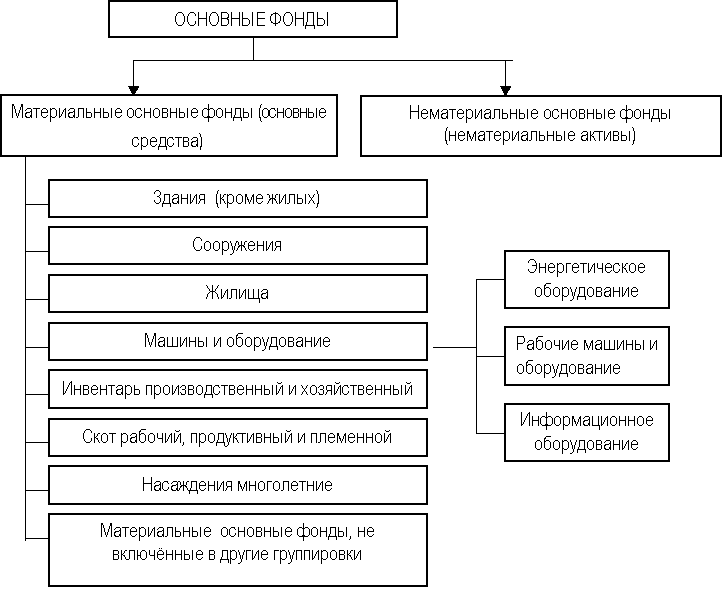


Рисунок 2. Основные фонды

К ***нематериальным основным фондам (нематериальным активам)*** относятся компьютерное программное обеспечение, базы данных, оригинальные произведения развлекательного жанра, литературы или искусства, наукоемкие промышленные технологии, прочие нематериальные основные фонды, являющиеся объектами интеллектуальной собственности, использование которых ограничено установленными на них правами владения.

***Материальные*** *и* ***нематериальные основные фонды*** показываются в балансе предприятия в разделе «Внеоборотные активы». Объединяет эти виды ресурсов предприятия не только-то обстоятельство, что они играют важную роль в деятельности предприятия, но и то, что объекты, включаемые в состав основных фондов, используются в течение длительного времени (более одного года). Однако при ближайшем рассмотрении оказывается, что основные средства и нематериальные активы имеют большие различия, которые отражаются в методах их учета, анализе использования и влиянии на финансовый результат. Рассмотрим основные средства предприятия.

**Классификация основных средств**

1. По назначению и сфере применения:

* основные производственные средства;
* основные непроизводственные средства.

2. По степени использования:

* находящиеся в эксплуатации основные средства;
* находящиеся в резерве основные средства;
* находящиеся в стадии достройки, реконструкции, частичной ликвидации;
* находящиеся на консервации.

3. В зависимости от имеющихся прав на имущество:

* объекты, принадлежащие предприятию на правах собственности;
* объекты, находящиеся в оперативном управлении или хозяйственном ведение;
* объекты, полученные в аренду.

4. По натурально-вещественному составу:

* здания;
* сооружения;
* передаточные устройства;
* машины и оборудование;
* транспортные средства;
* инструменты, производственный и хозяйственный инвентарь.

В настоящее время при классификации основных средств рекомендуется использовать общероссийский классификатор основных фондов (ОКОФ).

В составе основных средств учитываются находящиеся в собственности предприятий земельные участки и объекты природопользования.

В структуре основных средств в зависимости от конкретной их роли принято выделять активную и пассивную части.

***Активная часть***непосредственно воздействует на предмет труда и определяет количество и качество выпускаемой продукции.

***Пассивная часть***создает необходимые условия для функционирования активной части.

Соотношение отдельных групп основных средств по стоимости характеризует их структуру. Структура определяется путем расчета удельного веса отдельных групп основных средств в общей совокупности и выражается в процентах.

**4.2 Методы оценки основных средств**

Основные средства учитываются в натуральных и стоимостных показателях.

Натуральные необходимы для установления количества и состава основных средств, расчета производственной мощности, организации ремонта и замены оборудования.

Стоимостные показатели необходимы для определения общей стоимости структуры и динамики основных средств, расчета амортизационных отчислений, себестоимости, рентабельности и т. д.

Существуют 3 метода оценки основных средств:

***1. По первоначальной стоимости*** - это сумма фактических затрат организации на приобретение, доставку и доведения до рабочего состояния основных средств.

***Первоначальная стоимость*** *-* это фактическая стоимость создания основных средств. По первоначальной стоимость основные средства учитываются и оцениваются в ценах тех лет, когда они были созданы.

***2. По восстановительной стоимости.***

***Восстановительная стоимость*** *-* это стоимость воспроизводства основных средств в современных конкретных эксплуатационных условиях. Восстановительная стоимость показывает, сколько денежных средств пришлось бы затратить предприятию в данный момент времени для замены имеющихся изношенных в той или иной степени основных средств такими же, но новыми.

Восстановительная стоимость определяется путем переоценки основных средств.

В настоящее время предприятие имеет право самостоятельно не чаще 1 раза в год (на начало отчетного периода) производить переоценку основных средств. Переоценка может производиться: по официально-публикуемым индексам; прямым пересчетом по документально подтвержденным рыночным ценам.

***3. По остаточной стоимости.***

***Остаточная стоимость*** *-* это стоимость, еще не перенесенная на готовую продукцию. Остаточная стоимость определяется как разность между первоначальной (восстановительной) стоимостью и суммой начисленной амортизацией.

Основные средства учитываются на предприятии по первоначальной стоимости, а после переоценки по восстановительной стоимости.

В балансе предприятия основные средства отражаются по остаточной стоимости.

***Кроме этого можно выделить два вида оценки основных средств:***

***1. Ликвидационная стоимость*** - это стоимость возможной реализации, выбывающих, полностью изношенных основных средств.

***2. Амортизируемая стоимость*** - это стоимость, которую необходимо перенести на готовую продукцию. В Казахстанской экономической практике - это первоначальная (восстановительная) стоимость, в мировой практике - разность между первоначальной и ликвидационной стоимостью.

Для расчета целого ряда экономических показателей необходимо знать среднегодовую стоимость основных средств.

1)

где Фмi - суммарная стоимость основных средств на первое число каждого месяца (с февраля по декабрь).

2)

где tэ - число полных месяцев эксплуатации основных средств;

Фпост. - стоимость поступивших в течение года основных средств

Фвыб. - стоимость выбывших в течение года основных средств.

**4.3 Износ и амортизация основных средств**

В процессе эксплуатации основные средства подвергаются износу, который может быть вызван воздействием как материальных, так и нематериальных факторов.

С точки зрения экономики ***износ*** *-* это потеря стоимости основных средств.

***Виды износа:***

**1. *Физический износ*** - это потеря стоимости в результате изменения физических, механических и т.п. свойств основных средств.

**2. *Моральный износ***делится на:

* моральный износ I-го рода - это удешевление новых средств труда и потеря стоимости у действующих средств труда;
* моральный износ II-го рода - это потеря стоимости из-за появления более производительных и технически совершенных новых средств труда.

**3. *Социальный износ*** *-* это потеря стоимости в результате того, что новые основные средства обеспечивают более высокий уровень социальных требований (комфортность, безопасность, эргономичность).

**4. *Экологический износ*** *-* это потеря стоимости в результате ужесточения стандартов в области охраны окружающей среды.

***Кроме этого, можно выделить частичный и полный износ.***

***Частичный***наступает вследствие неравномерного износа отдельных элементов основных средств и возмещается путем ремонта.

***Полный износ***соответствует полному обесцениванию основных средств, когда их дальнейшее использование убыточно или невозможно. В этом случае основные средства ликвидируются и замещаются новыми средствами.

***Амортизация*** *-* это процесс переноса стоимости основных средств на готовую продукцию и возмещение этой стоимости в процессе реализации продукции.

***Амортизационные отчисления*** *-* это денежное выражение размера амортизации, которое должно соответствовать степени износа основных средств. Амортизационные отчисления включаются в себестоимость продукции.

При исчислении амортизации предприятие самостоятельно определяет норму амортизации и метод амортизации, при этом основную роль играет ***срок полезного использования основных средств***- это период, в течение которого использование объекта основных средств призвано приносить доход или служить для выполнения целей деятельности организации.

Начисление амортизации может производиться одним из ***четырех следующих методов***, при этом годовая сумма амортизационных отчислений (Аг.) определяется:

***1) линейный метод*** (способ равномерного, пропорционального списания стоимости основных средств), Аг. определяется исходя из первоначальной стоимости объекта основных средств и нормой амортизации, исчисленной исходя из срока полезного использования этого объекта.

где Фн. - срок полезного использования

На. - норма амортизации

***2) способ уменьшения остатка.*** Аг. определяется, исходя из остаточной стоимости объекта основных средств на начало года, нормы амортизации, определенной на основе срока полезного использования и коэффициента ускорения (утверждается Законодательством РФ).

где Ку - коэффициент ускорения

(НА)лин. - норма амортизации, исчисленная при линейном способе.

***3) способ списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования (куммулятивный способ)*** Аг. определяется, исходя из первоначальной стоимости и соотношения между n и S: n/S

где n - число лет до окончания нормативного срока эксплуатации объекта, включая год, за который начисляется амортизация;

S - сумма чисел лет.

***4) способ списания стоимости пропорционально объему продукции (работ).***

где Qф -фактический объем продукции в отчетном периоде.

Qпл - предполагаемый объем продукции за весь срок полезного использования

Амортизационные отчисления производятся ежемесячно в размере 1/12 суммы годовой амортизации, независимо от способа начисления амортизации.

Способ амортизации ® Аг ® Ам

На введенные в действие основные средства амортизация начинает начисляться с 1-го числа следующего за датой введения месяца. На выбывающие основные средства начисления амортизации прекращается с 1-го числа следующего за датой выбытия месяца.

**4.4 Показатели наличия, движения и эффективности использования основных средств**

Основные средства учитываются ежемесячно в натуральных и стоимостных показателях. При этом стоимость основных средств на конец года определяется по балансовой формуле.

***Показатели движения основных средств.***

1. Коэффициент поступления (ввода) основных средств:

2. Коэффициент выбытия основных средств:

3. Коэффициент обновления основных средств:

4. Коэффициент ликвидации основных средств:

5. Коэффициент прироста основных средств:

***Показатели степени годности основных средств:***

1) коэффициент износа основных средств:

где Фперв - первоначальная стоимость

2) коэффициент годности основных средств:

***Показатели эффективности использования основных средств.***

Для оценки эффективности использования основных средств используется система показателей, которая включает в себя ***общие*** *и* ***частные*** показатели.

Общие показатели характеризуют эффективность использования всей совокупности основных средств. При этом используется их стоимостная оценка.

***1. Показатель фондоотдачи:***

где Q ­ - объем произведенной продукции.

Ф - средний показатель стоимости основных средств.

***2. Показатель фондоемкости.***

Частные показатели используются для оценки эффективности использования отдельных элементов основных средств:

* коэффициент загрузки площадей;
* коэффициент сменности работы оборудования;
* коэффициент интенсивной, экстенсивной и интегральной загрузки оборудования.

**4.5 Нематериальные активы и их амортизация**

***Нематериальные активы******-***это затраты предприятия на не имеющие материально-вещественные формы активы, используемые в течение длительных периодов и приносящие доход.

К нематериальны активам относятся права, возникающие:

* из авторских и иных договоров на произведение искусства, науки, литературы, программы ЭВМ, базы данных и т.д.;
* из патентов на изобретение, свидетельств на полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки или лицензионные договоры на их использование.

Учет нематериальных активов регламентируются положением по бухгалтерскому учету и Налоговым Кодексом.

В составе нематериальных активов учитываются также организационные расходы и деловая репутация фирмы (ее цена).

***Организационные расходы*** *-* это долгосрочные затраты, связанные с созданием фирмы.

Деловая репутация фирмы возникает в результате купли-продажи действующих предприятий. Также предприятия покупаются и продаются по рыночной цене. Отклонение рыночной цены от стоимости активов и составляет величину деловой репутации фирмы или ее цену.

Нематериальные активы переносят свою стоимость на готовую продукцию или на издержки производства и обращение путем начисления амортизации.

Амортизация может начисляться линейным способом, способом списания стоимости пропорционально объему продукции, способом уменьшаемого остатка.

Срок полезного использования нематериальных активов определяется предприятием самостоятельно с учетом следующего:

* срок полезного использования совпадает со сроком действия нематериальных активов, который устанавливается в соответствующем договоре;
* срок использования нематериальных активов определяется на предприятии;
* если срок полезного использования определить невозможно, то он устанавливается в 20 лет.

***Нематериальные активы*** - это активы, которые не имеют физического выражения, но все, же представляют существенную ценность для предприятия.

Объекты нематериальных активов должны соответствовать следующим условиям:

* отсутствие материально-вещественной формы;
* возможность идентификации (выделения, отделения) организацией от другого имущества;
* использование в производстве продукции, при выполнении работ или оказании услуг либо для управленческих нужд;
* использование их в течение длительного времени, то есть срока полезного использования, продолжительностью свыше 12 месяцев или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев;
* наличие способности приносить организации экономические выгоды (доход) в будущем;
* отсутствие у организации намерения их перепродать в течение 12 месяцев;
* наличие надлежаще оформленных документов, подтверждающих существование самого актива и исключительного права у организации на результаты интеллектуальной деятельности (патенты, свидетельства, другие охранные документы, договор уступки (приобретения) патента, товарного знака и т. п.).

Поскольку нематериальные активы бестелесны по своей природе, то важным критерием отнесения того или иного объекта к данной категории имущества является также его ***отчуждаемость*.** Применительно к нематериальным активам отчуждаемость означает возможность передачи объекта как такового в собственность другому лицу.

Нематериальными активами ***не могут*** быть признаны интеллектуальные и деловые качества гражданина, его квалификация и способность к труду, поскольку они не могут быть отчуждены от гражданина и переданы другим лицам.

К нематериальным активам относятся результаты интеллектуальной деятельности, средства индивидуализации, деловая репутация организации (гудвилл).

К результатам интеллектуальной деятельности относят объекты патентного права произведения науки, литературы и искусства; изобретение; полезные модели; селекционные достижения; программы для ЭВМ; секреты производства (ноу-хау). Средства индивидуализации - товарные знаки и знаки обслуживания.

***Изобретения и полезные модели*** рассматриваются как техническое решение задачи.

***Программа для ЭВМ*** - это объективная форма предоставления совокупности данных и команд, предназначенных для функционирования ЭВМ и других компьютерных устройств с целью получения определенного результата.

***Секреты производства (ноу-хау)***представляют собой сведения любого характера (производственные, экономические, организационные), которые имеют коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам.

***Товарные знаки, знаки обслуживания*** - это обозначения или названия, служащие для отличия товаров или услуг другого производителя, для отличия товаров, обладающих особыми свойствами.

***Товарный знак и знак обслуживания*** (товарный знак) представляет собой элемент, способствующий отличию товаров и услуг одних юридических лиц или граждан от однородных товаров и услуг от других юридических лиц или граждан. Товарными знаками могут быть словесные, изобразительные, объемные и другие обозначения или их комбинации в любом цвете или цветовом сочетании. Товарные знаки указывают, кто несет ответственность за качество предлагаемых населению товаров.

По оценкам специалистов, в условиях развитой экономической системы имущество предприятия на 30-60 % состоит из нематериальных активов, а товарный знак в их составе может занимать около 80%.

***Наименование места происхождения товара или услуги*** - это всегда географическое название страны, населенного пункта, местности, где произведен продукт или услуга.

Такой вид нематериальных активов, как деловая репутация (гудвилл). появляется у предприятия только в том случае, если им была совершена покупка другого предприятия. ***Деловая репутация*** может определяться в виде разницы между покупной ценой приобретенного предприятия и стоимостью по бухгалтерскому балансу всех его активов и обязательств.

Нематериальные активы неоднородны по своему составу,· по характеру использования в процессе производства, по степени влияния на финансовое состояние и результаты хозяйственной деятельности предприятия. Поэтому необходима классификация, которая может быть произведена по ряду признаков.

По признаку использования в производстве нематериальные активы можно разделить на ***функционирующие*** (работающие) объекты, применение, которых приносит предприятию доход в настоящий период; ***нефункционирующие*** (неработающие) объекты, которые не используются по каким-либо причинам, но могут применяться в будущем.

По степени влияния на финансовые результаты предприятия выделяются объекты нематериальных активов, способные приносить доход прямо, ***за счет внедрения их в эксплуатацию*** и объекты, ***опосредованно*** влияющие на финансовые результаты.

В зависимости степени правовой защищенности одна часть нематериальных активов относится к ***защищаемым охранными документами*** (авторскими правами), другая - к разряду ***не защищенных охранными документами*** (авторскими правами).

Нематериальные активы, как и основные средства, оцениваются по первоначальной и остаточной стоимости. Но вот термин «восстановительная стоимость» по отношению к данному виду объектов не применяется

Первоначальная стоимость нематериальных активов, приобретенных за плату, определяется как сумма всех фактических расходов на приобретение и приведение их в состояние, в пригодное для использования в запланированных целях.

Первоначальная стоимость нематериальных активов, созданных самой организацией, рассчитывается как сумма всех фактических расходов на их создание, изготовление (израсходованные материальные ресурсы, оплата труда, услуги сторонних организаций, патентные пошлины, связанные с получением патентов, свидетельств, и т.п.).

Остаточная стоимость представляет собой, как уже известно, первоначальную стоимость за вычетом износа. Разумеется, износ может быть только моральным.

Текущая рыночная стоимость - это денежная сумма, которая могла быть получена в результате продажи объекта на дату ее определения. Если объект однажды был оценен по текущей рыночной стоимости, он должен подвергаться ежегодной переоценке.

В оценке нематериальных активов можно использовать три основных подхода: доходный; затратный; сравнительный.

В соответствии с ***доходным*** подходом стоимость объекта нематериальных активов принимается на уровне текущей стоимости тех преимуществ, которые имеет предприятие от его использования. В качестве примера можно привести метод освобождения от роялти, которыйиспользуется для оценки стоимости патентов и лицензий. ***Роялти*** - это периодическое отчисление лицензиару (продавцу) за пользование интеллектуальной собственностью. Обычно роялти составляет 5-20% дополнительной прибыли, получаемой предприятием, купившим интеллектуальную собственность. Если объект интеллектуальной собственности является основой нового продукта (технологии), роялти может составлять до 50%.

В случае, когда изобретение приобретается на основе роялти, то стоимость лицензии на использование изобретения равна дисконтированному потоку роялти:

где *Di* - ставка роялти; *R* - база расчета роялти (выручка от продукции, выпускаемой по лицензии, или прибыль, получаемая от реализации соответствующей продукции); *Т* - срок действия лицензионного договора; *t* - порядковый номер рассматриваемого года; http://econpredpr.narod.ru/Pict/Image250.gif- ставка дисконта.

При использовании ***затратного подхода*** нематериальные активы оцениваются как сумма затрат на их создание, приобретение и введение в действие.

***Сравнительный подход*** может применяться для тех видов нематериальных активов, сделки по которым часто совершаются на рынке. Исходной информацией для расчета стоимости объекта служат цены продажи аналогичных объектов

Нематериальные активы учитываются в бухгалтерском балансе по остаточной стоимости. Стоимость объектов нематериальных активов погашается путем начисления амортизации в течение установленного срока их полезного использования. Амортизации подвергаются не все нематериальные активы, а только те, которые имеют определенный срок полезного использования. Стоимость нематериальных активов с неопределенным сроком полезного использования не амортизируется. С того момента, как срок полезного использования будет установлен, начнется и процесс амортизации. Амортизационные отчисления производятся одним из следующих способов:

* линейным способом исходя из норм, исчисленных организацией на основе срока их полезного использования;
* способом уменьшаемого остатка;
* способом списания стоимости пропорционально объему продукции (работ, услуг).

При линейном способе производится равномерное списание стоимости. При способе уменьшаемого остатка сумма амортизационных отчислений рассчитывается путем умножения остаточной стоимости на дробь, в числителе которой коэффициент не выше 3, а в знаменателе - число месяцев, оставшихся до окончания срока полезного использования.

При способе списания стоимости пропорционально объему продукции (работ) начисление амортизационных отчислений производится в зависимости от натурального показателя объема продукции (работ) в отчетном периоде и соотношения первоначальной стоимости нематериального актива и предполагаемого объема продукции (работ) за весь срок полезного использования данного объекта.

Срок полезного использования нематериальных активов определяется организацией при принятии объекта к бухгалтерскому учету. Сроком полезного использования считается выраженный в месяцах период, в течение которого организация предполагает получать от использования нематериальных активов экономическую выгоду.

Для некоторых видов нематериальных активов срок полезного использования определяется исходя из количества продукции или работ, ожидаемых при использовании активов этого вида.

Срок полезного использования должен ежегодно уточняться.

Амортизационные отчисления по нематериальным активам начинаются с первого числа месяца, следующего за месяцем принятия этого объекта к бухгалтерскому учету, и начисляются до полного погашения стоимости этого объекта либо выбытия этого объекта с бухгалтерского учета. Амортизационные отчисления по нематериальным активам прекращаются с первого числа месяца, следующего за месяцем полного погашения стоимости этого объекта или списания этого объекта с бухгалтерского учета.

Деловая репутация не существует отдельно от предприятия. Это ***неотчуждаемое имущество.*** Им нельзя распорядиться отдельно от предприятия. Эта черта отличает данный вид активов от всех иных объектов бухгалтерского учета, включая другие виды нематериальных активов.

**5 Сырьевые, материальные и топливно**-**энергетические ресурсы**

**5.1 Понятие и классификация сырья и топливно-энергетических ресурсов**

***Сырье и материалы*** представляют собой важнейший элемент производственных запасов. ***Сырье и материалы*** - это те предметы труда, из которых изготовляют продукт. Материалы, используемые в производстве условно делят на ***основные и вспомогательные.*** Это связано с тем, что основные материалы образуют материальную (вещественную) основу продукта, для производства которого используется.

Вспомогательные, как и основные, или вещественные входят в состав вырабатываемого продукта, но в отличие от основных не образуют материальной его основы, добавляются к основным материалам с целью вызвать в них необходимые качественные изменения или, же не входят вещественно в изготавливаемый продукт, а потребляются средствами труда, либо расходуются для улучшений условий труда (например, ремонт и содержание здания и основных вспомогательных помещений). Однако не всегда вспомогательные материалы выделяют в самостоятельную группу, что зависит от вида производства. Так, например, в некоторых отраслях машиностроения трудно, а в большинстве случаев невозможно разграничить основные и вспомогательные материалы.

На некоторых производствах изготовлении продукции наравне с основными материалами используются покупные изделия и полуфабрикаты.

Покупные изделия и полуфабрикаты - это материалы, прошедшие определенные стадии обработки, но не являющиеся еще готовой продукцией. Они также составляют материальную основу вырабатываемой продукции. К этой группе относятся, как правило, заготовки (повидло), поставляемые другими предприятиями, которые идут на комплектование продукции или подвергаются дополнительной обработке для получения готовой продукции.

Из группы вспомогательных материалов в связи с особенностью использования выделяют топливо, тару и тарные материалы и д.р.

Топливо подразделяют на технологическое (для технологических целей), двигательное (горючее) и хозяйственное (на отопление).

Тару и тарные материалы составляют предметы, используемые для упаковки, транспортировки, хранения различных материалов и продукции. Тара и упаковочные материалы могут быть использованы как однократно (бумага, картон), так и многократно (ящики, мешки и др.).

Нужно отметить, что в некоторых производствах образуются отходы материальных ресурсов - остатки исходного сырья, которые утратили полностью или частично свое первоначальное свойство (качество) и не могут использоваться по прямому назначению. Такие отходы делятся на возвратные и безвозвратные.

Безвозвратными называют отходы, которые могут быть использованы предприятием или реализованы на сторону. Возвратные отходы необходимо оценивать - это позволяет снизить затраты основного производства. В зависимости от состояния такие отходы оцениваются по-разному.

Каждое предприятие имеет большое количество различного сырья и материалов, поэтому их классификация не может ограничиваться системой счетов синтетического учета. Необходима более детальная классификация на группы и подгруппы по техническим свойствам или признакам. Число групп и подгрупп определяется исходя из номенклатуры материалов и характера изготовляемой продукции. Однако в основу их должна быть положена группировка, принятая в статистической отчетности о движении материалов.

Внутри каждой группы материалы подразделяются по наименованиям, сортам, размерам.

Каждому виду материалов присваивается номенклатурный номер (шифр), который вносится в перечень называемый номенклатурой материальных ценностей, а также указывается на всех первичных документах по движению материалов.

Для сокращения учетной номенклатуры материалов и упрощения учета однородные и близкие по своим свойствам материалы могут объединяться в один номенклатурный номер. Шифры строят так, чтобы по номенклатурному номеру можно было определить группу материалов, а также другие их признаки.

Номенклатура-ценник представляет собой систематизированный справочник, охватывающий все материальные ценности, находящиеся на предприятии. При его разработке следует обратить особое внимание на правильность наименований материальных ценностей и единиц измерения.

Присвоенные материалам номенклатурные номера в обязательном порядке указываются во всех документах по движению сырья и материалов, на материальных ярлычках и карточках складского учета. Это облегчает последующую обработку документов и предупреждает возникновение ошибок при оприходовании или списании материалов и сырья.

Разнообразие сырья и материалов зависит от вида производства. Таким образом, при рассмотрении состава сырья и материалов видно, что они имеют значительный удельный вес по сравнению с другими статьями, группируются исходя из номенклатуры используемых материалов и специфики предприятия, а также составляют материальную основу продукции.

Необходимым условием организации производства продукции является обеспечение его материальными ресурсами: сырьем, материалами, топливом, энергией, полуфабрикатами.

Удовлетворение потребности предприятия в материальных ресурсах может обеспечиваться двумя путями: экстенсивным и интенсивным.

Экстенсивный путь связан с дополнительными затратами. Кроме того, рост объема производства при существующих технологических схемах привел к тому, что темпы истощения природных ресурсов и уровень загрязнения окружающей среды вышли за допустимые пределы. Поэтому рост потребности предприятия в материальных ресурсах должен осуществляться за счет более экономного их использования в процессе производства продукции или интенсивным путем.

Условием бесперебойной работы предприятия является полная обеспеченность материальными ресурсами. Потребность в них определяется по видам на нужды основной и неосновной деятельности предприятия и на запасы, необходимые для нормального функционирования на конец периода.

Потребность в материальных ресурсах на образование запасов определяется в:

* натуральных единицах измерения. Это необходимо для установления потребности в складских помещениях;
* денежной (стоимостной) оценке. Для выявления потребности в оборотных средствах и увязки с финансовым планом;
* днях обеспеченности. Необходимо для планирования и контроля над выполнением графика поставки.

Средний дневной расход каждого вида материалов рассчитывается делением суммарного расхода i-oгo вида материальных ресурсов за анализируемый период (MPi) на количество календарных периодов (Д):

В процессе анализа фактические запасы важнейших видов сырья и материалов сопоставляют с нормативными и выявляют отклонение.

Проверяют также состояние запасов сырья и материалов для выявления излишних и ненужных. Установить их можно по данным складского учета путем сравнения прихода и расхода. К нерациональным запасам (неликвидам) относят материалы, по которым не было расходов более одного года.

В процессе потребления материальных ресурсов в производстве происходит их трансформация в материальные затраты, поэтому уровень их расходования определяется через показатели, исчисленные исходя из суммы материальных затрат.

Для оценки эффективности материальных ресурсов используется система обобщающих и частных показателей (таблица 1).

Применение обобщающих показателей в анализе позволяет получить общее представление об уровне эффективности использования материальных ресурсов и резервах его повышения.

Частные показатели используются для характеристики эффективности потребления отдельных элементов материальных ресурсов (основных, вспомогательных материалов, топлива, энергии и др.) и для установления снижения материалоемкости отдельных изделий (удельной материалоемкости).

В зависимости от специфики производства частными показателями могут быть: сырьеемкость - в перерабатывающей отрасли; металлоемкость - в машиностроении и металлообрабатывающей промышленности; топливоемкость и энергоемкость - на предприятиях ТЭЦ; полуфабрикатоемкость - в сборочных производствах и т.д.

Удельная материалоемкость отдельных изделий может быть исчислена как в стоимостном, так и в условно-натуральном и натуральном выражениях.

В процессе анализа фактический уровень показателей эффективности использования материалов сравнивают с плановым, изучают их динамику и причины изменения.

Таблица 1

Показатели эффективности материальных ресурсов

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатели | Формула расчета | Экономическая интерпретация показателя |
| **Обобщающие показатели** |  |  |
| Материалоемкость продукции (ME) | МЕ = МЗ/ВП | Отражает величину материальных затрат (МЗ), приходящуюся на 1 ден.ед. выпущенной продукции (ВП) |
| Материалоотдача продукции (МО) | МО = ВП/МЗ | Характеризует выход продукции с каждого рубля потребленных материальных ресурсов |
| Удельный вес материальных затрат в себестоимости (С) продукции(Ум) | УМ = МЗ/С | Отражает уровень использования материальных ресурсов, а также структуру (материалоемкость продукции) |
| Коэффициент использования материалов (Км) |  | Показывает уровень эффективности использования материалов, соблюдения норм их расходования. МЗплан/факт - сумма МЗ по плану при фактическом выпуске продукции |
| **Частные показатели** |  |  |
| Сырьеемкость продукции (СМЕ) |  | Показатели отражают эффективность потребления отдельных элементов материальных ресурсов (сырья (С), металла (Me), топлива (Тп), энергии (Эн)) на 1 ден.ед. выпущенной продукции |
| Металлоемкость продукции (ММЕ) |  |  |
| Топливоемкость продукции (ТМЕ) |  |  |
| Энергоемкость продукции (ЭМЕ) |  |  |
| Удельная материалоемкость изделия (УМЕ) |  | Характеризует долю материальных затрат, израсходованных на одно изделие (М,) в его цене (Ц) |

**5.2 Развитие топливно-энергетического комплекса в условиях индустриально**-**инновационного развития Республики Казахстан**

Казахстан располагает мощным топливно-энергетическим комплексом. Он представляет собой совокупность предприятий, установок и сооружений, обеспечивающих добычу и переработку первичных топливно-энергетических ресурсов (ТЭР), их преобразование и доставку потребителям в удобной для использования форме.

Сегодня республика занимает первое место в мире по запасам осмия, хромовых, цинковых, вольфрамовых и ванадиевых руд; второе - урановых; третье - медных, хризолитовых (асбестовых), волластонитовых, рениевых, марганцевых; четвертое - свинцовых; шестое - фосфоритовых; седьмое - железных руд и серебра; девятое - нефти, угля, золота. По числу различных видов добываемого сырья она находится на девятом месте в мире, в СНГ на втором.

В добыче сырья 84,6% приходится на долю топливно-энергетического комплекса; 7,9 - черное металлургия; 1,9 - цветное; 5,6 - на остальные отрасли. В 1997 - 2001 гг. добыча драгоценных металлов выросла на 16,7%. Из 200 крупнейших мировых компаний к сырьевому сектору относятся 90. На них приходится более 80% общего объема реализованной продукции всех участников рейтинга.

В числе крупнейших в мире производителей сырья 16 компаний Казахстана:

* РГП «Жезказганредмет» - единственный в мире производитель осмия, занимает первое - четвертое места по выпуску рения;
* АО соколвско-Сарбайское горнорудное предприятие (ССГПО) - первое место по производству железорудных окатышей;
* АО Усть - Каменогорский титаново-магниевый комбинат (УК ТМК) - второе - по выпуску титановой губки, восьмое - по производству первичного магния;
* Донской горно-обогатительный комбинат (ГОК) - второе - по добыче хромовой руды;
* АО Ульбинский металлургический завод (УМЗ) - второе - по производству бериллия, третье - по производству тантала;
* ТНК «Казхром» - второе - по выпуску феррохрома, третье - по производству ферросплавов;
* ТОО «Алюминий Казахстана» - третье - по производству высокочистого галлия, девятое - по глинозему;
* «Костанайские минералы» (Кустанайасбест) - третье - по производству асбеста;
* НАК «Казатомпром» - четвертое - по добыче урана, пятнадцатое - по производству урановых топливных таблеток;
* ТОО «Казахмыс - четвертое - по производству серебра, десятое - по выпуску рафинированной меди;
* АО «КазТрансОйл» - четвертое - по транспортировке нефти;
* «Жайремский горнообогатительный комбинат» (ГОК) - пятое - по добыче марганцевых руд;
* АО «Южполиметалл» - шестое - по производству висмута;
* АО «Казцинк» - седьмое - по выпуску рафинированного цинка, пятое - по выпуску серебра;
* ТОО «Богатырь» Аксес Комир» - одиннадцатое - по добыче угля;
* АО ССГПО - пятнадцатое - по добыче железной руды.

«Голландская болезнь» - опасные последствия для национальной экономики разработки новых месторождений полезных ископаемых, проявляющиеся в упадке традиционных отраслей обрабатывающей промышленности вследствие перелива ресурсов в новый растущий сектор экономики (как это произошло в Голландии в 70-е гг. в результате разработки месторождения природного газа в Северном море).

***Экономное использование материальных ресурсов - важнейшее условие развития экономики предприятия.***

Сырьевые ресурсы представляют собой совокупность имеющихся в стране предметов труда, которые используются непосредственно для производства различной промышленной продукции.

Под сырьем понимается всякий предмет труда, на добычу или переработку которого затрачен труд и который под его воздействием претерпел определенные изменения. К сырью относится продукция добывающей промышленности (руда, нефть, угол, песок) и сельскохозяйственная (зерно, картофель) а к материалам - продукция обрабатывающей промышленности (черные и цветные металлы, цемент, мука, пряжа).

Различают основные и вспомогательные материалы.

Различают потенциальные и реальные ТЭР.

Потенциальные ТЭР - это объем запасов всех видов топлива и энергии, которым располагает тот или иной экономический район, страна в целом.

Реальные ТЭР - это совокупность всех видов энергии, используемых в экономике страны.

Все виды сырья, потребляемые народным хозяйством, с экономической точки зрения разделяется на 2 группы:

* Промышленное сырье, которое добывается и производится в промышленности и потребляется главным образом отраслями тяжелой индустрии.
* Сельскохозяйственное сырье, которое производится в отраслях сельского хозяйства и потребляется главным образом в легкой и пищевой промышленности.

Под топливно-энергетическим балансом (ТЭБ) понимается комплексная характеристика и взаимная увязка получения и использования в народном хозяйстве и быту ТЭР и всех произведенных из них видов энергии (электроэнергии, тепла и т.д.).

ТЭБ оформляется в виде таблицы, состоящей из двух равных частей:

В левой части (ресурсы) отражается производство (добыча) топлива, выработка электроэнергии, выработка атомной и геотермальный энергии, импорт, прочие поступления и остаток на начало года;

В правой части (распределение) показывается общий расход, в т. ч. на выработку электроэнергии, тепловой энергии и сжатого воздуха, на производственно-технические и прочие нужды; экспорт и остаток на конец года.

***Пути рационального использования материальных ресурсов:***

* улучшение структуры топливного и топливно-энергетического баланса;
* более тщательную и качественную подготовку сырья к его непосредственному использованию на промышленных предприятиях;
* правильную организацию труда и хранения сырья и топлива
* недопущение потерь и снижения качества
* комплексное использование сырья;
* химизацию производства;
* использование отходов производства;
* вторичное использование сырья и др.

Казахстан обладает по многим природным ресурсам и металлам, значительным по мировым масштабам потенциалом.

Разработка месторождений должна сохранить свои позиции на мировом минерально-сырьевом комплексе, восстановив и укрепив традиционно развитое геологическое, горное дело, обеспечив развитие современных технологий по переработке руд и выплавки металлов. Проблема заключается в повышении эффективности его отдачи. Во многом это зависит от организации комплексного, системного подхода к геологическим, горнометаллургическим, технологическим и последующим переделам.

Необходимым условием выполнения планов по производству продукции, снижению её себестоимости, росту прибыли, рентабельности является полное и своевременное обеспечение предприятия сырьём и материалами необходимого ассортимента и качества.

Материальные затраты составляют значительную долю всех затрат на производство продукции, работ, услуг. Поэтому производственная программа предприятия может быть выполнена только при условии своевременного и полного обеспечения её необходимыми материально - энергетическими ресурсами.

Удовлетворение потребности предприятия в материальных ресурсах осуществляется двумя путями: экстенсивным и интенсивным (таблица 2). Экстенсивный путь предполагает увеличение добычи и производства материальных ресурсов и связан с дополнительными затратами. Интенсивный путь удовлетворения потребности предприятия в материалах, сырье, топливе, энергии и других материальных ресурсах предусматривает более экономное расходование имеющихся запасов в процессе производства продукции. Экономия сырья и материалов в процессе потребления равнозначна увеличению их производства.

Таблица 2

Основные пути улучшения обеспеченности материальными ресурсами.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Пути улучшения обеспеченности материальными ресурсами | | | | |
| **Экстенсивный** | |  | **Интенсивный** | |
| Увеличение добычи сырьевых ресурсов | Увеличение производства материальных ресурсов (материалов, полуфабрикатов, комплектующих изделий и т.д.) | | | Рациональный раскрой материалов |
|  |  | | | Применение прогрессивных, научно обоснованных норм расхода материальных ресурсов и их соблюдение в процессе производства |
|  |  | | | Утилизация отходов материальных ресурсов |

Важнейшим инструментом изыскания внутрипроизводственных резервов экономии и рационального использования материальных ресурсов является экономический анализ. Его задачами в этой области являются:

* оценка потребности предприятия в материальных ресурсах;
* изучение качества и реальности планов материально - технического обеспечения, анализ их выполнения и влияния на объём производства продукции, её себестоимость и другие показатели;
* характеристика динамики и выполнения планов по показателям использования материальных ресурсов;
* оценка уровня эффективности использования материальных ресурсов;
* определение системы факторов, обуславливающих отклонение фактических показателей использования материалов от плановых или от соответствующих показателей за предыдущий период;
* количественное измерение влияния факторов на выявленные отклонения показателей;
* выявление и оценка внутрипроизводственных резервов экономии материальных ресурсов и разработка конкретных мероприятий по их использованию.

***При анализе обеспеченности предприятия материальными ресурсами*** в первую очередь проверяют качество плана материально-технического снабжения. Проверку реальности плана начинают с изучения норм и нормативов, которые положены в основу расчета потребности предприятия в материальных ресурсах. Затем проверяется соответствие плана снабжения потребностям производства продукции и образования необходимых запасов исходя из прогрессивных норм расхода материалов.

Важным условием бесперебойной работы предприятия является полная обеспеченность потребности в материальных ресурсах источниками покрытия. Они могут быть внешними и внутренними. К внешним источникам относятся материальные ресурсы, поступающие от поставщиков в соответствии с заключенными договорами. Внутренние источники - это сокращение отходов сырья, использование вторичного сырья, собственное изготовление материалов и полуфабрикатов, экономия материалов в результате внедрения достижений научно-технического прогресса.

Реальная потребность в завозе материальных ресурсов со стороны - это разность между общей потребностью в определенном виде материала и суммой собственных внутренних источников её покрытия.

В процессе анализа необходимо также проверить обеспеченность потребности в завозе материальных ресурсов договорами на их поставку и фактическое их выполнение.

Большое значение придаётся выполнению плана по срокам поставки материалов (ритмичности). Нарушение сроков поставки ведёт к недовыполнению плана производства и реализации продукции. Для оценки ритмичности поставок используют коэффициент ритмичности, коэффициент вариации.

Особое внимание уделяется состоянию складских запасов сырья и материалов. Различают запасы текущие, сезонные и страховые. Величина текущего запаса зависит от интервала поставки (в днях) и среднесуточного расхода i-го материала:

В процессе анализа проверяется соответствие фактического размера запасов важнейших видов сырья и материалов нормативным. С этой целью на основании данных о фактическом наличии материалов в натуре и среднесуточном их расходе рассчитывают фактическую обеспеченность материалами в днях и сравнивают её с нормативной.

Изучают также состояние запасов сырья и материалов с целью выявления лишних и ненужных. Их можно установить по данным складского учёта путем сравнения прихода и расхода. Если по каким-либо материалам нет расхода на протяжении года и более, то их относят в группу неходовых и подсчитывают общую стоимость.

В заключение определяется прирост (уменьшение) объёма производства продукции по каждому виду за счёт изменения:

* количества заготовленного сырья и материалов (З);
* переходящих остатков сырья и материалов (Ост);
* сверхплановых отходов из-за низкого качества сырья, замены материалов и других факторов (Отх);
* удельного расхода сырья на единицу продукции (УР).

При этом используется следующая модель выпуска продукции:

Уменьшить расход сырья на производство единицы продукции можно путём упрощения конструкции изделий, совершенствования техники и технологии производства, заготовки более качественного сырья и уменьшения его потерь во время хранения и перевозки, недопущения брака, сокращения до минимума отходов, повышения квалификации работников и т.д.

**5.3 Значение, факторы, показатели и методы анализа использования материальных ресурсов**

Недостатки в поставке, уменьшении объёмов материалов в текущих запасах могут в определенной мере компенсироваться их экономией в процессе производства. И наоборот, перерасходы материальных ресурсов, и их использование не по прямому назначению способствуют невыполнению плана производства продукции при общей удовлетворительной материальной поставке.

Анализ использования норм и затрат материалов и других ресурсов является одним из основных вопросов анализа производства. Изучая изменение норм затрат материальных ресурсов, следует учитывать что главные причины, которые обуславливают постепенное их снижение следующие:

* конструктивные улучшения изделий, в том числе упрощение;
* усовершенствование технологий производства;
* повторное использование отходов производства;
* корректировка рецептур;
* уменьшение части конечного брака продукции;
* изменение качества материалов (сырья), которые используются в процессе изготовления продукции.

Во время анализа следует, оценит обоснованность самих норм, своевременность их пересмотра. Современное нормативное хозяйство это важное условие для экономного использования ресурсов. Поэтому анализ качества норм и способов их формирования помогает избежать затрат ресурсов и тем самым облегчает эффективность работы предприятия.

При проведении анализа очень часто встречаются факты замены материалов. Замену осуществляют с целью удешевления себестоимости продукции, повышения надежности изделий, улучшения их внешнего вида и др. Но в большинстве случаев имеет место так называемые вынужденные замены, которые не всегда санкционируются высшим руководством. Эти замены или обусловлены отсутствием некоторых материалов в общем или в определенный период, или вызваны удешевлением производства любой ценой. Такие изменения имеют импульсивный характер и недостаточно обоснованы вследствие чего они ухудшают качество производимой продукции, репутацию фирмы. Поэтому при большом количестве замен материалов, следует в целом негативно оценивать такое состояние использования ресурсов и организацию управления на предприятии.

Для характеристики эффективности использования материальных ресурсов применяется система обобщающих и частных показателей.

К обобщающим показателям относятся ***материалоотдача, материалоёмкость, коэффициент соотношения темпов роста объёма производства и материальных затрат, удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции, коэффициент использования материалов.***

***Материалоотдача*** определяется делением стоимости произведенной продукции на сумму материальных затрат. Этот показатель характеризует отдачу материалов, т.е. сколько произведено с каждого рубля потребленных материальных ресурсов (сырья, материалов, топлива, энергии и т.д.).

***Материалоёмкость*** продукции рассчитывается отношением суммы материальных затрат к стоимости произведенной продукции. Она показывает, сколько материальных затрат необходимо произвести или фактически приходится на производство единицы продукции.

***Коэффициент соотношения темпов роста объёма производства и материальных затрат*** определяется отношением индекса валовой или товарной продукции к индексу материальных затрат. Он характеризует в относительном выражении динамику материалоотдачи и одновременно раскрывает факторы её роста.

***Удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции*** исчисляется отношением суммы материальных затрат к полной себестоимости произведенной продукции. Динамика этого показателя характеризует изменение материалоёмкости продукции.

***Коэффициент материальных затрат*** представляет собой отношение фактической суммы материальных затрат к плановой, пересчитанной на фактический объём выпущенной продукции. Он показывает, в какой мере экономно используются материалы в процессе производства, нет ли их перерасхода по сравнению с установленными нормами. Если коэффициент больше 1, то это свидетельствует о перерасходе материальных ресурсов на производство продукции, и наоборот, если меньше 1, то материальные ресурсы использовались более экономно.

Частные показатели материалоёмкости применяются для характеристики эффективности использования отдельных видов материальных ресурсов (***сырьёёмкость, металоёмкость, топливоёмкость, энергоёмкость и др.***), а также для характеристики уровня материалоёмкости отдельных изделий (отношение стоимости всех потребленных материалов на единицу продукции к её оптовой цене).

***Удельная материалоемкость*** может быть исчислена как в стоимостном выражении, так и в натуральном или условно - натуральном выражении (отношение количества или массы израсходованных материальных ресурсов на производство 1-го вида продукции к количеству выпущенной продукции этого вида).

В процессе анализа фактический уровень показателей эффективности использования материалов сравнивают с плановым, изучают их динамику и причины изменения, а также влияние на объем производства продукции.

Материалоемкость, так же как и материалоотдача, зависит от объема валовой (товарной) продукции и суммы материальных затрат на её производство. В свою очередь объем валовой (товарной) продукции в стоимостном выражении может измениться за счет количества произведенной продукции, её структуры и уровня отпускных цен. Сумма материальных затрат также зависит от объёма произведенной продукции, её структуры, расхода материалов на единицу продукции и стоимости материалов. В итоге общая материалоёмкость зависит от структуры произведенной продукции, нормы расхода материалов на единицу продукции, цен на материальные ресурсы и отпускных цен на продукцию.

Влияние факторов первого порядка на материалоотдачу или материалоёмкость определяется способом цепной подстановки.

Для расчёта нужно иметь следующие исходные данные:

* затраты материалов на производство продукции;
* стоимость товарной продукции.

Затем изучается материалоёмкость отдельных видов продукции и причины изменения её уровня. Она зависит от норм расхода материалов, их стоимости и отпускных цен на продукцию.

Частная материалоёмкость продукции, в свою очередь, зависит от удельной материалоёмкости (УМЕ) (стоимости израсходованных материалов на единицу продукции) и уровня отпускных цен на продукцию (ЦПi), для расчета влияния которых используется способ цепной подстановки или интегральный метод:

Удельная материалоёмкость изделий (стоимость израсходованного сырья и материалов на производства единицы продукции), в свою очередь зависит от количества (массы) израсходованных материальных ресурсов на выпуск изделия (УР) и их стоимости (ЦМ).

Для расчета влияния этих факторов можно использовать приём абсолютной разницы:

Расход материальных ресурсов на единицу продукции может измениться за счёт качества материалов, замены одного вида другим, техники и технологии производства, организации материально - технического снабжения и производства, изменения норм расхода, отходов и потерь и т.д.

Стоимость сырья и материалов зависит также от их качества, внутригрупповой структуры, рынков сырья, роста цен на них в связи с инфляцией, транспортно - заготовительных расходов и др.

Основное внимание уделяется изучению причин изменения удельного расхода сырья на единицу и поиску резервов его сокращения.

В процессе последующего анализа необходимо установить, как изменился выпуск продукции за счёт этих факторов.

Влияние материальных ресурсов на объём производства продукции можно определить с разной степенью детализации. Факторами первого уровня являются изменение суммы использованных материальных ресурсов и эффективности их использования:

или

где МЗ - затраты материальных ресурсов на производство продукции;

МО - материалоотдача.

Для расчета влияния факторов на объём выпуска продукции по первой модели можно применять приёмы цепных подстановок, абсолютных разниц, относительных разниц, индексный метод, интегральный метод, а по второй модели - только приём цепной подстановки или интегральный метод.

Если известно, за счёт чего изменилась материалоотдача (материалоёмкость), то не трудно подсчитать, как изменился выпуск продукции. Для этого необходимо приращение материалоотдачи за счет i-го фактора умножить на фактическую сумму материальных затрат. Изменение объема производства продукции за счет материалоемкости определяется с помощью приема цепных подстановок.

Более детальный анализ можно сделать по каждому виду материальных ресурсов.

На завершающей стадии анализа эффективности использования материальных ресурсов необходимо установить возможности дальнейшего снижения норм расхода материалов и материальных затрат, не использованные в отчётном году. Изучение конкретных условий производственно - хозяйственной деятельности анализируемого предприятия позволяет сделать выводы о том, что такие возможности на предприятии есть. В частности, имеются все условия для внедрения в производственный процесс комплекса организационно - технических мероприятий и мероприятий по новой технике, позволяющих обеспечить сокращение норм расхода сырья, материалов, топлива, энергии и, в конечном счёте, экономию материальных ресурсов.

Выявленные потенциальные возможности экономии материальных ресурсов должны быть учтены при разработке планов организационно-технических мероприятий и внедрения новой техники, а также при планировании соответствующих показателей на предстоящий год.

В заключение анализа необходимо обобщить все выявленные резервы увеличения производства продукции по всем основным факторам производства (лучшего использования трудовых ресурсов, средств труда и предметов труда) и определить реальную его величину, сбалансированную по всем ресурсам.

**6 Оборотный капитал предприятия**

**6.1 Оборотный капитал: состав и структура, источники формирования. Влияние управления оборотным капиталом на конечные результаты работы предприятия**

***Оборотный капитал*** - это капитал, инвестируемый фирмой, компанией в текущую деятельность на период каждого операционного цикла. Иными словами, это средства фирмы, вложенные в текущие активы (оборотные средства). Оборотный капитал, как и основной капитал, выражает определенные производственные отношения, складывающиеся с развитием предпринимательства.

***Оборотный капитал*** непосредственно участвует в создании новой стоимости, функционируя в процессе кругооборота всего капитала. При этом соотношение основного и оборотного капитала влияет на величину получаемой прибыли. Оборотный капитал обращается быстрее, чем основной капитал. Поэтому с увеличением доли оборотного капитала в общей сумме авансированного капитала время оборота всего капитала сокращается, а, следовательно, увеличивается возможность роста новой стоимости, т.е. прибыли.

Существует понятие чистого оборотного капитала. Его величина определяется как разница между текущими активами и текущими обязательствами, текущими пассивами. В нормальных условиях функционирования хозяйствующих субъектов величина текущих активов выше текущих обязательств, т.е. сумма оборотных средств превышает кредиторскую задолженность.

Чистый оборотный капитал в традиционной терминологии представляет собой не что иное, как собственные оборотные средства.

Оборотный капитал характеризуется не только объемом и структурой, но и ликвидностью текущих активов. Степень ликвидности определяется способностью текущих активов превращаться в процессе кругооборота в денежные средства.

Особенности управления оборотным капиталом определяются структурной принадлежностью хозяйствующих субъектов. Если у торговых организаций высок удельный вес товаров, у промышленных предприятий - сырья и материалов, то у финансовых корпораций преобладают денежные средства и их эквиваленты.

Таким образом, эффективность управления оборотным капиталом определяется рядом факторов: объемом и составом текущих активов, их ликвидностью, соотношением собственных и заемных источников покрытия текущих активов, величиной чистого оборотного капитала, соотношением постоянного и переменного капитала и другими взаимосвязанными факторами.

Оборотный капитал хозяйствующих субъектов, участвуя в кругообороте средств рыночной экономики, представляет собой органически единый комплекс. Оборотный капитал - это денежные средства, авансированные в оборотные производственные фонды и фонды обращения, обеспечивающие как процесс производства, так и процесс обращения.

Оборотный капитал (оборотные средства) предприятия, участвуя в процессе производства и реализации продукции, совершает непрерывный кругооборот. При этом средства переходят из сферы обращения в сферу производства и обратно, принимая последовательно форму фондов обращения и оборотных производственных фондов. Таким образом, проходя последовательно три фазы, оборотные средства меняют свою натурально-веще­ственную форму.

В первой фазе (Д - Т) оборотные средства, имеющие первоначально форму денежных средств, превращаются в производственные запасы, т.е. переходят из сферы обращения в сферу производства. Во второй фазе (Т...П...Т) оборотные средства участвуют непосредственно в процессе производства и принимают форму незавершенного производства, полуфабрикатов и готовых изделий.

Третья фаза кругооборота оборотных средств (Т - Д) совершается вновь в сфере обращения. В результате реализации готовой продукции оборотные средства принимают снова форму денежных средств. Разница между поступившей денежной выручкой и первоначально затраченными денежными средствами (Д - Д) определяет величину денежных накоплений фирмы. Таким образом, совершая полный кругооборот (Д - Т...П...Т - Д), оборотный капитал функционирует на всех стадиях параллельно во времени, что обеспечивает непрерывность процесса производства и обращения, Кругооборот оборотного капитала представляет собой органическое единство трех его фаз. В отличие от основного капитала, который неоднократно участвует в процессе производства, оборотный капитал функционирует только в одном производственном цикле и полностью пере­носит свою стоимость на весь изготовленный продукт.

По источникам формирования оборотный капитал подразделяется на собственный и заемный (привлеченный). Собственный оборотный капитал предприятий с развитием предпринимательской деятельности и акционирования играет определяющую роль, так как обеспечивает финансовую устойчивость и оперативную самостоятельность хозяйствующего субъекта. Собственные оборотные средства приватизированных предприятий находятся в полном их распоряжении. Предприятия имеют право их продавать, передавать другим хозяйствующим субъектам, гражданам, сдавать в аренду и т.д.

Заемный капитал, привлекаемый в виде банковских кредитов других форм, покрывает дополнительную потребность предприятия в средствах. При этом главным критерием условий кредитования банком служит надежность финансового состояния предприятия и оценка его финансовой устойчивости.

Размещение оборотного капитала между предприятиями различных отраслей предопределяет отраслевую структуру оборотного капитала. Так, в сфере производства структура оборотного капитала определяется степенью концентрации, характером и длительностью процесса производства, его материалоемкостью, уровнем технического оснащения и другими факторами. На предприятиях сферы обращения более высока доля запасов товарно-материальных ценностей.

Размещение оборотного капитала в воспроизводственном процессе приводит к подразделению его на оборотные производственные фонды и фонды обращения. Оборотные производственные фонды функционируют в процессе производства, а фонды обращения - в процессе обращения, т.е. реализации готовой продукции и приобретения товарно-материальных ценностей. Оптимальное соотношение этих фондов зависит от наибольшей доли оборотных производственных фондов, участвующих в создании стоимости. Величина фондов обращения должна быть достаточной, и не более того, для обеспечения четкого и ритмичного процесса обращения. К оборотным производственным фондам относятся производственные запасы (сырье, материалы, топливо, тара, запасные части), незавершенное производство, расходы будущих периодов. Фонды обращения - это готовая продукция, товары отгруженные, денежные средства, дебиторская задолженность и средства в прочих расчетах.

Исходя из принципов оптимизации размеров запасов, оборотные средства подразделяются на ***нормируемые*** и ***ненормируемые.*** Нормируемые оборотные средства корреспондируют с собственными оборотными средствами, так как дают возможность рассчитать экономически обоснованную потребность в соответствующих видах оборотных средств. Ненормируемые оборотные средства являются элементом фондов обращения. Управление этой группой оборотных средств направлено на предотвращение необоснованного их увеличения, что служит важным фактором ускорения оборачиваемости оборотных средств в сфере обращения.

Управление оборотным капиталом тесно связано с его составом и размещением. В различных хозяйствующих субъектах состав и структура оборотного капитала неодинаковы, так как зависят от формы собственности, специфики организации производственного процесса, взаимоотношений с поставщиками и покупателями, структуры затрат на производство, финансового состояния и других факторов (рисунок 3).

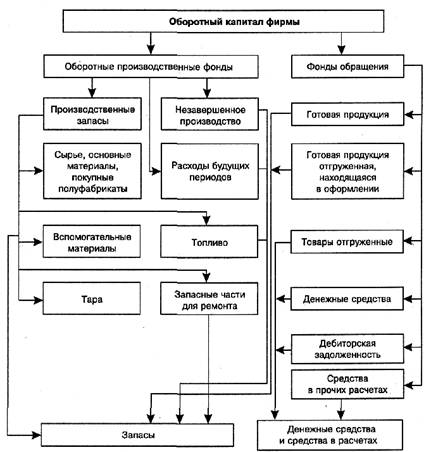


Рисунок 3. Типовой состав и размещение оборотного капитала

Состояние, состав и структура производственных запасов, не­завершенного производства и готовой продукции являются важным индикатором коммерческой деятельности предприятия. Определение структуры и выявление тенденции изменения элементов оборотных средств дают возможность прогнозировать параметры развития предпринимательства.

Под ***составом оборотных средств*** следует понимать входящие в их состав элементы:

* производственные запасы (сырье и основные материалы, покупные полуфабрикаты, вспомогательные материалы, топливо, запасные части);
* незавершенное производство;
* расходы будущих периодов;
* готовая продукция на складах;
* продукция отгруженная;
* дебиторская задолженность;
* денежные средства в кассе предприятия и на счетах в банке.

***Сырье*** является продукцией добывающих отраслей.

***Материалы*** представляют собой продукцию, уже прошедшую определенную обработку. Материалы подразделяются на ***основные*** и ***вспомогательные.***

***Основные*** - это материалы, которые непосредственно входят в состав изготовляемого продукта (металл, ткани).

***Вспомогательные*** - это материалы, необходимые для обеспечения нормального производственного процесса. Сами они в состав готового продукта не входят (смазка, реагенты).

***Полуфабрикаты*** - продукты, законченные переработкой на одном переделе и передаваемые для обработки на другой передел. Полуфабрикаты могут быть ***собственные и покупные*.** Если полуфабрикаты не производятся на собственном предприятии, а покупаются у другого предприятия, они относятся к покупным и входят в состав производственных запасов.

***Незавершенное производство* -** это продукция (работы), не прошедшая всех стадий (фаз, переделов), предусмотренных технологическим процессом, а также изделия неукомплектованные, не прошедшие испытания и техническую приемку.

***Расходы будущих периодов*** - это расходы данного периода, подлежащие погашению за счет себестоимости последующих периодов.

***Готовая продукция*** представляет собой полностью законченные готовые изделия или полуфабрикаты, поступившие на склад предприятия.

***Дебиторская задолженность*** - деньги, которые физические или юридические лица задолжали за поставку товаров, услуг или сырья.

***Денежные средства*** - это денежные средства, находящиеся в кассе предприятия, на расчетных счетах банков и в расчетах.

На основе элементного состава оборотных средств можно рассчитать их *структуру*, которая представляет собойудельный вес стоимости отдельных элементов оборотных средств в общей их стоимости.

По источникам образования оборотные средства делятся на ***собственные и привлеченные (заемные).*** Собственные оборотные средства формируются за счет собственного капитала предприятия (уставный капитал, резервный капитал, накопленная прибыль и др.). В состав заемных оборотных средств входят банковские кредиты, а также кредиторская задолженность. Их предоставляют предприятию во временное пользование. Одна часть платная (кредиты и займы), другая бесплатная (кредиторская задолженность).

По степени управляемости оборотные средства подразделяются на ***нормируемые и ненормируемые*.** К нормируемым оборотным средствам относятся те оборотные средства, которые обеспечивают непрерывность производства и способствуют эффективному использованию ресурсов. Это производственные запасы, расходы будущих периодов, незавершенное производство, готовая продукция на складе. Денежные средства, отгруженная продукция, дебиторская задолженность относятся к ненормируемым оборотным средствам. Отсутствие норм не означает, что размеры этих средств могут изменяться произвольно. Действующий порядок расчетов между предприятиями предусматривает систему санкций против роста неплатежей.

Нормируемые оборотные средства планируются предприятием, тогда как ненормируемые оборотные средства объектом планирования не являются.

Оборотные средства находятся в постоянном движении. Кругооборот капитала охватывает три стадии: заготовительную, производственную и сбытовую.

Любой бизнес начинается с некоторой суммы наличных денег, которые вкладываются в определенное количество ресурсов для производства.

На стадии производства ресурсы воплощаются в товар, работы или услуги. Результатом этой стадии является переход оборотного капитала из производственной формы в товарную форму.

После реализации произведенного продукта оборотный капитал из товарной формы вновь переходит в денежную форму. Размеры первоначальной суммы денег и выручки от реализации продукции (работ, услуг) не совпадают по величине. Полученный финансовый результат бизнеса (прибыль или убыток) объясняет причины несовпадения.

Время полного кругооборота оборотных средств называется ***временем (периодом) оборота*** оборотных средств.

Время (длительность) оборота оборотных средств представляет собой один из показателей ***оборачиваемости*.** Другим показателем оборачиваемости служит коэффициент оборачиваемости.

***Коэффициент оборачиваемости*** - это количество оборотов, которое совершают оборотные средства за определенный период; его рассчитывают по формуле

где Р - объем реализованной продукции за рассматриваемый период;

ОбС - средняя сумма оборотных средств за тот же период.

Время (длительность) оборота принято называть ***оборачиваемостью в днях.*** Этот показатель определяют по формуле

где *Д*- число дней в данном периоде (360, 90, 30);

*Коб* - коэффициент оборачиваемости.

После подстановки в формулу соответствующих величин можно получить для показателя оборачиваемости развернутое выражение:

На каждой стадии кругооборота оборотных средств можно определять частную оборачиваемость каждого элемента оборотных средств:

Частные показатели оборачиваемости можно рассчитать по особому обороту. Особым оборотом для материальных запасов является их расход на производство, для незавершенного производства - поступление товаров на склад, для готовой продукции - отгрузка, для отгруженной продукции - ее реализация.

***Средние*** за период суммы оборотных средств, используемые при расчете показателей оборачиваемости, определяются с использованием формулы средней хронологической. Среднегодовую сумму (среднегодовые остатки оборотных средств) находят как среднеарифметическую четырех квартальных сумм:

Среднеквартальную сумму рассчитывают как среднюю трех среднемесячных:

Выражение, по которому вычисляют среднемесячную сумму, имеет вид

Сумма оборотных средств, находящаяся в распоряжении предприятия должна быть достаточно большой, чтобы процесс кругооборота не прерывался. В то же время, наличие излишков оборотных средств негативно сказывается на результатах его деятельности.

Эффективное использование оборотных средств во многом зависит от правильного определения потребности в оборотных средствах. Занижение величины оборотных средств влечет за собой неустойчивость финансового положения, перебои в производственном процессе и снижение объемов производства и прибыли. Завышение размера оборотных средств снижает возможности предприятия производить капитальные затраты для расширения производства.

Потребность в оборотных средствах зависит от множества факторов: объемов производства и реализации; характера деятельности предприятия; длительности производственного цикла; видов и структуры потребляемого сырья; темпов роста объемов производства и т.д.

Точный расчет потребности предприятия в оборотных средствах следует вести из расчета времени пребывания оборотных средств в сфере производства и сфере обращения.

Время пребывания оборотных средств в сфере производства охватывает период, в течение которого оборотные средства пребывают в состоянии запасов и в виде незавершенного производства.

Время пребывания оборотных средств в сфере обращения охватывает период пребывания их в форме остатков нереализованной продукции, в виде отгруженной, но еще не оплаченной продукции, дебиторской задолженности, в виде денежных средств, находящихся в кассе предприятия, на счетах в банках.

Чем выше скорость оборота (суммарное время пребывания в сфере производства и обращения), тем меньше потребность в оборотных средствах.

Предприятие заинтересовано в сокращении размеров своего оборотного капитала. Но это сокращение должно иметь разумные пределы, так как оборотные средства должны обеспечивать нормальный режим его работы.

При определении оптимальной потребности в оборотных средствах рассчитывается сумма денежных средств, которая будет авансирована для создания производственных запасов, заделов незавершенного производства и накопления готовой продукции на складе. Для этого используется три метода: аналитический, коэффициентный и метод прямого счета.

Сущность ***аналитического*,** или ***опытно-статистического метода*** состоит в том, что при анализе имеющихся товарно-материальных ценностей корректируются их фактические запасы и исключаются излишние и ненужные ценности.

При ***коэффициентном* методе** в норматив предшествующего периода вносятся поправки на планируемое изменение объемов производства и на ускорение оборачиваемости.

Аналитический и коэффициентный методы могут применяться на тех предприятиях, которые функционируют больше года, сформировали производственную программу и организовали производственный процесс, имеют статистические данные за прошлые годы и не располагают достаточным количеством квалифицированных специалистов для более детальной работы в области планирования оборотных средств.

***Метод* *прямого счета*** предусматривает расчет запасов по каждому элементу оборотных средств. Этот метод используется при организации нового предприятия и периодическом уточнении потребности в оборотных средствах действующего предприятия.

Общие нормативы собственных оборотных средств определяются в размере их минимальной потребности для образования запасов сырья, материалов, топлива, незавершенного производства, расходов будущих периодов, готовых изделий.

Общий норматив оборотных средств состоит из суммы частных нормативов:

где Нпз - норматив производственных запасов;

Ннп - норматив незавершенного производства;

Нгп - норматив готовой продукции;

Нбр -норматив будущих периодов.

Норматив производственных запасов зависит от среднесуточного потребления сырья, материалов топлива и нормы запаса в днях:

где Рс - среднесуточное потребление данного вида сырья или материалов

(в ден.ед.);

Тдн- норма запаса в днях.

Средняя норма запаса в днях исчисляется в целом как средневзвешенная от норм запаса оборотных средств по отдельным видам.

Норма запаса в днях по отдельному виду, складывается из следующих составляющих:

гдеТтр - транспортный запас;

Ттек  - текущий складской запас;

Тстр - страховой (гарантийный запас);

Тсезон - сезонный запас.

***Транспортный запас*** устанавливается по продолжительности времени пробега груза от поставщика до потребителя с учетом времени документооборота.

Если имеется несколько поставщиков, то транспортный запас определяется как средневзвешенная величина с учетом длительности пробега и размера поставки:

Объем поставки, т Время пробега груза, дн.

1-й поставщик 20 15

2-й поставщик 30 14

3-й поставщик 10 12

*Ттр* = (20 ×15 + 30 × 14 + 10 ×12) \ (20 + 30 + 10) = 14 дн.

***Текущим складским запасом***материальных ценностей называют запас, обеспечивающий потребности производства на период между двумя очередными поступлениями их поставщиков (рисунок 12).

В состав оборотных средств включается средний текущий запас, принимаемый в размере 50 % от продолжительности интервала между двумя смежными поставками:

где *И* - длительность в днях интервала между поставками.

Средний интервал между поставками можно рассчитать по формуле

где *П* - число поставок за период.

***Гарантийным (страховым) запасом*** материальных ценностей называется запас, предназначенный для обеспечения потребностей производства на случай задержки поступления материальных ценностей.

Величину страхового запаса устанавливают, как правило, в пределах 50 % от величины текущего запаса. Этот предел повышается в случае, если предприятие расположено вдали от поставщиков, потребляемые материалы являются уникальными, выпускаемая продукция требует много компонентов или комплектующих от разных поставщиков.

Сезонный запас рассчитывается на предприятиях с сезонным характером поставок сырья.

Размер оборотных средств для ***незавершенного производства*** определяется с учетом длительности производственного цикла и величины коэффициента нарастания затрат:

где В - объем среднедневного выпуска продукции по производственной себестоимости;

Тц - длительность производственного цикла;

Кнэ - коэффициент нарастания затрат в незавершенном производстве.

***Производственным циклом*** называется ряд производственных процессов, выполняемых при изготовлении продукции.

***Продолжительность производственного цикла*** складывается из времени, затрачиваемого непосредственно на операции по обработке сырья, материалов, заготовок, и времени, которое требуется на перерывы между операциями от начала первой операции до сдачи готовой продукции на склад.

***Коэффициент нарастания затрат*** характеризует степень готовности продукции и определяется отношением себестоимости незавершенного производства к себестоимости готовой продукции.

Нарастание затрат может быть равномерным и неравномерным (замедленным и ускоренным).

При ***равномерном нарастании затрат*** коэффициент нарастания затрат находят по формуле

где Сн - стоимость сырья и материалов, поступающих в процесс производства;

Ск  - стоимость готовой продукции.

При ***неравномерном нарастании затрат*** коэффициенты нарастания затрат вначале определяются в нескольких точках производственного процесса:

где Кi - коэффициент нарастания затрат в i-той точке;

Сi  - стоимость незавершенного производства в i-той точке;

Ск - себестоимость готового продукта.

Общий для процесса коэффициент нарастания затрат рассчитывается как средняя величина:

где Кнз - общий для процесса коэффициент нарастания затрат;

i - количество точек расчета частных коэффициентов.

Величина оборотных средств, вложенных в запасы готовой продукции на складе, зависит от среднесуточного выпуска продукции и длительности хранения продукции на складе**:**

где В - среднесуточный выпуск продукции по производственной себестоимости;

Тхр  - средняя длительность хранения готовой продукции на складе.

Длительность хранения продукции на складе, в свою очередь, рассчитывается как сумма времени на формирования партии продукции для отгрузки и оформления документов на эту партию:

где Тфп- время, необходимое для формирования партии для отгрузки готовой продукции потребителю, дн.;

Тод - время, необходимое для оформления документов для отправки груза потребителю, дн.

Рассчитанная тем или иным способом величина необходимой для нормальной работы суммы оборотных средств повышает эффективность использования этого ресурса.

**7 Трудовые ресурсы**

**7.1 Рынок труда: сущность и механизм функционирования**

***Труд*** - это вклад в процесс производства, осуществляемый людьми в форме непосредственного расходования умственных и физических усилий. Совокупность умственных и физических способностей человека, его способность к труду называется рабочей силой.

В условиях рыночных отношений ***«способность к труду»*** делает рабочую силу товаром. Этот товар отличается следующими признаками:

* создает стоимость большую, чем он стоит;
* без его привлечения невозможно осуществлять любое производство;
* от него во многом зависит эффективность использования основных и оборотных средств.

К определению, что такое ***рынок труда***, возможны два подхода. Первый, получающий в настоящее время все более широкое распространение, ограничивает его трудоспособными лицами, в тот или иной момент свободными от занятости, от работы - безработными, ищущими другое место работы, впервые вступающими в трудовую деятельность или ищущими занятости после перерыва в работе. Альтернативный подход - рассматривать рынок труда шире, как совокупное общественное отношение «работник-работодатель», которое включает в себя взаимодействие между ними на всех стадиях их совместного функционирования, во всех ситуациях, возникающих в экономической системе (в том числе в ситуации безработицы, спада производства, закрытия предприятия).

***Рынок труда*** - устойчивый социальный институт, результат длительного исторического процесса, в основе которого лежат непрерывный количественный рост и усложнение производительных сил.

***Основные сегменты рынка труда.***Один рынок охватывает рабочие места специалистов с высшим образованием, управляющих и администраторов всех звеньев, высококвалифицированных рабочих. Это высокооплачиваемые группы рабочей силы, имеющие высокий уровень квалификации, надежные гарантии занятости. К нему также относятся рабочие места техников, административно-вспомогательного персонала и работников средней квалификации.

Другой рынок охватывает рабочие места, как правило, не требующие специальной подготовки и значительной квалификации. Их занимают работники обслуживания (к ним относят поваров, официантов, медицинский обслуживающий персонал, полицейских, пожарников, прислугу, уборщиков и т.д.), неквалифицированные рабочие, низшие категории служащих.

Первый рынок характеризует высокая мобильность рабочей силы, высокий уровень оплаты труда, широкие возможности для профессионального роста, значительная конкуренция за рабочие места, второй - высокий уровень безработицы и текучести кадров, слабые карьерные перспективы.

**7.2 Трудовой потенциал и трудовые ресурсы, их состав и структура, источники формирования**

По статистике к рабочей силе в развитых странах относят всех занятых (включая военнослужащих) и безработных. Синонимом понятия является категория «экономически активное население». В статистике под ней обычно подразумевается гражданская рабочая сила, т.е. за исключением военнослужащих.

Занятыми являются лица обоего пола, которые в рассматриваемый период:

* выполняли работу по найму за вознаграждение на условиях полного либо неполного рабочего времени, а также приносящую доход работу не по найму самостоятельно или с компаньонами, как с привлечением, так и без привлечения наемных работников;
* выполняли работу без оплаты на семейном предприятии;
* временно отсутствовали на работе из-за болезни, ухода за больными, ежегодного отпуска или выходных дней, обучения, учебного отпуска, отпуска без сохранения или с частичным сохранением содержания по инициативе администрации, забастовки, других подобных причин.

Все занятые подразделяются на работающих полную и неполную рабочую неделю. В США, например, к первой категории, относятся лица, проработавшие 35 ч и более в течение недели, а ко второй - проработавшие от 1 до 34 ч в неделю. Исходя из этого, применяются различные показатели занятости: общая численность занятых рабочих численность занятых в пересчете на полный рабочий день, отработанные за определенный период человеко-часы.

В наиболее развитых странах с рыночной экономикой наемные работники составляют в среднем около 90% всей рабочей силы. Такой Определенную часть рабочей силы составляют так называемые самостоятельные работники, являющиеся в своей массе мелкими предпринимателями, не использующими, как правило, наемный труд, и многие лица свободных профессий (адвокаты, журналисты, писатели, художники, врачи и другие, не работающие по найму).

***Отраслевая и професссионально-квалификационная структура*.** В изменениях, происходящих в отраслевой структуре рабочей силы развитых стран в последние десятилетия, прослеживаются две важнейшие тенденции: резкое сокращение численности занятых в сельском хозяйстве и существенное увеличение их в сфере услуг в связи с ее расширением и превращением в ведущую сферу приложения общественного труда.

Заметна эволюция и в профессионально-квалификационном составе рабочей силы. Само понятие «профессионально-квалификационная структура рабочей силы» неоднозначно. Оно включает три самостоятельных, хотя и тесно связанных между собой понятия: ***профессиональную структуру рабочей силы, ее квалификационную структуру, содержание квалификации.*** При этом под ***профессиональной структурой*** понимается совокупность представителей различных профессий и профессиональных групп, под ***квалификационной структурой*** - совокупность работников различных уровней квалификации. ***Содержание квалификации*** различных профессий представляет набор требуемых для выполнения данной работы навыков, знаний, опыта, других компонентов квалификации.

Говоря о ***квалификационной структуре***, необходимо отметить, что характерной чертой качественной эволюции современной рабочей силы является рост ее образовательного уровня.

По показателям образования и квалификации рабочей силы Республика Казахстан находится на одном из ведущих мест в мире, что правда частично является результатом непомерного увеличения ВУЗов, не всегда выпускающих высококвалифицированных профессионалов. Уровень образования рабочей силы и в целом населения является одним из важных сравнительных конкурентных преимуществ России в международном разделении труда.

Основное направление развития в содержании квалификации - переход от преимущественно физической работы, заключающейся в ручном управлении станками и агрегатами, к преимущественно нефизическому труду, выражающемуся в анализе и контроле производственных процессов. Разумеется, это лишь тенденция, в таком положении находится все еще меньшинство рабочих, поскольку новая технология не является господствующей. Непременным атрибутом рабочей квалификации нового типа является ее способность быстро адаптироваться к меняющейся технике, новым формам организации труда и производства.

***Инвестиции, как источник спроса на труд.***Рыночный спрос на труд есть сумма спроса фирм. Эластичность спроса на труд зависит от эластичности спроса на продукцию фирмы, от производительности труда и от легкости и эффективности замены живого труда машинами. Спрос на труд отдельной фирмы связан обратной зависимостью с уровнем реальной заработной платы.

Предложение труда строится рабочими на основе сопоставления привлекательности дохода, который они получают за час труда, и удовлетворения, получаемого за час досуга. Досуг только тогда приносит удовлетворение, когда есть что потреблять. Спрос на досуг определяет предложение труда. Чем выше реальная заработная плата, тем выше потери, связанные с отказом работать.

Единого для всей экономики рынка труда не существует. Он делится по профессиям, отраслям, территориям. Работники разных профессий и квалификаций получают разную заработную плату. Зависит она и от места работы. Существуют опасные, неприятные, малопривлекательные виды труда. Условия равновесия на рынке труда в значительной степени определяются государственным вмешательством, а его функционирование связано с профсоюзами и союзами предпринимателей. На предложение труда влияет наличие пособий по безработице, установление минимальных ставок заработной платы.

Рынок труда отличается от всех других рынков своеобразием товара. Рабочая сила - это такой товар, качество которого почти невозможно определить при заключении контракта. Реальный уровень трудовых усилий обнаруживается только в процессе потребления этого товара. С другой стороны, и человеку небезразлично содержание труда, и он нуждается в стимулировании для обеспечения необходимого уровня усилий.

Спрос на труд вытекает из природы самого производства. Капиталистическое общество развивается по законам расширенного воспроизводства. Масштабы производства растут под воздействием объективных факторов. Постоянно растущие личные и производственные потребности движут поступками людей. Для удовлетворения изменяющихся потребностей создаются новые отрасли хозяйства и виды занятости, а удовлетворение традиционных жизненно важных потребностей требует, по причине роста численности населения, расширения и совершенствования существующего производства. Предпринимателем в этом направлении движет стремление получать больше прибыли и конкуренция. Расширение производства связано с увеличением притока основных факторов: труда, капитала и знаний. Часть чистого дохода приходиться направлять на покупку этих факторов, и эта накапливаемая часть присоединяется к первоначальному авансированному капиталу.

В ходе накопления происходят существенные изменения в структуре капитала, которые связаны с научно-техническим прогрессом. С введением в производство все более совершенных машин и технологий увеличивается количество средств производства в расчете на одного рабочего, т.е. растет техническое и изменяется органическое строение капитала. Эти изменения имеют свои последствия:

* во-первых, часть занятых рабочих в данном виде производства может оказаться излишней и уволенной;
* во-вторых, рост технической вооруженности опирается на более сложный по своей квалификации и уровню подготовки труд. Новая техника требует и новых рабочих, умеющих ее использовать;
* в-третьих, возникают новые рабочие места в отраслях, выпускающих эту новую технику и осваивающих новые технологии;
* в-четвертых, растет по этой причине занятость населения в посреднических фирмах, оказывающих услуги производству;
* в-пятых, всем этим процессом вносятся существенные коррективы в систему подготовки и переподготовки кадров специалистов и рабочих основных профессий.

В развитой экономике всегда имеется спрос на работников одних профессий и излишек рабочей силы на традиционных участках производства. Механизм взаимодействия спроса на рабочую силу и ее предложения очень сложен. И было бы неправильным видеть в этом механизме только одну сторону, связанную с высвобождением части рабочих из производства и образованием резервной армии труда.

Важным компонентом механизма функционирования является структурная безработица. В структуре потребительского спроса и в технологии происходят важные изменения, которые, в свою очередь, изменяют структуру общего спроса на рабочую силу. Из-за таких изменений спрос на некоторые виды профессий уменьшается или вовсе прекращается. Спрос на другие профессии, включая новые, ранее не существовавшие, увеличивается. Возникает безработица, потому что рабочая сила реагирует медленнее и ее структура полностью не отвечает новой структуре рабочих мест. Навыки и опыт некоторых рабочих оказываются устаревшими, не отвечающими спросу. Для таких рабочих необходима переподготовка.

Под циклической безработицей понимается безработица, вызванная спадом производства. Когда совокупный спрос на товары и услуги уменьшается, занятость сокращается, а безработица растет. Экономисты считают текущую (фрикционную) и структурную безработицу совершено неизбежной. Поэтому «полная занятость» населения всегда будет меньше 100% рабочей силы.

Определенную группу безработных составляют взрослые, потенциально имеющие возможность работать, но по каким-то причинам не работающие и не ищущие работу.

**7.3 Заработная плата как категория рынка труда**

Заработная плата как плата за труд выдвигается на первый план потому, что среди всех экономических ресурсов это наиболее дорогостоящий элемент, но и по той причине, что для большинства населения это, по существу, единственный или по крайне мере, главный источник дохода.

В марксистской экономической теории господствовали два определения заработной платы. При капитализме она выступает как превращенная форма стоимости рабочей силы, ее цена. На поверхности буржуазного общества заработная плата проявляется как плата за труд. Но труд, будучи процессом, не имеет стоимости, стоимость приобретают результаты труда. Рабочий продает капиталисту не труд, а свою способность к труду, т.е. рабочую силу. И заработная плата является денежным выражением стоимости товара рабочая сила. Поскольку на поверхности капиталистических отношений она предстает как плата за труд, Маркс, называл ее превращенной формой стоимости и цены товара рабочая сила. Заработная плата при социализме определялась как доля работника в производимом национальном доходе, которая в денежной форме поступала в личное потребление в соответствии с законом распределения по труду. Эти два определения переходили из одного учебника политэкономии в другие почти без изменения на протяжении десятков лет.

В современной экономической теории заработная плата определяется как цена, выплачиваемая за использование труда, при этом термин «труд» рассматривается как широкое понятие. Он включает в себя оплату труда рабочих самых разных профессий, специалистов всех профилей и владельцев мелких предприятий в сфере обслуживания населения. С последней категорией трудно согласиться. Владелец мастерской по ремонту бытовой техники или парикмахерской является предпринимателем, и поэтому его доход не может принимать форму заработной платы. Ставку платы за единицу времени, объем работы или услуг они определяют сами, исходя из сложившейся конъюнктуры.

Необходимо различать ***денежную, или номинальную, и реальную заработную плату.*** ***Номинальная заработная плата*** - это сумма денег, полученная за час, день или неделю. ***Реальная заработная плата*** - это количество товаров и услуг, которые можно приобрести на номинальную заработную плату. Это покупательная способность полученных денег. Реальная заработная плата зависит от номинальной и цен на приобретаемые товары и услуги. Изменения реальной заработной платы в процентном отношении можно определить путем вычитания процентного изменения в уровне цен из процентного изменения в номинальной заработной плате. Номинальная и реальная заработная плата не обязательно изменяются в одном и том же направлении. Во времена нашей перестройки номинальная заработная плата растет, а реальная в то же самое время падает из-за более быстрого роста цен на товары и услуги.

Заработная плата имеет тенденцию к дифференциации по странам, регионам, различным видам деятельности и индивидуумам. Спрос на труд или на другой любой ресурс зависит от его производительности. В целом, чем выше производительность труда, тем выше спрос на него. А при данном совокупном предложении труда, чем больше спрос, тем выше средний уровень реальной заработной платы. В экономике развитых стран в длительном периоде прослеживается тесная взаимосвязь между реальной почасовой заработной платой и выпуском продукции в трудо-час. Реальный доход на одного рабочего может расти приблизительно такими же темпами, что и объем производства на одного рабочего. Спрос на труд в США высок потому, что он высокопродуктивен. А его продуктивность объясняется следующими причинами:

* труд рабочих используется в сочетании с огромным количеством основного капитала;
* американские рабочие имеют дело с большим количеством высококачественных природных ресурсов и богаты пахотной землей;
* уровень технологического процесса в США выше, чем в большинстве стран;
* у американских рабочих выше, чем в других странах, качество труда;
* эффективность и гибкость американской системы управления, и другие факторы.

Определение конкретных ставок заработной платы зависит от структуры конкретного рынка труда. На конкурентном рынке равновесная ставка заработной платы и уровень занятости будут определяться на пересечении кривых спроса и предложения труда. Наниматель должен предложить рабочим такую заработную плату, которая побудит их отказаться от всех других возможностей. Если таковых возможностей нет, то рабочие вынуждены будут согласиться с предложением нанимателя. Предприниматели могут предпочитать выплату низкой заработной платы.

Полтора века тому назад многие экономисты полагали, что размеры заработной платы тяготеют к едва достаточному минимуму жизненно необходимых средств существования, Мальтус открыл закон понижающейся доходности. На основе анализа естественного движения населения и материальных ресурсов он пришел к выводу о неизбежности нарушения равновесия между спросом на блага и их предложением. Маркс обосновал неизбежность образования резервной армии труда и сделал вывод, что безработица понизит заработную плату до уровня самого скудного прожиточного минимума.

Суть закона заработной платы состоит в другом. На конкурентном рынке предприниматели не могут устанавливать такой уровень заработной платы, какой им больше нравится. До тех пор, пока количество предпринимателей велико, и они не вступают в соглашения между собой, их спрос на любую категорию рабочей силы будет вызывать повышение заработной платы до того уровня, при котором вся предлагаемая в последующий период на рынке рабочая сила будет поглощаться. Рабочие тоже могут добиваться более высоких ставок, но в условиях конкуренции они никогда не получат того, что им хотелось бы.

Во многих важных отраслях современной экономики рынок труда принимает форму двусторонней монополии, при которой сильный профсоюз давит на сильного монополиста-нанимателя. Чтобы поддержать предложение труда на определенном уровне, профсоюзы настаивают на ограничении размеров иммиграции, на сокращении рабочей недели и увеличении числа выходных дней в году, на ограничении использования детского труда, на запрещении использовать женский труд, на некоторых видах работы. И далеко не всегда профсоюзы настаивают на увеличении заработной платы.

**7.4 Структура кадров предприятия**

В обеспечении эффективности производства большое значение имеет структура кадров предприятия.

***Персонал предприятия*** (кадры, трудовой коллектив) - это совокупность работников, входящих в его списочный состав.

В мировой практике чаще всего используется классификация, при которой работники делятся на менеджеров и исполнителей. Менеджеры - это организаторы производства различных уровней.

Персонал промышленных предприятий делится, прежде всего, на промышленно-производственный и непромышленный персонал. К промышленно-производственному персоналу относятся работники, которые непосредственно связаны с производством и его обслуживанием: рабочие производственных цехов и участков, заводских лабораторий, управленческий персонал. К непромышленному персоналу относятся работники, занятые в непроизводственной сфере: жилищно-коммунальных хозяйствах, детских садах, столовых, принадлежащих предприятию и т.д.

**К *рабочим*** относятся лица, непосредственно занятые в процессе создания материальных ценностей, а также занятые ремонтом, перемещением грузов, перевозкой пассажиров, оказанием материальных услуг и др.

Рабочие, в свою очередь подразделяются на ***основных*** и ***вспомогательных рабочих*.** К основным относятся рабочие, которые непосредственно связаны с производством продукции, к вспомогательным - с обслуживанием производства.

К ***руководителям*** относятся работники, занимающие должности руководителей предприятий и их структурных подразделений.

Руководители, возглавляющие коллективы производственных подразделений, предприятий, отраслей и их заместители, относятся к ***линейным.*** Руководители, возглавляющие коллективы функциональных служб и их заместители, относятся к ***функциональным.***

По уровню, занимаемому в общей системе управления, все руководители подразделяются на руководителей низового звена, среднего и высшего звена.

К ***руководителям* *низового звена*** относят мастеров, старших мастеров, прорабов, начальников небольших цехов, а также руководителей подразделений внутри функциональных отделов и служб.

***Руководители среднего звена*** - это директора предприятий, генеральные директора объединений, начальники крупных цехов.

***Руководящие работники высшего звена***- это руководители финансово-промышленных групп, генеральные директора крупных объединений, руководители функциональных отделов министерств, ведомств и их заместители.

К ***специалистам*** относятся работники, интеллектуального труда (бухгалтеры, экономисты, инженеры).

***Служащие*** - это работники, осуществляющие подготовку и оформление документации, учет и контроль, хозяйственное обслуживание. К ним относятся агенты по снабжению, машинистки, кассиры, делопроизводители, табельщики, экспедиторы.

Соотношение работников по категориям характеризует структуру трудовых ресурсов предприятия.

В зависимости от характера трудовой деятельности персонал предприятия подразделяют по ***профессиям, специальностям и уровню квалификации.***

***Профессия*** - вид деятельности, требующий определенных знаний и трудовых навыков, которые приобретаются путем общего или специального образования и практического опыта.

***Специальность*** - вид деятельности в рамках той или иной профессии, который имеет специфические особенности и требует от работников дополнительных специальных знаний и навыков. Например: экономист-плановик, экономист-бухгалтер, экономист-финансист, экономист-трудовик в рамках профессии экономиста. Или: слесарь-наладчик, слесарь-монтажник, слесарь-сантехник в рамках рабочей профессии слесаря.

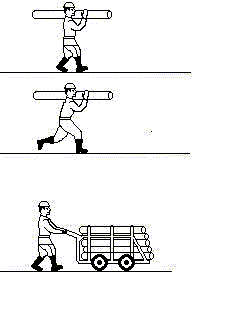
***Квалификация*** определяет уровень знаний и трудовых навыков работника по специальности, который отображается в квалификационных (тарифных) разрядах и категориях.

**7.5 Производительность труда и методы ее измерения**

***Производительность труда*** характеризует эффективность труда в материальном производстве. Это не только один из важнейших показателей эффективности производства, но и показатель, имеющий большое экономическое и социальное значение на макроуровне.

***Производительность труда***- это количество продукции, произведенное за определенный период в расчете на одного работника или затраты рабочего времени на единицу продукции.

***Следует различать понятия производительности и интенсивности труда. При повышении интенсивности труда повышается количество физических и умственных усилий в единицу времени и за счет этого увеличивается количество производимой в единицу времени продукции.*** Повышение интенсивности труда требует повышения его оплаты. Производительность труда повышается в результате изменения технологии, применения более совершенного оборудования, применения новых приемов труда и не всегда требует повышения заработной платы (рисунок 5). Показатели, определяющие уровень производительности труда, учитывают как изменение собственно производительности, так и интенсивности труда.



[Рисунок 5. Производительность и интенсивность труда](http://econpredpr.narod.ru/Pict/Image501.gif)

Показатель, определяющий количество продукции, произведенной в единицу времени называется ***выработкой*.** Выработка характеризует результативность труда.

***Трудоемкость*** -это количество труда, необходимое для выработки единицы продукции. Трудоемкость является характеристикой затратности труда (расходования рабочей силы).

В качестве измерителей количества произведенной продукции используют натуральные (т, м, м3, шт. и т.д.) и стоимостные показатели.

Выработка определяется в расчете на одного основного рабочего, на одного рабочего и одного работающего.

При определении выработки на одного ***основного рабочего*** количество произведенной продукции делится на численность основных рабочих.

Если рассчитывается выработка на одного ***рабочего*,** количество произведенной продукции делится на суммарную численность основных и вспомогательных рабочих.

Для определения выработки на одного ***работающего***количество произведенной продукции делится на численность всего промышленно- производственного персонала:

где В - выработка продукции;

К - количество произведенной за период продукции в натуральных или стоимостных измерителях;

Ч - численность работников (основных рабочих, основных и вспомогательных, промышленно-производственного персонала).

Трудоемкость продукции, как и выработка, может быть рассчитана в разных вариантах. Различают технологическую, производственную и полную трудоемкость.

***Технологическую трудоемкость продукции***находят путем деления затрат труда основных рабочих на количество произведенной ими продукции.

***Производственную трудоемкость продукции***рассчитываютделением затрат труда основных и вспомогательных рабочих на количество произведенной продукции.

***Полную трудоемкость*** определяют делением затрат труда промышленно-производственного персонала на количество произведенной продукции:

где Т - трудоемкость продукции;

Зтр - затраты труда различных категорий работников на производство продукции;

В - объем произведенной продукции.

Для характеристики трудового потенциала предприятия используется целая система показателей.

Количественная характеристика персонала измеряется в первую очередь такими показателями, как списочная, явочная и среднесписочная численность работников.

***Списочная численность - это количество работников списочного состава на определенную дату с учетом принятых и выбывших за этот день работников.***

***Явочная численность включает лишь работников, явившихся на работу.***

Для определения численности работников за определенный период используется показатель среднесписочной численности.

***Среднесписочная численность работников за месяц определяется как частное от деления суммы всех списочных данных за каждый день на календарное число дней в месяце.*** При этом в выходные и праздничные дни показывается списочная численность работников за предыдущую дату. Среднесписочная численность работников за квартал (год) определяется путем суммирования среднемесячной численности работников за все месяцы работы предприятия в квартале (году) и деления полученной суммы на 3 (12).

Движение работников на предприятии (оборот) характеризуют следующие показатели:

* коэффициент оборота по приему - это отношение численности всех принятых работников за данный период к среднесписочной численности работников за тот же период;
* коэффициент оборота по выбытию - это отношение всех выбывших работников к среднесписочной численности работников;
* коэффициент текучести кадров - это отношение выбывших с предприятия по неуважительным причинам (по инициативе работника, из-за прогулов и др.) к среднесписочной численности (определяется за определенный период).

Для оценки персонала предприятия можно использовать также показатели, определяющие:

|  |  |
| --- | --- |
| Уровень дисциплины (неявок на работу) |  |
| Соответствие квалификации рабочих уровню сложности выполненных работ |  |
| Соотношение численности отдельных категорий работников |  |
|  |

Расчет численности работающих - важнейшая задача определения обоснованной потребности в кадрах для обеспечения бесперебойного производственного процесса на предприятии.

Плановые расчеты по каждой категории работающих ведутся с применением различных методов определения необходимой их численности.

Расчетная численность промышленно-производственного персонала на плановый период определяется исходя из базисной численности (*Чб*), планируемого индекса изменения объема производства (*Jq*) и относительной экономии численности, полученной в результате пофакторных расчетов роста производительности труда (*ЭЧ*):

Более точным является метод расчета плановой численности промышленно-производственного персонала на основе полной трудоемкости изготовления продукции:

где http://www.aup.ru/books/m64/eq1_4.gif*t* - полная плановая трудоемкость производственной программы, чел.-ч.;

Б - баланс рабочего времени одного работника (расчетный эффективный фонд рабочего времени);

Кв.н. - ожидаемый коэффициент выполнения норм.

Общая численность рабочих (чел.), занятых на нормируемых работах, определяется по формуле:

где *t* - плановая трудоемкость единицы определенного вида продукции, чел.-ч.;

*m* - количество изделий данного вида продукции, единиц.

Численность основных рабочих, занятых на ненормируемых работах, а также вспомогательных рабочих рассчитывается по нормам обслуживания с учетом сменности работ.

При составлении баланса рабочего времени определяют число дней или часов, которое следует отработать каждому рабочему в течение планового периода, число дней неявок на работу, среднюю продолжительность рабочего дня одного среднесписочного рабочего.

В балансе рабочего времени различают три категории фонда времени: календарный, номинальный и эффективный. Календарный фонд равен числу календарных дней планового периода, а номинальный - при условии прерывного производства - календарному с учетом вычета выходных и праздничных дней. Номинальный фонд за вычетом неявок вследствие болезни, отпусков и выполнения общественных и государственных обязанностей составляет эффективный фонд рабочего времени.

Численность руководителей, специалистов и служащих рассчитывается по каждой функции методом прямого нормирования или методом корреляционной зависимости. Руководители предприятий при установлении численности управленческого персонала могут руководствоваться типовыми штатными расписаниями, разработанными НИИ.

Численность непромышленного персонала не зависит от численности промышленно-производственного персонала и определяется раздельно по каждому виду деятельности с учетом особенностей (детские учреждения, жилищно-коммунальное хозяйство, подсобное сельское хозяйство и т.д.).

***Кадровая политика на предприятии.***Управление персоналом связано с разработкой и реализацией кадровой политики, основными целями которой являются:

* удовлетворение потребности предприятия в кадрах;
* обеспечение рациональной расстановки, профессионально-квалификационного и должностного продвижения кадров;
* эффективное использование трудового потенциала предприятия.

Реализация этих целей предполагает выполнение многих функций, а именно:

* планирование, наем и размещение рабочей силы, включая отбор, ориентацию и адаптацию;
* обучение, подготовку и переподготовку работников, повышение квалификации;
* оценку персонала (проведение аттестации работников, продвижение по службе и организация карьеры);
* определение условий найма, труда и его оплаты;
* - мотивацию труда и соблюдение дисциплины;
* обеспечение формальных и неформальных связей, создание благоприятного психологического климата в коллективе;
* реализацию социальных функций (льготное питание на предприятии, помощь семье, организация отдыха и др.);
* контроль над безопасностью труда.

Работу с кадрами на предприятии осуществляют все линейные руководители, а также некоторые функциональные отделы и менеджеры: отдел кадров, отдел труда и заработной платы, отдел технического обучения, управляющие (директора, менеджеры) персоналом.

Наем работников осуществляется из внешних и внутренних источников.

К внешним источникам относят: региональные биржи труда, государственные центры занятости, высшие учебные заведения и ПТУ.

Внутренние источники: подготовка работников на самом предприятии, продвижение своих работников по службе, прием на работу по рекомендации своих сотрудников и др.

**8 Оплата труда на предприятии**

**8.1Сущность и формы мотивации труда**

Исследование развития теоретических представлений о содержании и регулировании мотивационных процессов в сфере труда позволяет определить, что по мере социально-экономического развития общества менялось направление вектора мотивационных воздействий. От первоначальной ориентации строго на повышение производительности труда, то есть стимулирование физической активности, мотивация постепенно стала ориентироваться на повышение качества труда, стимулирование творческой активности, инициативы и на закрепление работников на предприятии.

***Менеджмент, или управление предприятием*** - это процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать и достичь цели организации посредством воздействия на других людей.

***Мотивация*** - одна из основных функций деятельности любого менеджера, и именно с ее помощью оказывается воздействие на персонал предприятия.

***Функция мотивации*** заключается в том, что она оказывает влияние на трудовой коллектив предприятия в форме побудительных мотивов к эффективному труду, общественного воздействия, коллективных и индивидуальных поощрительных мер. Указанные формы воздействия активизируют работу субъектов управления, повышают эффективность всей системы управления предприятием, организацией.

***Сущность мотивации*** заключается в том, чтобы персонал фирмы выполнял работу в соответствии с делегированными ему правами и обязанностями, сообразуясь с принятыми управленческими решениями.

При планировании и организации работы руководитель определяет, что конкретно должна выполнить возглавляемая им организация, кто, как и когда, по его мнению, должен это сделать. Если выбор этих решений сделан эффективно, то руководитель получает возможность координировать усилия многих людей и сообща реализовывать потенциальные возможности группы работников.

***Главная задача*** с точки зрения мотивационного процесса работников - это сделать их не столько обладателями средств производства, сколько владельцами своей собственной рабочей силы.

Руководители воплощают свои решения в дела, применяя на практике основные принципы мотивации. Люди, трудящиеся в современных организациях, обычно гораздо более образованны и обеспечены, чем в прошлом, поэтому мотивы их трудовой деятельности более сложны и трудны для воздействия. Эффективность мотивации, как и другие проблемы в управленческой деятельности, всегда связаны с конкретной ситуацией.

Вернемся еще раз к определениям мотивации, уже прозвучавшим во введении.

В классической зарубежной и отечественной литературе по менеджменту мотивация имеет различные определения:

***Мотивация*** - это процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей организации.

***Мотивация*** - это процесс сознательного выбора человеком того или иного типа поведения, определяемого комплексным воздействием внешних (стимулы) и внутренних (мотивы) факторов. В процессе производственной деятельности мотивация позволяет работникам удовлетворить свои основные потребности путем выполнения своих трудовых обязанностей.

***Мотивация труда*** - это стремление работника удовлетворить потребности (получить определенные блага) посредством трудовой деятельности.

Кроме этого, имеется и авторское определение мотивации трудовой деятельности, уже приведенное и разобранное во введении к настоящей книге.

Рассмотрим основные понятия, поясняющие сущность мотивации и стимулирования труда.

***Мотив*** - это осознанное побуждение к достижению конкретной цели, понимаемое индивидом как личностная необходимость.

По мнению автора, ***трудовой мотив*** - это непосредственное побуждение работника к деятельности (работе), связанное с удовлетворением его потребностей.

***Мотив труда*** формируется только в том случае, когда трудовая деятельность является если не единственным, то основным условием получения блага. Большое значение для формирования мотивов труда имеет оценка вероятности достижения целей. Если получение блага не требует особых усилий либо его очень трудно получить, то мотив труда чаще всего не формируется.

***Формирование мотива*** труда происходит в том случае, если в распоряжении субъекта управления имеется необходимый набор благ, соответствующий социально обусловленным потребностям человека. Для получения благ требуются личные трудовые усилия работника. Трудовая деятельность позволяет работнику получить эти блага с меньшими материальными и моральными издержками, чем любые другие виды деятельности.

Группа ведущих мотивов, определяющих поведение работника, называется мотивационным ядром (комплексом), имеющим свою структуру, которая различается в зависимости от конкретной трудовой ситуации.

Сила мотива определяется степенью актуальности той или иной потребности для работника. Чем насущнее нужда в том или ином благе, чем сильнее стремление получить его, тем активнее будет действовать работник.

Мотивы труда разнообразны. Они различаются по потребностям, которые человек стремится удовлетворить посредством трудовой деятельности, по тем благам, которые потребуются человеку для удовлетворения своих потребностей, по той цене, которую работник готов заплатить за получение искомых благ. Общим у них является то, что удовлетворение потребностей всегда связано с трудовой деятельностью.

Можно выделить несколько групп мотивов труда, образующих в совокупности единую систему. Это мотивы содержательности труда, его общественной полезности, статусные мотивы, связанные с общественным признанием плодотворности трудовой деятельности, мотивы получения материальных благ, а также мотивы, ориентированные на определенную интенсивность работы.

Благо становится стимулом труда, если оно формирует мотив труда. Практическая сущность понятий «мотив труда» и «стимул труда» тождественна. В первом случае речь идет о работнике, стремящемся получить благо посредством трудовой деятельности (мотив). Во втором - о субъекте управления, обладающем набором благ, необходимых работнику, и предоставляющем их ему при условии эффективной трудовой деятельности (стимул).

***Виды мотивов труда.***Мотивы труда можно разделить на ***биологические*** и ***социальные.*** Биологические мотивы соотносятся с физиологическими позывами и потребностями (голод, жажда, сон, секс и т. д.). То есть, например, для того чтобы удовлетворить чувство голода, человек должен сделать какую-либо простую работу - собрать плоды, поймать рыбу или же заработать денег другим способом и на них купить себе еды. Но первично его подвигает к труду биологический мотив. К социальным можно отнести следующие:

* Коллективизм (потребность быть в коллективе) характерен для японского стиля управления персоналом.
* Личное самоутверждение (самовыражение) характерно для большого числа работников, преимущественно молодого или зрелого возраста.
* Мотив самостоятельности присущ работникам, готовым жертвовать стабильностью и высокими заработками взамен установки быть хозяином и иметь свое дело.
* Мотив надежности (стабильности) противоположен предыдущему.
* Мотив приобретения нового (знаний, вещей) лежит в основе маркетинга, используется производителями новых товаров и услуг.
* Мотив справедливости проходит через всю историю цивилизации. Несоблюдение справедливости ведет к демотивации.
* Мотив состязательности генетически присущ каждому человеку. Это основа организации соревнования на предприятии.

***Потребности.***Важным фактором личности является система ее потребностей, мотивов, интересов, то есть то, что определяет причины поведения личности, помогает объяснить принимаемые решения.

С психологической точки зрения ***потребность индивида*** - это осознание отсутствия чего-либо, вызывающего у человека побуждение к действию.

Применительно к трудовой деятельности ***потребность*** - это состояние человека, выступающее источником его активной деятельности и создающееся нуждой, которую он ощущает по отношению к предметам, необходимым для его существования.

Количество и разнообразие потребностей огромно.

***Потребности можно классифицировать как первичные и вторичные.*** ***Первичные потребности*** вызваны физиологией человека, и они, как правило, врожденные. Это потребности в пище, воде, воздухе, сне, сексе, которые обеспечивают существование человека как биологического вида. ***Вторичные потребности*** по природе своей психологические. Они вырабатываются в ходе развития и обретения жизненного опыта. Они намного разнообразнее первичных, во многом зависят от психологической развитости личности, условий жизни, социальных норм, принятых в обществе, группе. Например, потребности в успехе, уважении, привязанности, власти или потребность в принадлежности кому или чему-либо. Первичные потребности заложены генетически, а вторичные обычно появляются с опытом. Поскольку люди имеют различный приобретенный опыт, то вторичные потребности людей различаются в большей степени, чем первичные.

Потребности невозможно непосредственно наблюдать или измерять. Об их существовании можно судить лишь по поведению людей. Потребности обнаруживаются в мотивах, побуждающих человека к деятельности и становящихся формой их проявления. Все множество потребностей личности составляет источник, мотив деятельности индивида. Когда потребность ощущается человеком, она пробуждает в нем состояние устремленности.

Так как количество человеческих потребностей очень многообразно, применительно к трудовой деятельности выделяют наиболее общие факторы, влияющие на эффективную мотивацию. Структурой таких факторов могут служить «иерархия потребностей» А. Маслоу и теория приобретенных потребностей Д. МакКлелланда, описанные в следующей главе.

Способы достижения эффективного труда на предприятиях связаны с побуждениями людей. ***Побуждение -*** это ощущение недостатка в чем-либо, имеющее определенную направленность. Оно является поведенческим проявлением потребности и сконцентрировано на достижении цели.

Цель в этом смысле - это нечто, что осознается как средство удовлетворения потребности. Когда человек достигает такой цели, его потребность оказывается удовлетворенной, частично удовлетворенной или неудовлетворенной. Степень удовлетворения, полученная при достижении поставленной цели, влияет на поведение человека в сходных обстоятельствах в будущем. Люди стремятся повторять то поведение, которое ассоциируется у них с удовлетворением потребности, и избегать такого, которое ассоциируется с недостаточным удовлетворением. Этот факт называют законом результата. Упрощенная модель мотивации через потребности изображена на рисунке 6.



Рисунок 6. Упрощенная модель мотивации через потребности

Поскольку потребности вызывают у человека стремление к их удовлетворению, то менеджеры должны создавать такие ситуации, которые бы позволили людям чувствовать, что они могут удовлетворить свои потребности посредством определенного типа поведения, приводящего к достижению целей организации. Во всех случаях знание истинных мотивов поведения работника поможет избежать потери хорошего специалиста, предупредить возможный конфликт в коллективе.

***Вознаграждение (стимулирование).***Вознаграждение служит для побуждения людей к эффективной деятельности. В совокупности с понятием мотивация термин «вознаграждение» имеет более широкий смысл, чем просто деньги или удовольствия, с которыми чаще всего это слово ассоциируется. Вознаграждение - это все, что работник считает ценным для себя. Но понятия ценности у людей специфичны, а, следовательно, различна оценка вознаграждения и его относительной ценностей. Например, для цивилизованных людей кейс, полный денежных купюр, будет считаться ценным вознаграждением, тогда как для членов какого-нибудь африканского племени, ведущего отшельнический образ жизни, он будет представлять какой-либо интерес разве что сам по себе, то есть пустой, а денежные купюры будут любопытными картинками, которые к тому же послужат хорошим средством для розжига огня.

***Вознаграждения можно классифицировать как внутренние и внешние.*** Любой руководитель имеет дело с этими двумя главными типами вознаграждений.

***Внутреннее вознаграждение*** дает сама работа. Это может быть чувство достижения результата, содержательности и значимости выполняемой работы, самоуважения. Дружба между членами одного трудового коллектива и просто общение с коллегами, возникающие в процессе работы, также рассматриваются как внутренние вознаграждения. Наиболее простой способ обеспечения внутреннего вознаграждения - создание соответствующих условий работы и точная постановка задачи.

***Внешнее вознаграждение*** - это такой тип поощрения, который чаще всего приходит на ум, если слышится слово «вознаграждение». Оно возникает не от самой работы, а дается организацией. С мотивационной точки зрения его можно определить как стимулирование труда.

Стимулирование является ориентацией на фактическую структуру ценностных устремлений и интересов работника, на более полную реализацию имеющегося трудового потенциала.

Мотивация и стимулирование, по сути, олицетворяют собой стратегию и тактику в военном искусстве. Мотивация, или мотивационная политика, - это стратегическая линия, направленная на достижение глобальных целей, стоящих перед работником, и сочетающаяся с целями предприятия. Например, работник хочет сделать деловую карьеру или расширить свои профессиональные знания, пройдя обучение за счет организации, в которой он работает, способствуя при этом своими знаниями и навыками ее развитию.

Стимулирование, с точки зрения руководства, является тактикой решения проблемы, удовлетворяющей определенные мотивы работника (в большинстве случаев материальные) и позволяющей ему более эффективно трудиться.

Мотивация и стимулирование как методы управления трудом противоположны по направленности: первое направлено на изменение существующего положения; второе - на его закрепление, но при этом они взаимно дополняют друг друга.

Представьте себе следующую ситуацию.

Существуют два производственных предприятия с вредными условиями труда. На одном предприятии проводятся мероприятия по охране труда: улучшаются вентиляция и освещение на рабочих местах, установлены технологические перерывы в работе, раз в месяц проводятся профилактические медицинские осмотры работников и оценка рабочих мест. Такие мероприятия способствуют улучшению условий труда и относятся к мотивационной политике, так как они направлены на изменение существующего положения вещей в лучшую сторону.

На другом предприятии такие мероприятия не проводятся, но работники получают надбавку к зарплате за вредные условия труда, достигающую 25% оклада работника, бесплатное лечебное питание (молоко), бесплатные путевки в санаторий-профилакторий. Такие мероприятия лишь закрепляют существующее положение вещей, удерживая работника на рабочем месте путем материальных компенсаций, являясь элементами политики стимулирования персонала.

Однако и на том, и на другом предприятии наблюдается высокая текучесть кадров. Почему так происходит? Это связано с тем, что проводимые на обоих предприятиях мероприятия являются элементами либо мотивационной, либо стимулирующей политики руководства и не дополняют друг друга. А при решении проблем улучшения эффективности труда персонала необходим комплексный подход.

Процессы мотивации и стимулирования могут противостоять друг другу. Например, рост номинальной заработной платы на 10% при инфляционном повышении цен в стране на 20% не только не вызывает повышения трудовой мотивации, но и снижает ее, так как реальная заработная плата работника снизилась на 10%. Механизм стимулирования должен быть адекватен механизму мотивации работника.

***Тип мотивации*** - это преимущественная направленность деятельности индивида на удовлетворение определенных групп потребностей. Можно выделить три основных типа мотивации работников:

* работники, ориентированные преимущественно на содержательность и общественную значимость труда;
* работники, ориентированные по большей части на оплату труда и другие материальные ценности;
* работники, у которых значимость разных ценностей сбалансирована.

Из этого следует, что, например, создание рабочих мест с более сложными задачами и большой ответственностью имеет положительный мотивационный эффект для многих работников, но вовсе не для всех. Руководитель всегда должен иметь в виду элемент случайности. Для мотивации нет какого-то одного лучшего способа. То, что эффективно для мотивации одних людей, оказывается совершенно неважным для других.

Правила, соблюдение которых позволит повысить эффективность мотивационных мероприятий в организации:

* Похвала эффективнее порицания и неконструктивной критики.
* Поощрение должно быть осязаемым и желательно незамедлительным (минимизация разрыва между результатом труда и поощрением).
* Непредсказуемые и нерегулярные поощрения мотивируют лучше, чем ожидаемые и прогнозируемые.
* Проявление постоянного внимания со стороны руководства к работнику и членам его семьи.
* Нужно предоставлять работникам возможность чувствовать себя победителями.
* Следует поощрять работников за достижение промежуточных целей.
* Желательно предоставлять работникам возможности ощущения своей самостоятельности и контроля над ситуацией.
* Не следует ущемлять самоуважение работников, давая им возможность «сохранить лицо».
* Лучше награждать небольшими и частыми поощрениями наибольшее количество работников.
* В организации всегда должна присутствовать разумная внутренняя конкуренция - дух соревнования, способствующий прогрессу.

**8.2 Формы и системы заработной платы рабочих**

***Как всякий товар труд имеет цену. Цена труда - это заработная плата. «Цена» труда индивидуума зависит от его качества - квалификации.***

***Заработная плата*** - это величина денежного вознаграждения, выплачиваемого наемному работнику за выполнение определенного задания, объема работ или исполнение своих служебных обязанностей в течение некоторого времени.

Различают ***номинальную*** *и* ***реальную заработную плату***. ***Номинальная заработная плата*** - это начисленная и полученная работником заработная плата за определенный период. ***Реальная заработная плата*** - это количество товаров и услуг, которые можно приобрести за номинальную заработную плату.

Существует две формы оплаты труда. Оплата устанавливается или в зависимости от времени, на протяжении которого предприятие использовало рабочую силу, либо в соответствии с объемом выполненных работ. В первом случае оплата называется ***повременной,***во втором случае - ***сдельной.***

Повременная оплата труда применяется, если невозможно или трудно нормировать труд, при строго регламентированных, высокомеханизированных и автоматизированных производственных процессах, в производствах, требующих высокого качества и точности выполнения работ, и там, где, нет надобности стимулировать интенсивность труда.

Главное преимущество для рабочего при повременной оплате труда состоит в том, что он имеет гарантированный ежемесячный заработок, не зависящий от возможного снижения уровня производства в данный период времени. Недостатком является то, что рабочий не имеет возможности повысить свой заработок путем увеличения личной доли участия в производственном процессе.

С точки зрения предприятия главный недостаток повременной оплаты в том, что она не стимулирует повышения выработки рабочих. При этом предприятие имеет относительную экономию на заработной плате при увеличении производства продукции (рисунок 7).

Повременная форма оплаты труда включает две системы: ***простую повременную*** *и* ***повременно-премиальную.***

При ***простой повременной*** системе размер заработной платы зависит от тарифной ставки работника и количества отработанного времени.

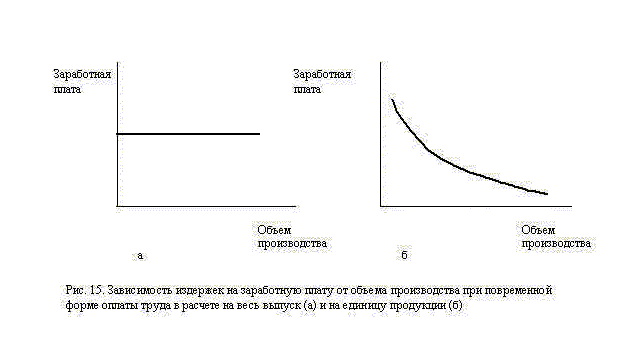


Рисунок 7. Зависимость издержек на заработную плату от объема производства при повременной форме оплаты труда в расчете на весь выпуск (а) и на единицу продукции (б)

***Повременно-премиальная*** система оплаты труда применяется с целью повышения качественных или количественных показателей (безаварийная работа, повышение качества продукции).

***Сдельная форма оплаты труда*** применяется там, где можно установить однозначную зависимость между объемом произведенной продукции и количеством затраченного труда каждого рабочего или группы рабочих.

С точки зрения рабочего сдельная форма оплаты труда имеет то преимущество, что дает возможность повышения заработка при увеличении интенсивности труда.

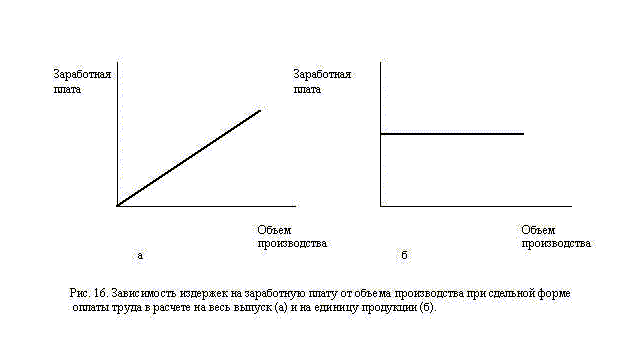


Рисунок 8. Зависимость издержек на заработную плату от объема производства при сдельной форме оплаты труда в расчете на весь выпуск (а) и на единицу продукции (б)

Для предприятия применение сдельной системы оплаты труда дает возможность стимулировать при необходимости выработку рабочих, а основным недостатком является возможное снижение качества при росте выработки.

***Сдельная форма оплаты труда имеет несколько систем: прямую сдельную, сдельно-премиальную, сдельно-прогрессивную, косвенную сдельную, аккордную, коллективную сдельную.***

При ***прямой сдельной*** системе оплаты труда заработок рабочего находится в прямой зависимости от его индивидуальной выработки. Такая система применяется там, где легко можно организовать индивидуальный учет труда. Заработок определяется как сумма произведений соответствующей сдельной расценки на фактическую выработку.

Расценка - это часть заработной платы, приходящаяся на единицу продукции.

При ***сдельно-премиальной*** системе сверх заработка по прямым сдельным расценкам выплачивается премия за выполнение и перевыполнение плана по заранее установленным качественным или количественным показателям.

При ***сдельно-прогрессивной*** системе оплаты труд рабочего в пределах установленной нормы оплачивается по основным расценкам, а сверх нормы - по повышенным.

***Косвенно-сдельная*** система применяется для оплаты труда вспомогательных рабочих, обслуживающих основных рабочих-сдельщиков, от темпа и выработки которых зависит производительность основных рабочих.

При ***аккордной*** системе размер оплаты работ устанавливается не за каждую производственную операцию в отдельности, а за весь комплекс работ, взятый в целом с указанием срока их выполнения.

***Коллективные системы*** оплаты труда целесообразно применять в тех случаях, когда невозможен учет индивидуальной выработки каждого рабочего.

Соизмерять разнообразные виды труда, учитывая их сложность и условия выполнения, позволяет тарифная система.

При организации оплаты труда рабочих основными элементами тарифной системы являются тарифно-квалификационные справочники, тарифные сетки и ставки.

***Тарифно-квалификационный справочник*** содержит перечень производств и профессий отраслей производства с характеристикой каждой профессии. С помощью справочника определяют содержание и разряд работы и требования к ее исполнителю.

***Тарифная сетка*** представляет собой совокупность действующих тарифных разрядов и соответствующих им тарифных коэффициентов.

***Тарифный коэффициент*** показывает во сколько раз уровень оплаты работ данного разряда выше уровня оплаты работ первого разряда.

***Тарифная ставка*** - это выраженный в денежной форме абсолютный размер оплаты труда в единицу рабочего времени. Тарифные ставки могут быть часовыми, дневными и месячными. Тарифная ставка I разряда не может быть ниже минимального размера оплаты труда, установленного государством.

В последнее время на ряде предприятий применяется бестарифная система оплаты труда. По этой системе заработная плата всех работников представляет собой долю в фонде оплаты труда или всего предприятия, или отдельного подразделения.

Самым распространенным является такой метод расчета заработной платы, при котором фактическая величина заработка каждого работника зависит от квалификационного уровня работника, коэффициента трудового участия (КТУ), фактически отработанного времени.

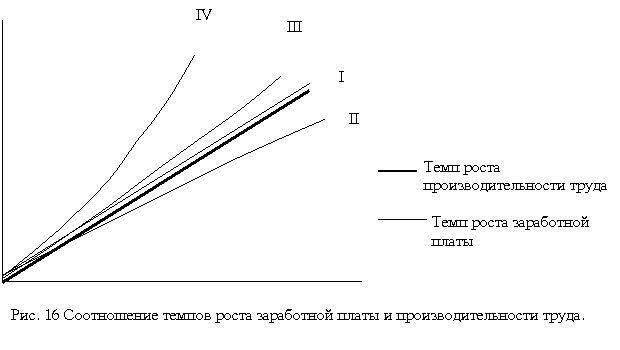
Другой метод определения заработной платы с использованием бестарифной системы заключается в том, что заработная плата зависит от объемов реализации. Например, директору предприятия устанавливается заработная плата 1,5% от суммы реализации, его заместителям - 80% от заработной платы директора и так далее в соответствии с квалификационным уровнем.

***Разновидностью бестарифной системы является также контрактная система, когда с работником заключается контракт на определенное время с указанием уровня оплаты.***

Политика в области оплаты труда является составной частью управления предприятием, и от нее в значительной мере зависит эффективность его работы, так как заработная плата является одним из важнейших инструментов, позволяющих рационально использовать рабочую силу. При разработке политики в области заработной платы необходимо учитывать соотношение темпов роста заработной платы и производительности труда.

Можно выделить три основные модели, определяющих соотношение темпов роста производительности труда и заработной платы (рисунок 9):

* рост заработной платы пропорционален росту производительности труда;
* рост заработной платы отстает от роста ПТ (дегрессивная модель);
* рост заработной платы опережает рост производительности труда (прогрессивная модель).



[Рисунок 9. Соотношение темпов роста заработной платы и производительности труда](http://econpredpr.narod.ru/Pict/Image506.gif)

Первую модель ([рисунок 9,I](http://econpredpr.narod.ru/Pict/Image506.gif)) можно считать идеальной. В масштабах государства она не порождает инфляции, а для предприятия содержит стимул к повышению производительности труда его работников. На практике такое соотношение поддерживать трудно.

Вторая ситуация ([рисунок 9,II](http://econpredpr.narod.ru/Pict/Image506.gif)) не должна порождать инфляцию, но не содержит стимула к повышению производительности труда.

Если темп роста заработной платы опережает темп роста производительности труда, то такая модель стимулирует рост производительности труда, но порождает инфляцию ([рисунок 9,III](http://econpredpr.narod.ru/Pict/Image506.gif)). Слишком высокие темпы роста заработной платы ([рисунок 9,IV](http://econpredpr.narod.ru/Pict/Image506.gif)) нарушают связь между затратами труда и его оплатой, что так же приводит к снижению его производительности.

Таким образом, грамотная политика в области оплаты труда позволяет повышать его производительность, а, следовательно, эффективность использования рабочей силы.

В целях получения информации о размерах среднемесячной заработной платы по характерным (актуальным) профессиям рабочих и должностям служащих, Агентством Республики Казахстан по статистике проводится единовременное обследование предприятий и организаций в отдельных видах экономической деятельности. Обследованием охватываются работники, проработавшие полностью сентябрь месяц.

Как показали результаты обследования за сентябрь 2010 года, дифференциация в оплате труда по видам экономической деятельности сохраняется между группами занятий, профессиями работников и в гендерном аспекте. Средняя заработная плата работников, относимых к категории руководителей, в 1,8 раза превышала заработную плату специалистов высшего уровня квалификации, в 2,2 раза - специалистов среднего уровня квалификации и в 4,1 раза - неквалифицированных рабочих.

Самая высокая заработная плата зафиксирована у руководителей организаций, занятых в сфере добычи углеводородного сырья - 1025 тыс. тенге, это в 5,6 раза выше средней заработной платы руководителей в целом по стране. Следует отметить, что и специалисты высшей и средней квалификации в этой сфере получали высокую заработную плату - 285 тыс. тенге и 208 тыс. тенге соответственно. «Высокооплачиваемыми» являются руководители финансовых и страховых компаний (638 тыс. тенге), воздушного транспорта (544 тыс. тенге), предприятий металлургической промышленности (443 тыс. тенге), что в 2,5-3,5 раза превышает уровень средней заработной платы руководителей по республике.

Из числа специалистов высшей квалификации, высокая заработная плата отмечена на воздушном и железнодорожном транспорте, строительстве и финансовой деятельности - от 110 до 195 тыс. тенге, средней квалификации - в строительстве, транспортной и финансовой сферах, производстве продуктов нефтепереработки - от 100 до 190 тыс. тенге. Низкооплачиваемыми в этих группах занятий были работники производства мебели, текстильных изделий, сельского хозяйства, производства хлебобулочных и мучных продуктов, образования и почты, чья заработная плата составляла 40 - 60 тыс. тенге. Среднемесячная заработная плата квалифицированных рабочих организаций составляла 74 тыс. тенге, неквалифицированных - 34 тыс. тенге.

В разрезе профессий и должностей сохраняется значительный разрыв в оплате труда. Высокая заработная плата зафиксирована у инженеров по буровым работам, летчиков и пилотов от 418 до 566 тыс. тенге в месяц. На промышленных и нефтедобывающих предприятиях высокооплачиваемыми были геологи, инженеры-энергетики, инженеры по креплению скважин, по добыче нефти и газа (290-357 тыс. тенге). Заработную плату до 177 тыс. тенге получали работники, занятые в металлургической промышленности, до 63 тыс. тенге - в видах деятельности по производству текстильных изделий и мебели. В строительстве среди специалистов высшего уровня квалификации максимальную заработную плату получали менеджеры - 295 тыс. тенге, из специалистов среднего уровня квалификации - монтажники - 114 тыс. тенге, а среди рабочих - слесари по сборке металлоконструкций - 105 тыс. тенге. В сельском хозяйстве высокую заработную плату получали трактористы-машинисты хозяйственного производства (72 тыс. тенге) и агрономы (61 тыс. тенге), а низкую - стригали и виноградари - в пределах 20 тыс. тенге.

По всем основным группам должностей и профессий заработная плата женщин была ниже заработной платы мужчин. Заработная плата мужчин, работающих на должности руководителя организации сложилась в 236 тыс. тенге, экономиста - в 124 тыс. тенге, юрисконсульта - в 114 тыс. тенге, компьютерного программиста - в 92 тыс. тенге, бухгалтера - в 91 тыс. тенге. Это в 1,1-2,1 раза выше, чем средняя заработная плата женщин.

Дифференциация заработной платы по группам занятий и по профессиям (должностям) отмечается и в региональном разрезе. В сентябре 2010 года, у руководителей организаций двух столиц (гг. Астана и Алматы) сложилась наиболее высокая заработная плата в 378 - 442 тыс. тенге. Менее оплачиваемой эта должность была в Северо-Казахстанской, Восточно-Казахстанской, Карагандинской и Южно-Казахстанской областях, где руководители получали от 102 до 112 тысяч тенге. По регионам республики различие между максимальной зарплатой руководителя организации и ее минимальным значением составило 4,3 раза.

Высокая заработная плата экономиста наблюдалась в нефтедобывающих регионах (Атырауская и Мангистауская области) и составила более 155 тыс. тенге, а низкая - в Северо-Казахстанской и Жамбылской областях - не более 60 тыс. тенге. Уровни размеров в заработной плате врача различались в 1,4 раза (в Западно-Казахстанской области - 102 тыс. тенге, а в Жамбылской - 73 тыс. тенге). Заработная плата преподавателя в среднем по стране составила чуть более 55 тыс. тенге, а ее разница между регионами составила 1,4 раза, воспитателя - соответственно, 42 тыс. тенге и 1,5 раза, агронома - 61 тыс. тенге и 5,1 раза, животновода - 30 тыс. тенге и 3,6 раза.

С обретением независимости в Казахстане строится собственная система социальной защиты населения, адекватная рыночным общественным отношениям. Отличительной чертой рыночной экономики является высокая степень ответственности каждого человека за формирование условий своей жизни. Следует отметить, что в жизни каждого человека могут возникнуть ситуации, угрожающие его существованию, с которыми в одиночку он справиться не может. В связи, с чем определяющей формой социальной защиты в условиях рыночной экономики является социальное страхование социальных рисков работающего населения.

**8.3 Социальная защита работников**

В республике сформирована трехуровневая система социальной защиты с распределением ответственности за состояние и устойчивость социального обеспечения между государством, работодателями и работником.

***Первый уровень*** - гарантированные Конституцией Республики Казахстан социальные выплаты из республиканского бюджета, т.е. выплаты всем гражданам на одинаковом уровне без учета персонального вклада гражданина в развитие общества;

***Второй уровень*** - дополнительное социальное обеспечение работающих граждан, учитывающее их персональный вклад в развитие общества, социальные выплаты из АО «Государственный фонд социального страхования»:

* на случай утраты трудоспособности,
* на случай потери кормильца,
* на случай потери работы,
* на случай потери дохода в связи с беременностью и родами,
* на случай ухода за ребенком по достижении им возраста одного года.

***Третий уровень*** - социальные выплаты за счет добровольных видов страхования.

Система обязательного социального страхования Казахстана является дополнительной формой социальной защиты участников системы, т.е. работающего населения республики. С 2005 года социальные выплаты для участников системы социального страхования при наступлении социальных рисков осуществляются за счет финансовых ресурсов Государственного фонда социального страхования (далее - ГФСС), созданного в форме Акционерного общества со стопроцентным государственным участием в уставном капитале.

При этом финансовые ресурсы ГФСС формируются путем перераспределения социального налога и аккумулирования социальных отчислений в ГФСС, уплачиваемых плательщиками по следующим ставкам, установленным Законом РК «Об обязательном социальном страховании»:

* с 1 января 2005 г. - 1,5% от объекта исчислений социальных отчислений;
* с 1 января 2006 г. - 2% от объекта исчислений социальных отчислений;
* с 1 января 2007 г. - 3% от объекта исчислений социальных отчислений;
* с 1 января 2009 г. - 4% от объекта исчислений социальных отчислений;
* с 1 января 2010 г. - 5% от объекта исчислений социальных отчислений.

Одними из участников системы обязательного социального страхования являются физические лица, за которых производились социальные отчисления и которые имеют право на получение социальных выплат при наступлении социальных рисков.

Плательщиками социальных отчислений являются работодатель или самостоятельно занятое лицо (индивидуальный предприниматель, частный нотариус, адвокат, обеспечивающий себя работой, приносящий им доход), осуществляющие исчисление и уплату социальных отчислений.

Следует отметить, что сегодня система социального страхования стала важнейшим и необходимым элементом социально-экономических отношений современного Казахстана. Разработана законодательная база, определяющая основы системы обязательного социального страхования республики. Ее принципиальное отличие от других видов страхования (страхования имущества, транспортных средств и т.д.) состоит в том, что она обеспечивает защиту человека от материальной необеспеченности в связи с невозможностью участия в трудовой деятельности.

**Индивидуальный подоходный налог**

Наибольшее разнообразие присуще такому виду налога, как индивидуальный подоходный налог. Им облагаются все доходы граждан, осуществляющих хозяйственную деятельность. На практике применяется три основных способа взимания подоходного налога - ***декларативный, «у источника», на основе патента.***

Первый предполагает самостоятельный расчет плательщиком причитающихся к уплате в бюджет налоговых сумм по декларации. Индивидуальный подоходный налог с населения традиционно взимается на месте получения плательщиком дохода, когда налог определяется и удерживается бухгалтерией предприятия, т.е. у источника.

Подобная оценка налога имеет свои несомненные преимущества: во-первых, исключается возможность сокрытия доходов и уклонения от уплаты; во-вторых, не требуется крупных материальных, финансовых и людских ресурсов, что неизбежно при декларативном способе взимания налога. Уплата налога путем выкупа патента (при разумности его цены) выгодна предпринимателю, т.к. освобождает его, во-первых, от необходимости ведения весьма сложного учета. Во-вторых, освобождает его от весьма сложных и обременительных налоговых проверок. В-третьих, выкуп патента освобождает его от постоянной угрозы и страха оказаться в роли налогового правонарушителя. В-четвертых, выкуп патента значительно упрощает сбор налогов, давая тем самым доход государству.

Индивидуальный подоходный налог в наибольшей степени, чем другие, связан с социальной стороной экономических проблем. Обычно порядок его взимания предусматривает необлагаемый минимум и прогрессивность обложения.

Плательщиками индивидуального подоходного налога являются физические лица-резиденты, имеющие объекты налогообложения, а также физические лица-нерезиденты, осуществляющие деятельность в РК.

К объектам налогообложения относятся:

* доход, облагаемый у источника выплаты;
* доход, не облагаемый у источника выплаты.

***Льготы по налогу:***

Не подлежат налогообложению следующие виды доходов физических лиц:

* доходы в пределах 480-кратного месячного расчетного показателя за налоговый год участников ВОВ 1941-1945 годов и приравненных к ним лиц, инвалидов 1 и 2 групп, а также одного из родителей инвалида с детства; в пределах 240-кратного показателя в год - доход инвалидов 3 группы;
* официальные доходы дипломатических или консульских работников, не являющихся гражданами РК;
* официальные доходы иностранных физических лиц, находящихся на государственной службе иностранного государства, в котором их доход подлежит обложению;
* выплаты в связи с выполнением общественных работ и профессиональном обучении, осуществляемом за счет средств госбюджета и грантов, в размере минимальной заработной платы;
* выплаты за средств грантов;
* стипендии, выплачиваемые обучающимся в организациях образования, в размерах, установленных законодательством РК, кроме частных ВУЗов;
* пособия по беременности и родам, социальные пособия для усыновивших (удочеривших) детей;
* компенсации при служебных командировках;
* суммы страховых платежей, уплачиваемых работодателем при обязательных видах страхования работников;
* алименты;
* материальная помощь, социальная помощь;
* пенсионные выплаты из ГЦПФ;
* вознаграждения;
* стоимость имущества, полученного физическим лицом в виде дарения или наследования;
* гуманитарная помощь;
* суммы возмещения материального ущерба, присуждаемые по решению суда и другие.

Индивидуальный подоходный налог облагается по прогрессивной ставке, т.е. в зависимости от полученного дохода:

Доход в виде дивидендов, вознаграждений, выигрышей облагается по ставке 15%. Доход адвокатов облагается по ставке 10%. Исчисление и удержание налога производится не позднее дня выплаты дохода, облагаемого у источника выплаты. Уплата осуществляется налоговыми агентами в течение 5 рабочих дней, следующих за последним днем выплаты дохода. Расчет в налоговый орган представляется ежеквартально не позднее 15 числа месяца, следующего за отчетным кварталом. При определении дохода работника, облагаемого у источника выплаты, за каждый месяц в течение налогового года вычету подлежат:

* сумма в размере одного месячного расчетного показателя с дохода работника;
* сумма в размере одного месячного показателя на каждого иждивенца в семье.

Указанные выплаты применяются к доходу одного налогоплательщика - члена семьи.

* обязательные пенсионные взносы в накопительные пенсионные фонды в размере, установленном законодательством.

Сумма индивидуального подоходного налога по доходам работника определяется путем применения ставки. Исчисление и удержание производится ежемесячно нарастающим итогом. Сумма налога определяется как отношение налога, исчисленного с расчетной суммы дохода за налоговый год, к коэффициенту перерасчета дохода, уменьшенное на сумму налога, удержанного за предыдущие месяцы налогового года. Расчетная сумма дохода за налоговый год определяется путем умножения коэффициента перерасчета дохода на сумму доходов работника за предыдущие месяцы налогового года. Коэффициент перерасчета дохода определяется как отношение общего количества месяцев в налоговом году к количеству предыдущих месяцев с начала налогового года. К доходам, не облагаемым у источника выплаты относятся:

* имущественный доход;
* налогооблагаемый доход индивидуального предпринимателя;
* доход адвокатов;
* прочие доходы.

Уплата налога в этом случае осуществляется самостоятельно не позднее 10 рабочих дней после срока, установленного для сдачи декларации. Декларация по индивидуальному подоходному налогу представляется в налоговый орган по месту налоговой регистрации до 1 марта года, следующего за отчетным.

Доходы нерезидента из источников в Республике Казахстан, не связанные с постоянным учреждением, подлежат налогообложению у источника выплаты по следующим ставкам:

* дивиденды, доходы от доли участия и вознаграждения 15% страховые премии, выплачиваемые по договора страхования и перестрахования рисков 10% доходы от оказания телекоммуникационных услуг в международной связи или транспортных услуг в международных перевозках 5%
* доходы из источников в РК 20%

**8.4 Зарубежный опыт организации заработной платы**

Следует рассмотреть методики оплаты труда, разработанные отдельными крупными зарубежными фирмами.

***1) Оплата труда в компании «Siemens».***Использование тарифной сетки при формировании окладов - жесткая система тарифных сеток, дифференцированная для различных подразделений. Для каждой должности существует шесть категорий и семь градаций.

Увеличение оклада происходит в зависимости от стажа работы и успехов. Гибкая система премий, зависящих от показателей работы группы, отдела и индивидуальных результатов плюс ежегодная премия, выплачиваемая в некоторых подразделениях два раза в год. Общий размер премий имеет верхнюю границу.

Подразделения, связанные с реализацией, и некоммерческие имеют тариф и премию, в первом случае зависящую от объема продаж.

***2) Компания «Маркой».***Унифицированная тарифная сетка, для каждой категории специалистов введены 18 разрядов и классы. В тарифной системе отражен уровень занятости, сложности и ответственности. Увеличение оклада происходит в зависимости от профессионального роста, стажа работы, отсутствия нарушений трудовой дисциплины. Премия варьируется от нижней фиксированной границы до верхней, определяемой эффективностью деятельности подразделения. Для отдела реализации - процент от реализации. Продавцы - тариф + премия +3,5% от прибыли.

Должностные оклады строятся от официальной минимальной оплаты труда. Сверх этого работник получает премии в зависимости от показателей его работы и работы его подразделения.

***3) Расчет премиального фонда в компаниях Франции.***В стране законодательно установлено, что в компаниях с числом работников более 100 человек происходит обязательное формирование премиального фонда из прибыли по формуле:

где: Р - премиальный фонд;

В - прибыль, подлежащая налогообложению;

J - налог;

С - капитал предприятия;

S - сумма заработной платы;

VA - величина добавленной стоимости.

Формула показывает, что премиальный фонд формируется при условии, что чистая прибыль компании В - J больше чем 5% стоимости капитала и тем самым защищает долю собственников. Эти 5% стоимости капитала вычитаются из чистой прибыли, образуя обусловленную плату акционерам. Доля работников составляет х/2 норматива S/VA, т.е. соответствующей доли заработной платы в добавленной стоимости.

***4) Бестарифная система оплаты труда. Методика оценки труда в компании ЗМ.***Первый шаг - четкое описание трудовых функций работника. Их анализ основывается на инвентаризации требований рабочего места и трудового процесса, способностей и потенциальных возможностей самого работника, на интервью при приеме на работу, и его собственных оценках и ожиданиях.

Описание должностных функций в письменной форме составляется непосредственным руководителем при участии исполнителя. Полученный документ утверждается аттестационной комиссией и становится основным для последующих аттестаций, установления оплаты труда, принятия решений о продвижении и пересмотре должностных функций. Агрегированная оценка должностных функций, полученная на основе их формального описания, позволяет определить место работника в иерархии фирмы и установить базовую оплату его труда. Для производственного персонала оценка складывается на основе следующих факторов: 1) знания; 2) профессиональный опыт; 3) способность работника к самостоятельному принятию решения в нестандартных ситуациях; 4) доля ручного труда; 5) ответственность за инструменты, оборудование, материалы; 6) психологическая нагрузка; 7) физические усилия; 8)условия труда; 9) вредность, риск травматизма.

Для служащих: 1) знания и профессиональная подготовка; 2) опыт; 3) сложность обязанностей; ответственность за возможные ошибки: сотрудничество с другими работниками, сохранение конфиденциальной информации; 4) условия труда. Если работник занимается управленческим трудом, то к этим функциям добавляются вид управленческой работы и число подчиненных работников.

**9 Инвестиционная и инновационная политика предприятия**

**9.1 Инвестиции и их классификация. Инвестиционная политика предприятия**

Одна из важнейших сторон производственно-хозяйственной деятельности предприятия - сохранение и развитие своего производственно-экономического потенциала. Деятельность предприятий в этом плане называется инвестиционной деятельностью.

***Инвестиции*** - денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения другого полезного эффекта.

Различают ***реальные (капиталообразующие) инвестиции*** - вложения в создание новых, реконструкцию или техническое перевооружение существующих предприятий, производств и финансовые (прямые и портфельные) вложения в покупку ценных бумаг государства, предприятий, инвестиционных фондов. В первом случае предприятие-инвестор, вкладывающее средства, увеличивает свой производственный капитал - основные производственные фонды и необходимые для их функционирования оборотные средства. Во втором случае инвестор увеличивает свой финансовый капитал, получая дивиденды - доход на ценные бумаги. Вложения денежных средств в создание производств при этом осуществляют другие предприятия и организации, выпустившие акции для привлечения финансовых средств на осуществление их инвестиционных проектов.

Инвестиции, вкладываемые в создание новых и воспроизводство действующих основных фондов без вложений в оборотные средства, имеют форму капитальных вложений. ***Капитальные вложения*** составляют преобладающую часть всех средств, обеспечивающих простое и расширенное воспроизводство основных фондов. К ним относятся все вложения в основной капитал (основные средства), в том числе затраты на новое строительство, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение действующих предприятий, их капитальный ремонт, модернизацию, приобретение машин, оборудования, инструмента, инвентаря, проектно-изыскательские работы и другие затраты.

***Инвестиции могут быть классифицированы в соответствии со следующими признаками:***

* объект инвестирования;
* фазы инвестиционного цикла;
* область инвестирования;
* форма собственности инвестиций;
* территориальный характер инвестиций;
* источники инвестиций.

***По признаку «объект инвестирования» различают следующие виды инвестиций:***

***инвестиции в нефинансовые активы:***

* инвестиции в основной капитал;
* инвестиции на капитальный ремонт основных фондов;
* инвестиции в нематериальные активы;
* инвестиции в прирост запасов оборотных фондов;
* инвестиции в другие нефинансовые активы (включая приобретение земельных участков и объектов природопользования и др.).

***финансовые инвестиции (вложения):***

* инвестиции в ценные бумаги других предприятий;
* инвестиции в процентные облигации государственных и местных займов;
* инвестиции в форме вложений в уставные капиталы других предприятий;
* предоставление другим предприятиям займов.

***инвестиции в человеческий капитал:***

* инвестиции в образование фактически занятых или потенциальных работников предприятия;
* инвестиции в повышение квалификации работников предприятия;
* инвестиции в социальную сферу предприятия.

В рыночной экономике значительную роль играют финансовые инвестиции, поскольку финансовый капитал в отличие от производственного капитала характеризуется повышенной мобильностью. Поэтому финансовые инвестиции в акции, облигации и другие ценные бумаги являются лучшим средством перелива капитала из одних сфер экономики в другие, что способствует структурным сдвигам в самой экономике.

***По второму признаку «фазы инвестиционного цикла» выделяются начальные, текущие и дополнительные инвестиции.***

***Начальные*** - инвестиции в создание предприятия или смежного производства.

***Текущие*** - инвестиции, обеспечивающие деятельность предприятия путем поддержания основных фондов в рабочем состоянии с помощью модернизации или капитального ремонта.

***Дополнительные*** - инвестиции в действующее производство, предусматривающие увеличение мощностей предприятия (расширение), совершенствование производственных процессов в целях снижения издержек, изменение производственного профиля предприятия и диверсификацию для расширения номенклатуры производимой продукции и проникновения в новые сферы сбыта.

***По третьему признаку -*** ***«область инвестирования»*** - инвестиции классифицируются по фазам производственно-сбытового процесса предприятия (организации), в которую эти средства направляются. Для производственного предприятия выделяются фазы:

* материально-техническое снабжение, т.е. обеспечение материа-лами, техникой, транспортом, полуфабрикатами;
* собственно производство;
* реализация.

***По четвертому признаку - «форма собственности инвестиций» - выделяются:***

* ***государственные - инвестиции,*** осуществляемые государствен-ными органами власти различных уровней за счет соответствующих бюджетов, внебюджетных фондов и заемных средств, а также инвестиции, реализуемые государственными предприятиями и предприятиями с участием государства за счет собственных и заемных средств;
* ***иностранные - инвестиции,*** осуществляемые иностранными юридическими и физическими лицами, а также непосредственно иностранными государствами и международными организациями;
* ***частные - инвестиции,*** осуществляемые физическими лицами и юридическими лицами, представляющими предприятия и организации негосударственной формы собственности;
* ***смешанные*** - осуществляемые государственными структурами, совместно с частными лицами и/или предприятиями негосударственной формы собственности;
* ***совместные*** - осуществляемые совместно отечественными и иностранными инвесторами.

***Пятый признак - «территориальный характер инвестиций»*** - предполагает выделение трех групп:

* региональные инвестиции - вложение средств в пределах конкретного региона страны;
* внутренние инвестиции - вложение средств в объекты, размещенные на территории страны в целом;
* инвестиции за границей - вложение средств в объекты инвестирования, размещенные за пределами государственных границ страны.

***Шестой признак - источники финансирования:***

* собственные средства, в том числе прибыль, остающаяся в распоряжении организации, амортизационные отчисления и др.;
* привлеченные средства, в том числе бюджетные.

Таблица 3

Классификация инвестиций

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Признаки  классификации | Виды  инвестиций | Цели классификации |
| Объект  инвестирования | Производственные:  - вложения в основные фонды; - инвестиции в запасы товарно-материальных ценностей;  Финансовые (вклады):  - в сберегательные банки;  - в облигации, акции и другие ценные бумаги;  - в валюту;  - в депозиты;  Человеческий капитал:  - в образование;  - в повышение квалификации;  - в социальную сферу | Направленность инвестиций позволяет определить предпочтения инвестора и сформировать соответствующий рынок предложений |
| Фаза  инвестиционного цикла | Начальные  Текущие  Дополнительные | Характеризуют стадии жизненного цикла предприятия, на которых делаются инвестиции: создание, текущая деятельность, рост |
| Область  инвестирования | Снабжение  Производство  Сбыт  Управление | Характеризует инвестиции на различных стадиях производственно- сбытового цикла |
| Форма  собственности | Государственные  Частные  Иностранные  Совместные | Характеризует степень развитости рыночных отношений (на государственном и региональном уровнях) или инвестиционную привлекатель-ность объекта (на уровне предприятия) |
| Региональный аспект инвестиций | Внутренние  Региональные  За рубежом |  |
| Степень подверженности влиянию других инвестиций | Независимые  Требующие сопутствующих инвестиций  Чувствительные к принятию конкурирующих инвестиционных решений | Дает возможность оценить инвестиционную стратегию предприятия |
| Форма эффекта | Экономический  Социальный  Технический  Экологический |  |
| Источники финансирования | Собственные средства  Привлеченные средства | Характеризуют возможности предприятия инвестировать за счет собственных средств |

Под ***инвестиционным объектом*** понимается объект предпринимательской деятельности, на который направлены инвестиции. Инвестиционный объект существует исключительно в процессе проведения инвестиционной деятельности и представляет для инвестора интерес только в той мере, в которой обеспечивает удовлетворение его целей. Поэтому инвестиционный объект представляет для инвестора временный интерес: объект продается или ликвидируется, как только перестает соответствовать поставленным целям.

***Инвестиционная деятельность*** подразумевает наличие множества участников. В качестве ее субъектов выступают, с одной стороны, банки, финансовые компании, а также частные инвесторы, государство и другие инвестиционные институты, т.е. участники, обладающие свободными инвестиционными ресурсами, с другой - предприятия и организации, испытывающие потребность в этих ресурсах.

***Инвестиционная политика*** предприятия представляет собой одну из составляющих его финансовой стратегии. Суть инвестиционной политики заключается в формировании комплекса мероприятий по привлечению и мобилизации инвестиционных ресурсов - с одной стороны, и оптимизации инвестиционных целей и инвестиционного процесса для обеспечения экономического развития предприятия - с другой.

Совокупность инвестиционных проектов или предложений с определенной целевой направленностью представляет собой инвестиционную программу. Инвестиционная программа представляет собой план реализации совокупности инвестиционных проектов на предприятии. Содержание инвестиционной программы определяется инвестиционной политикой предприятия, которая, в свою очередь, зависит от стратегии предприятия в рассматриваемом периоде.

Инвестиционная программа предприятия предусматривает определение величины и структуры капитала, необходимого для реализации входящих в нее инвестиционных проектов.

Выбор формы финансирования и селекция инвестиционных проектов (или проекта) для включения в инвестиционную программу имеет принципиальные значения для ее оптимизации. Оптимальной следует считать такую инвестиционную программу, которая наилучшим образом обеспечивает достижение стратегических целей предприятия при соблюдении существующих ограничений по времени и ресурсам.

**9.2 Инвестиционный проект и инвестиционный процесс на предприятии**

***Инвестиционный проект*** - планируемый и осуществляемый комплекс мероприятий по вложению капитала в различные отрасли и сферы экономики с целью его увеличения. По форме он представляет собой комплекс документов по обоснованию экономической целесообразности, объема и сроков осуществления капитальных вложений, в том числе необходимую проектно-сметную документацию. Создание и реализация инвестиционного проекта включает в себя следующие этапы:

* формирование инвестиционного замысла (идеи);
* исследование инвестиционных возможностей;
* технико-экономическое обоснование (ТЭО) проекта;
* приобретение или аренда и отвод земельного участка;
* подготовка контрактной документации;
* подготовка проектной документации;
* осуществление строительно-монтажных работ, включая пусконаладочные;
* эксплуатация объекта, мониторинг экономических показателей.

Инвестиции предприятия могут охватывать как полный научно-технический и производственный цикл создания продукции, так и его элемент (стадии): научные исследования, проектно-конструкторские работы, расширение и реконструкция действующего производства, создание нового производства, организация выпуск новой продукции.

Формирование инвестиционного замысла (идеи) предусматривает: рождение и предварительное обоснование замысла; инновационный, патентный и экологический анализ технического решения (объекта техники, ресурса, услуги), организация производства которого предусмотрена намечаемым проектом.

Предпроектное исследование инвестиционных возможностей состоит из: предварительного изучения спроса на продукцию и услуги с учетом экспорта и импорта; оценки уровня базисных, текущих и прогнозных цен на продукцию (услуги); подготовки предложений по организационно-правовой форме реализации проекта и составу участников; оценки предполагаемого объема инвестиций по укрупненным нормативам и предварительной оценки их коммерческой эффективности.

Технико-экономическое обоснование (ТЭО) проекта включает в себя: проведение полномасштабного маркетингового исследования; подготовку программы выпуска продукции; сметно-финансовую документацию, в том числе: расчет капитальных затрат, оценку издержек производства, расчет годовых поступлений от деятельности предприятия (производства), расчет потребности в оборотных средствах, проектируемые и рекомендуемые источники финансирования проекта, предполагаемые потребности в иностранной валюте, источники и условия инвестирования, выбор кредиторов, оформление соглашений; оценку рисков, связанных с осуществлением проекта; планирование сроков осуществления проекта; оценку коммерческой эффективности проекта; анализ бюджетной и (или) экономической эффективности проекта (при использовании бюджетных инвестиций); формулирование условий прекращения реализации проекта.

Подготовка контрактной документации включает: подготовку тендерных торгов и подготовку по их результатам контрактных соглашений; проведение договоров с потенциальными инвесторами.

Подготовка рабочей документации включает: подготовку проектно-сметной документации на стадии рабочих чертежей; определение изготовителей и поставщиков технологического оборудования.

На этапе осуществления производства строительных и монтажных работ помимо непосредственного их выполнения производятся: наладка оборудования; обучение персонала; подготовка контрактной документации на поставку сырья, комплектующих и энергоносителей; подготовка контрактов на поставку продукции.

На этапе эксплуатации объекта и мониторинга экономических показателей проводятся: сертификация продукции; создание дилерской сети; создание центров сервисного обслуживания и ремонта; текущий мониторинг экономических показателей созданного предприятия, производства, объекта.

Инвестиционные ресурсы предприятия и финансовые источники инвестиций. Под инвестиционными ресурсами предприятий и организаций принято понимать форму и величину капиталов, которые они могут вложить в осуществление различных инвестиционных проектов и программ. К ним относятся:

* денежные средства;
* права владения или распоряжения земельными участками;
* существующие здания и сооружения с коммуникациями к ним;
* установленное и неустановленное технологическое и другое оборудование, силовые установки, транспортные средства;
* приобретенные у государства права на разработку полезных ископаемых;
* приобретенные у государства права на разработку лесного фонда и пользование водными ресурсами;
* патенты и права на промышленные образцы продукции, новые технологии ее производства;
* торговые марки и сертификаты продукции и т.д.

Основополагающим инвестиционным ресурсом являются денежные средства. Они всегда составляют значительную часть всех инвестиционных вложений предприятий-инвесторов. Все ***финансовые источники инвестиций*** подразделяются на ***собственные (внутренние)*** *и* ***внешние.***

К собственным средствам предприятий и организаций, осуществляющих инвестиционные проекты, относятся:

* амортизационные начисления на существующие фонды (на их реновацию);
* прибыль от производственно-хозяйственной деятельности, направляемая на производственное развитие;
* суммы, полученные от страховых компаний в виде возмещения ущерба за понесенные убытки в результате стихийных бедствий и несчастных случаев;
* средства от продажи ненужных излишков основных средств и иммобилизация излишков оборотных средств;
* средства от реализации нематериальных активов (государственных ценных бумаг, ценных бумаг других предприятий, патентов, прав владения промышленными образцами продукции, способами производства продукции и т.д.).

К собственным источникам инвестирования предприятий и организаций относятся также и привлекаемые ими из различных источников.

К привлеченным средствам финансирования инвестиционных проектов относятся:

* средства, вырученные в результате выпуска и продажи инвестором акций и других ценных бумаг;
* средства других предприятий и организаций, привлеченных к участию в инвестиционном проекте на правах компаньонов и на соответствующих условиях участия в распределении дивидендов;
* средства, выделяемые вышестоящими холдинговыми и акционерными компаниями, промышленно-финансовыми группами на безвозвратной основе;
* государственные субсидии, различного рода денежные взносы и пожертвования из региональных и местных бюджетов, фондов поддержки предпринимательства и др., предоставляемые на безвозмездной основе.

К внешним источникам инвестиций относятся различные формы заемных средств, а также:

* ассигнования из федерального, региональных и местных бюджетов, различных фондов поддержки предпринимательства, предоставляемые на безвозмездной основе;
* иностранные инвестиции, предоставляемые в форме финансового или иного материального и нематериального участия в уставном капитале совместных предприятий.

Заемные средства включают в себя бюджетные кредиты, предоставляемые на возвратной основе, банковские и коммерческие кредиты различных финансовых и страховых компаний, инвестиционных, пенсионных фондов и других институциональных инвесторов.

***Анализ эффективности инвестиционных проектов.***Основу оценки эффективности инвестиционных проектов составляет определение и соотнесение затрат и результатов от его осуществления. Оценку инвестиционных проектов, сравнение вариантов проектов и выбор лучшего из них рекомендуется производить с использованием следующих показателей:

* чистого дохода (интегрального эффекта);
* индекса доходности (ИД);
* внутренней нормы доходности (ВИД);
* срока окупаемости инвестиций;
* других показателей, отражающих интересы участников или специфику проекта.

***Чистый доход предприятия от реализации инвестиционного проекта*** представляет собой разницу между поступлениями (притоком средств) и выплатами (оттоком средств) предприятия в процессе реализации проекта применительно к каждому интервалу планирования.

Выплаты предприятия делятся на капитальные (единовременные) затраты и текущие затраты. К капитальным затратам относятся расходы, которые направлены на создание производственных мощностей и разработку продукции. Капитальные затраты носят единовременный характер и производятся, как правило, на начальном этапе реализации проекта, который принято считать нулевым этапом.

***Текущие затраты*** - это расходы на приобретение сырья, материалов и комплектующих, оплату труда работников предприятия, другие виды затрат, относимые на себестоимость продукции. Текущие затраты осуществляются в течение всего времени жизни проекта.

***Поступления*** - это результат деятельности предприятия в процессе осуществления проекта в виде выручки от реализации произведенной продукции.

Разница между результатами деятельности предприятия и его текущими затратами составляет доход от текущей деятельности предприятия.

Для оценки коммерческой эффективности проекта используются различные методы (таблица 4)

Таблица 4

Методы оценки эффективности инвестиционных проектов

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Простые (статические) | | | Динамические (методы дисконтирования) | | |
| Простая норма прибыли (AROR) | Простой срок окупаемости проекта (РР) | Чистый приведенный доход (NPV) | Индекс рентабельности (PI) | Внутренняя норма рентабельности (IRR) | Дисконтированный срок окупаемости (DPP) |

Для того чтобы отразить уменьшение абсолютной величины чистого дохода от реализации проекта в результате снижения «ценности» денег с течением времени, используют коэффициент дисконтирования (б).

Принятый способ расчета коэффициента дисконтирования исходит из того, что наибольшей «ценностью» денежные средства обладают в настоящий момент. Чем больше отнесен в будущее срок возврата вложенных денежных средств от момента их инвестирования в проект (настоящего момента), тем ниже «ценность» денежных средств. Значения коэффициента дисконтирования для заданного интервала (периода) реализации проекта определяются выбранным значением нормы дисконтирования.

***Норма дисконтирования*** (ставка дисконта) рассматривается в общем случае как норма прибыли на вложенный капитал, т.е. как процент прибыли, который инвестор или предприятие хочет получить в результате реализации проекта.

Если норма дисконтирования отражает интересы предприятия - инициатора проекта, она принимается на уровне средней нормы прибыли для данного предприятия. При учете интересов другого предприятия, вложившего деньги в проект, норма дисконтирования рассматривается на уровне ставки банковского депозита; для банков, предоставивших кредит для реализации проекта, - на уровне ставки межбанковского процента и т.д.

Для получения величины чистого дохода предприятия с учетом будущего снижения «ценности» денег (чистого дисконтированного дохода) необходимо определить дисконтированные капитальные вложения (рассчитываются путем умножения капитальных вложений в проект на коэффициент дисконтирования, дисконтированные текущие затраты и дисконтированные поступления предприятия определяются аналогично дисконтированным капитальным вложениями.

В результате вычитания из дисконтированных поступлений суммы дисконтированных текущих затрат и дисконтированных капитальных вложений получаем чистый дисконтированный доход от проекта.

NPV > 0. Положительное значение чистого дисконтированного дохода говорит о том, что проект эффективен и может приносить прибыль в установленном объеме. Отрицательная величина чистого дисконтированного дохода свидетельствует о неэффективности проекта (т.е. при заданной норме прибыли проект приносит убытки предприятию и/или его инвесторам).

***Индекс доходности*** (рентабельности, PI) проекта позволяет определить, сможет ли текущий доход от проекта покрыть капитальные вложения в него. Он рассчитывается по формуле:

Эффективным считается проект, индекс доходности которого выше 1, т.е. сумма дисконтированных текущих доходов (поступлений) по проекту превышает величину дисконтированных капитальных вложений.

***Внутренняя норма доходности*** - это та норма (ставка) дисконта, при которой величина доходов от текущей деятельности предприятия в процессе реализации равна приведенным (дисконтированным) капитальным вложениям.

Внутренняя норма доходности характеризует максимальную отдачу, которую можно получить от проекта, т.е. ту норму прибыли на вложенный капитал, при которой чистый дисконтированный Доход по проекту равен нулю. При этом внутренняя норма доходности представляет собой предельно допустимую стоимость денежных средств (величину процентной ставки по кредиту, размер дивидендов по эмитируемым акциям и т.д.), которые могут привлекаться для финансирования проекта.

Практически вычисление величины IRR производится методом последовательных приближений с помощью программных средств типа электронных таблиц.

***Срок окупаемости инвестиций (ТОК)*** представляет собой минимальный временной промежуток, измеряемый в месяцах, кварталах или годах, начиная с которого первоначальные вложения и другие затраты, связанные с реализацией инвестиционного проекта, покрываются суммарными результатами от его осуществления. Рекомендуется определять срок окупаемости (ТОК) с использованием дисконтирования.

Наряду с вышеизложенными показателями возможно использование и ряда других: точки безубыточности, нормы прибыли, капиталоотдачи, интегральной эффективности затрат и др. Применение этих показателей зависит от конкретного проекта и поставленных целей.

Ни один из перечисленных показателей не является достаточным для принятия решения об эффективности инвестиционного проекта. Решение об инвестировании средств в проект должно приниматься с учетом значений всех перечисленных показателей в совокупности, а также интересов всех участников инвестиционного проекта. Немаловажное значение в принятии этого решения должна играть структура и распределение капитала во времени.

Таблица 5

Преимущества и недостатки методов оценки эффективности инвестиционных проектов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Описание  метода | Преимущества | Недостатки | Сфера  Применения |
| 1. Простая норма  прибыли (AROR)  Чистая прибыль проекта сопоставляется с инвестиционными затратами.  Показывает, какая часть инвестиционных затрат возмещается в виде прибыли в течение одного интервала  планирования. При сравнении проектов выбирается проект с  наибольшим значением AROR | Простота расчетов.  Позволяет оценить  прибыльность проекта | Не учитывается: временной аспект стоимости денег;  доходы от ликвидации старых  активов; возможность реинвестирования полученных доходов.  Метод не позволяет выбрать проект из имеющих одинаковую AROR, но разные инвестиционные затраты | Используется при заключении о целесообразности  дальнейшего анализа или отбраковки проекта на самой ранней стадии |
| 2. Простой срок окупаемости проекта (РР)  Общий объем инвестиционных затрат сравнивается с суммой чистых поступлений от операционной деятельности. Когда эти потоки сравниваются, то получается период, необходимый для возмещения затрат. Из нескольких отбирается проект с наименьшим РР | Простота расчетов. Позволяет оценить ликвидность проекта и его рискованность | Выбор срока окупаемости страдает субъективностью. Не учитывается стоимость денег во времени. Игнорируется доходность проектов за пределами срока окупаемости. Поэтому проекты с одинаковыми РР, но разными сроками жизни могут приносить различные доходы, что затрудняет их сравнение | Используется для выбора проектов в условиях высокой инфляции и нестабильности при дефиците ликвидных оборотных средств |
| 3. Чистый приведенный доход (NVP)  Определяется как разность дисконтированных поступлений и затрат по проекту.  Если NVP > 0, то проект следует принять, так как текущая стоимость доходов выше текущей стоимости затрат.  Если NVP = 0, то благосостояние инвестора не изменится, хотя предприятие увеличится в масштабах.  Если NVP < 0, инвестор понесет убытки.  Из нескольких проектов следует выбирать тот, у которого NVP больше | Учитывает стоимость денег во времени.  Метод ориентирован на увеличение достояния инвесторов | NVP является абсолютным показателем, и поэтому трудно объективно оценить выбор между несколькими проектами с одинаковым NVP и различными инвестиционными затратами или проектом с большим  РР и NVP и проектом с меньшим РР и NVP. Существует  субъективность выбора ставки дисконтирования | При выборе проектов из нескольких  независимых NVP  используется как метод IRR.  При выборе из взаимоисключающих проектов выбираются проекты с наибольшим  NVP |
| 4. Индекс рентабельности (PI)  Определяется отношением между текущей стоимостью будущих доходов и первоначальными затратами. Характеризует относительную прибыльность проекта.  Если PI > 1, то доходность инвестиций выше, чем требуют инвесторы, значит проект является прибыльным;  если PI = 1, то доходность инвестиций равна нормативной рентабельности; если PI<0, инвестиции нерентабельны | Является относительным показателем и позволяет судить о резерве безопасности проекта | Существует субъективность выбора ставки дисконтирования | Применяется при сравнении независимых проектов с различными инвестиционными вложениями и сроками жизни при формировании оптимального инвестиционного портфеля предприятия |
| 5. Внутренняя норма рентабельности (IRR)  Под IRR понимают такую ставку дисконтирования, при которой NPV проекта равна нулю, т.е. когда все затраты окупаются. IRR характеризует нижний гарантированный уровень прибыльности проекта и максимальную ставку платы за привлекаемые источники финансирования, при которой проект остается безубыточным.  IRR сравнивают со стоимостью источников средств для осуществления проекта (СС). Если IRR>СС, то проект следует принять; если IRR = СС, то проект бесприбылен; если IRR < СС, то проект убыточен | Метод прост для понимания.  Нацелен на увеличение доходов инвесторов | Предполагает сложные вычисления. При неординарных потоках возможно множественное значение IRR. Выбор проекта по критерию затруднен, так как проекты с низкой IRR могут в дальнейшем образовывать значительные NPV | Используется при формировании инвестиционного портфеля предприятия |
| 6. Дисконтированный срок окупаемости (DPP)  Позволяет определить период, за который возместятся первоначальные инвестиционные затраты из чистых дисконтированных поступлений по проекту | Учитывает стоимость денег во времени и возможность реинвестирования получаемых доходов | Выбор дисконтированного срока окупаемости страдает субъективностью. DPP игнорирует доходность проектов за пределами срока окупаемости. Поэтому проекты с одинаковыми DPP, но разными сроками жизни могут приносить различные доходы, что затрудняет их сравнение | Используется для выбора проектов в условиях высокой инфляции и нестабильности при дефиците ликвидных оборотных средств |

**9.3 Инновация: сущность, признаки, классификация**

***Инновационная деятельность предприятия*** направлена на использование результатов научных исследований и опытно-конструкторских разработок для получения прибыли на основе расширения и обновления номенклатуры выпускаемой продукции (товаров, услуг) и улучшения ее качества, совершенствования технологии их изготовления и организации их производства.

***Инновация (нововведение)*** представляет результат комплексного процесса, состоящего из создания, разработки, коммерческого использования и распространения новшества, удовлетворяющего конкретную общественную потребность. В ходе этого процесса изобретение или идея приобретают экономическое содержание, новшество становится товаром и выступает в качестве объекта на рынке.

Схематически нововведение может быть представлено в виде системы, имеющей прямые и обратные связи.

Технический прогресс включает следующие основные фазы: инвенция, инновация, имитация и модификация. Данные понятия являются базовыми для инноватики - области знаний, охватывающей вопросы методологии и организации инновационной деятельности.

Под инновацией можно понимать любые процессы, приводящие к появлению новшеств. Действительная новизна продукта или процесса должна всегда приводить к росту экономического эффекта от его использования. Новизна бывает:

* ***абсолютная*** - если отсутствуют аналоги конкретному новшеству;
* ***относительная*** - касается новшества, впервые внедряемого на данном предприятии, но уже применявшегося на других предприятиях;
* ***частичная*** - это обновление какого-либо элемента, узла изделия.

К инвенциям относятся новые научно-технические знания, технологии, процессы, изобретения и другие факторы, полученные в результате проведения фундаментальных, поисковых и прикладных научно-исследовательских работ. Наличие у предприятия инвенции не означает, что осуществлена инновация; в этом случае можно говорить лишь о необходимых, но недостаточных предпосылках для реализации инновационного процесса.

***Имитация*** - копия апробированной на рынке инновации.

***Модификация*** - физические изменения в объекте нововведения, которые не связаны с расширением базиса научно-технических знаний. В качестве примеров модификации можно назвать изменение формы продукта, качества, упаковки и т. п. Благодаря модификации можно сдвинуть вправо последнюю стадию жизненного цикла продукции.

***Инновационный процесс*** - совокупность этапов и действий по достижению цели и результатов инновации. Предложенное определение инновационного процесса предполагает четкое разграничение понятий цели и результатов инноваций.

***Цель*** - как сформулированное желание в определенной сфере деятельности предприятия - может достигаться за счет разработки и внедрения различных видов конкретных продуктов и технологий материального и нематериального характера, которые нами определяются как результат инновации. Цели инновации обязательно корреспондируются с целями предприятия и могут достигаться с помощью различных видов новых продуктов и технологий. Следует заметить, что поставленная цель могла быть достигнута за счет других результатов инновации. Корректировка цели инновации, как правило, приводит к корректировке результатов.

В таблице 6 приведена классификация определений инноваций по различным признакам. Приведенные примеры определений инноваций показывают многоаспектность, комплексность и неоднозначность научных и практических подходов к инновационной деятельности.

Таблица 6

Классификация определений инноваций

|  |  |
| --- | --- |
| Признак | Примеры определений |
| Факт  и масштаб  новшества | Инновация - важное изменение в status quo социальной системы, опирающееся на новые знания социальных отношений, новые материалы и машины и имеющее целью прямое или косвенное улучшение внутри и (или) вне системы |
| Восприятие новизны | Инновацией является то, что предлагается или может быть представлено как новшество для предприятия. (Важны не научно-технические новшества, а изменения в сознании.) Под инновацией следует понимать все изменения процессов, которые происходят на предприятии впервые |
| Новая комбинация целей и средств | Инновация представляется результатом двух процессов: с одной стороны, возникают предложения по решению проблем с помощью новых идей, открытий и изобретений, а с другой стороны, спрос на решение проблем, который постоянно меняется. Если обе стороны накладываются и при этом хотя бы с одной стороны используется что-то новое, то имеет место инновация |
| Реализуемость | Если имеется изобретение, обещающее экономический эффект, то необходимы инвестиции для подготовки производства и вхождения на рынок. Если при этом достигается внедрение на рынке новых продуктов или появляется новая технология, то говорят об осуществлении продуктовой или технологической инновации |
| Новшество как процесс | Инновация представляет собой совокупный процесс исследования, разработок и применения технологии. Этот процесс, как следует из определения, состоит из нескольких логически следующих друг за другом фаз (субпроцессов), различающихся по содержанию |

Инновационный процесс можно представить в следующей очередности этапов (таблица 7).

Таблица 7

Характеристика этапов инновационного процесса

|  |  |
| --- | --- |
| Этапы инновационного процесса | Характеристика этапов инновационного процесса |
| Идея | Более или менее осознанное решение заняться предметом исследования, а также пробуждение интереса и любознательности к объектам, обещающим успех и экономическую выгоду |
| Открытие | Установление существования ранее неизвестных явлений, материалов, зависимостей, связей и т. п. |
| Исследование | Теоретическое обоснование и экспериментальная проверка открытия или наблюдения, выявление причин и воздействий, функциональных взаимосвязей, усиление или ослабление эффекта с изменением параметров |
| Разработка | Превращение результатов исследования и наблюдений в схему, конструкцию, опытный образец, прототип, чтобы теоретически выявленные взаимосвязи сделать полезными для достижения определенных целей |
| Изобретение | Выявление свойств и признаков иннова-ции, пригодных для патентирования или публикации |
| Внедрение | Продвижение нового продукта или услуги на рынок либо новой технологии в производство с сопутствующими этой фазе инвестициями и презентацией продукта на рынке |
| Текущая реализация | Серийное производство, создание сбытовой сети, вытеснение существующих видов продукции и т.д. |

Инновационная деятельность предполагает выполнение paбот и этапов, которые до сих пор не имели места на предприятии. Объем и содержание этих работ зависят от вида инновации и имеющегося потенциала предприятия. Рассмотрим основные признаки инноваций, позволяющие отнести ее конкретному виду, что определяет в значительной мере подход к управлению инновационным процессом на предприятии.

***Новизна*.** Этот признак в наибольшей степени характеризует процесс изменений. Чем выше уровень новизны, тем больше величина инвестиций в материально-вещественные и человеческие ресурсы.

***Неопределенность и риски*.** Уровень новизны определяет также степень неопределенности, которая объясняется недостаточным опытом и опасностью провала в реализации новых идей. Риск состоит, прежде всего, в том, что результаты либо вообще не достигаются, либо достигаются с опозданием, что в первую очередь влияет на имидж предприятия. Возможна ситуация, когда результаты достигаются с существенным превышением фактических затрат (выплат) над плановыми затратами, что в конечном итоге снижает уровень конкурентоспособности продукции и ведет к потере позиций на рынке.

***Комплексность*.** Инновации нельзя рассматривать как изолированные мероприятия. Необходимость координации различных участников и отдельных этапов инновационного процесса является признаком комплексности, что требует самостоятельной организационной структуры по управлению инновационными процессами.

***Конфликтность*.** Перечисленные выше признаки инноваций являются с высокой степенью вероятности причинами межличностных и деловых конфликтов. Практически всегда возникают конфликты, когда сотрудники предприятия в результате реализации нововведения кроме своей paботы должны будут выполнять новые функции и иметь дополнительные обязанности.

Существуют различные подходы к классификации инноваций.

***Классификация* *инноваций* *по степени новизны*:**

* базисные инновации - реализуют крупные изобретения и являются основой для формирования новых поколений и направлений развития техники;
* улучшающие инновации - связаны с внедрением мелких и средних изобретений и преобладают на стадиях распространения и стабильного развития научно-технического цикла;
* псевдоинновации - направлены на частичное улучшение устаревших видов техники и технологии.

Классификация инноваций по причинам возникновения:

* реактивные инновации направлены на выживание фирмы, появляются как реакция на радикальные инновационные преобразования, осуществляемые конкурентами.
* стратегические инновации носят упреждающий характер и направлены на получение значительных конкурентных преимуществ в перспективе.

***Классификация инноваций по характеру применения (направленности)*** различают:

* продуктовые инновации, которые направлены на производство и использование новых продуктов и услуг;
* рыночные инновации, открывающие новые сферы применения продуктов и позволяющие реализовать потребности в продуктах, услугах на новых рынках;
* инновации-процессы, нацеленные на новые технологии, организацию процесса и управление;
* социальные инновации, ориентированные на построение и функционирование новых социальных структур;
* комплексные инновации, представляющие единство нескольких видов изменений.

***Классификация инноваций по функциональным областям деятельности предприятия*:**

* инновации в производство;
* инновации в закупки, сбыт, персонал и т.д.

***По роли в воспроизводственном процессе инновации классифицируют*** на потребительские и инвестиционные, по степени сложности (или масштабу) - на сложные (синтетические) и простые инновации.

Целесообразно классифицировать инновации ***по уровню инновативности*,** оцениваемому уровнем неопределенности и риска инновации, а также потребной суммы инвестиций, тесно коррелируемой с размерами предприятия. По сути дела выделяются зоны инноваций.

Уровень неопределенности и риска оценивается эмпирически: низкий, средний, высокий. Аналогично оценивается потребная сумма инвестиций на реализацию инновации: малая, средняя, большая. Если быть точным, то надо было бы говорить об относительной сумме инвестиций, так как большая сумма для мелких предприятий может перейти в разряд малых для крупных предприятий, и наоборот. По уровню инновативности выделяют три вида инноваций: модификация, имитация и собственно инновация.

Модификации существующих продуктов, технологий или систем управления характеризуются, как правило, низким уровнем рисков и малыми затратами.

Имитации относятся к инновациям со средним уровнем рисков, так как в большинстве случаев реализуются уже апробированные на других предприятиях новшества. Потребная сумма инвестиций обычно гораздо выше, чем у модификации, так как зачастую необходимо вкладывать средства на освоение новых рынков. Зона имитации по горизонтальной оси существенно шире по сравнению с зоной модификации. Это объясняется тем, что имитации в области управления или схем организации не требуют больших инвестиций.

Модификации целесообразно осуществлять в рамках существующей на предприятии системы управления текущей деятельностью, используя для оценки точные методы количественной оценки эффективности инвестиций: статические и динамические.

Реализация имитации будет более успешной в рамках специально выделенного подразделения из имеющихся в структуре предприятия, например, отдела научно-исследовательской и опытно-конструкторской работы (НИОКР), отдела учета и анализа, отдела персонала и т.д.

***Жизненный цикл инновации и инновационная деятельность предприятия.***Период времени от зарождения идеи до практического внедрения новшества называют жизненным циклом инноваций. Жизненный цикл инноваций охватывает четыре этапа.

На ***первом этапе*** осуществляются фундаментальные исследования в научных организациях, в результате которых формируются новые научные познания.

Для ***второго этапа*** характерны прикладные и экспериментальные исследования, имеющие практическую направленность. На данном этапе велика вероятность получения отрицательных результатов, поэтому разработки новшеств носят нередко рисковый характер.

На ***третьем этапе*** подготавливается конструкторско-технологическая документация, а промежуточные результаты инноваций представляются опытными образцами новых изделий, опытным использованием новых технологий.

***Четвертый этап*** - коммерциализация новшества - продолжался от момента запуска его в производство до появления на рынке в качестве товара.

***Жизненный цикл* *товара*** завершается исчезновением этого товара с рынков сбыта. Для успешной деятельности предприятия при разработке бизнес-планов чрезвычайно важно учитывать, в какой стадии жизненного цикла находится производимая продукция, с тем чтобы, упреждая действия конкурентов, осуществить инновации и обеспечить дальнейшее увеличение объема продаж более совершенных моделей или принципиально новых изделий.

На развитие инновационных процессов влияют различные группы факторов: экономические, технологические, политические, правовые, организационно-управленческие, социально-психологические, культурные. Одни факторы способствуют инновационной деятельности, другие - препятствуют. В группе экономических и технологических факторов влияние на инновационную деятельность предприятия оказывают наличие необходимых финансовых ресурсов, материально-технических средств, прогрессивных технологий, хозяйственной и научно-технической инфраструктуры.

Инновационная активность в современных условиях непосредственно зависит от научно-технического потенциала предприятия, включающего:

* научно-технические и инженерные кадры;
* материально-техническую базу научно-технической деятельности, т.е. совокупность средств труда в области научных исследований, в том числе научное оборудование и установки и технику в экспериментальных цехах, лабораториях, вычислительных центрах и т.д.;
* информационное обеспечение - отчеты, публикации, банки данных, нормативно-техническую, проектно-конструкторскую и технологическую документацию, образцы новых продуктов;
* систему организации научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ и управление ими на предприятии.

Научно-технический потенциал предприятия выступает составной частью инновационного потенциала, т.е. способности предприятия к развитию на основе разработки и внедрения новых продуктов и технологий.

***Научно-технический потенциал предприятия характеризуется следующими показателями:***

***Кадровые*** - число научно-технических специалистов, их квалификация, творческие способности, опыт, эрудиция, стремление к дальнейшему повышению квалификации, готовность к разработке и внедрению нового и восприимчивость к нововведениям, приходящим в организацию извне.

***Материально*-*технические*** - величина затрат на НИОКР, уровень оснащенности сотрудников, занимающихся научными и техническими разработками, оборудованием, материалами, приборами, электронно-вычислительной и организационной техникой и т.д.

Уровень развития и возможности системы научно-технической информации - количество и качество накопленных информационных фондов; возможности и качество работы органов распространения научно-технической информации; степень удовлетворения потребностей научно-технических специалистов в необходимой для работы информации.

Организационно-управленческие, отражающие состояние планирования и управления в сфере НИОКР - степень соответствия организационной структуры предприятия решаемым им научно-техническим задачам; система мотивации и стимулирования персонала в осуществлении научно-технической и конструкторской деятельности и т.д.

***Инновационные*** - количество открытий и изобретений за период; число полученных патентов на изобретения и промышленные образцы, свидетельств на полезные модели, проданных, и приобретенных предприятием лицензий, в том числе за пределами страны; показатели патентной чистоты и патентной защиты новых изделий.

***Обобщающие*** - количество осуществленных за период научно-технических мероприятий; экономия от снижения себестоимости продукции, роста производительности труда, общего повышения эффективности производства, полученных благодаря проведению научно-технических мероприятий и др.

В совокупности все перечисленные параметры научно-технического потенциала предприятия можно рассматривать как его технологический капитал.

Предприятие-инноватор разрабатывает инновационный проект в своих структурных подразделениях или же на основе контракта привлекает организацию, специализирующуюся на инновационном предпринимательстве. В случае осуществления крупных инновационных проектов предпочтителен второй вариант.

Предприятие-инноватор заключает с инновационным предпринимателем контракт (договор) на осуществление инновационных разработок. Инновационный предприниматель для выполнения заказа за соответствующую плату приобретает необходимые материалы, арендует (или покупает) основные средства, привлекает научно-технические кадры. Завершенные разработки передаются заказчику для дальнейшего использования.

Финансирование инноваций осуществляется из тех же источников, что и финансирование любых инвестиций, т.е. самофинансирование, заемные средства, привлеченные средства, прочие смешанные или нетрадиционные источники, внебюджетные фонды, бюджеты различных уровней.

В последнее время в деловом мире все более широкое распространение получает реинжиниринг, считающийся одной из наиболее эффективных инноваций в управлении. ***Реинжиниринг*** представляет собой инновационный процесс, направленный на перестройку (перепроектирование) деловых провесов для достижения значительного скачкообразного улучшения деятельности предприятия.

Выделяют два вида деятельности по реинжинирингу: ***кризисный реинжиниринг*** и ***реинжиниринг развития.*** По пути кризисного реинжиниринга идут в том случае, предприятие оказалось в чрезвычайно сложной ситуации и необходимы решительные меры. Реинжиниринг развития приемлем, когда у предприятия наметились тенденции ухудшения экономических показателей и возникла угроза завоевания рынков сбыта конкурентами.

В зависимости от размеров производства, ресурсов, имеющихся в распоряжении предприятия, характера продукции, традиционных форм организации научно-технической деятельности в отрасли и ряда других факторов предприятие может осуществлять следующие виды инновационной деятельности:

* полный инновационный цикл (фундаментальные исследования - поисковые исследования - прикладные научно-исследовательские работы (НИР) - опытно-конструкторские работы (ОКР) - промышленное освоение - производство - сбыт);
* поисковые исследования - прикладные НИР - ОКР - промышленное освоение - производство - сбыт;
* прикладные НИР - ОКР - промышленное освоение -- производство - сбыт;
* ОКР - промышленное освоение - производство - сбыт;
* только промышленное освоение;
* только производство.

**Ф*ундаментальные научные исследования***- теоретическая или экспериментальная деятельность, направленная на получение принципиально новых знаний об основных закономерностях развития природы, общества, человека. Результаты фундаментальных исследований не являются носи-телями стоимости. Превращение их в товар происходит лишь тогда, когда определено их прикладное значение и уже на этой основе - возможность использовать их в коммерческих целях.

Поисковые научные исследования направлены на определение возможностей использования новых теоретических знаний в целях удовлетворения конкретных общественных потребностей. Именно с проведения поисковых исследований начинается непосредственная инновационная деятельность предприятий.

Прикладные научные исследования направлены преимущественно на достижение практических целей и решение конкретных задач и четко ориентированы на удовлетворение определенных общественных потребностей. В значительной степени прикладные НИР являются продолжением поисковых исследований и предшествуют опытно-конструкторским работам (ОКР). Результатом выполнения прикладных НИР является количественное определение той или иной общественной потребности (нового продукта, процесса, новой техники). На основе этих характеристик составляется техническое задание на выполнение ОКР.

Опытно-конструкторские работы имеют целью создание новых материалов, продуктов, процессов, устройств, услуг, систем и методов их дальнейшего совершенствования; выполнение ОКР базируется на знаниях, приобретенных в результате предшествующих научных исследований. Выделяются следующие основные стадии выполнения ОКР:

* разработка проекта;
* эскизно-техническое проектирование;
* разработка рабочей конструкторской и технологической документации на технологические процессы, опытные образцы, их изготовление и испытание;
* корректировка технической документации в процессе освоения производства новой продукции.

Инновационный проект охватывает жизненный цикл новшества от момента возникновения идеи до момента прекращения выпуска продукта или использования технологического процесса. Инновационный проект по существу является инвестиционным, осуществление которого требует долгосрочного связывания основных материальных и финансовых средств. Однако по сравнению с «классическим» инвестиционным проектом реализацию инновационного отличает:

* Относительно меньшая достоверность предварительной экономической оценки в связи с высокой степенью неопределенности параметров проекта (сроков достижения намеченных целей, предстоящих затрат, будущих доходов), что вызывает необходимость применения дополнительных критериев оценки и отбора.
* Участие высококвалифицированных специалистов и использование уникальных ресурсов, что, в свою очередь, требует тщательной разработки отдельных этапов всего проекта.
* Возможность прекращения инновационного проекта без «физического связывания» инвестиций и, следовательно, значительных финансовых потерь.
* Вероятность получения представляющих потенциальную коммерческую ценность побочных результатов, что, в свою очередь, требует гибкости управления проектом, способности к быстрому вхождению в новые отрасли бизнеса, рынки и т.д.

***Измерение и оценка рисков и эффектов инноваций.***Эффективность инноваций оценивается на основе следующих показателей:

* стоимости проекта с учетом источников его финансирования;
* чистой текущей стоимости;
* уровня рентабельности капитала;
* внутренней нормы рентабельности;
* срока окупаемости капиталовложений.

Инновационные проекты, выходящие за рамки традиционных направлений бизнеса, сложно оценивать с точки зрения эффективности вложений, так как они связаны с неопределенностью. Проблема состоит в том, удастся ли свести неопределенность проекта к категориям риска, так как риск может быть подчинен определенному закону распределения вероятностей и поэтому, в принципе, быть управляемым.

Любой риск может быть количественно охарактеризован вероятностью наступления нежелательного исхода. Цена риска может быть выражена следующей формулой:

где П - планируемая прибыль без учета риска;

ПХ - вероятная прибыль с учетом данного вида риска.

Таблица 8

Классификация рисков в инновационной деятельности

|  |  |
| --- | --- |
| Возможные причины риска | Примеры последствий наличия риска |
| **Технические риски** |  |
| Неудачи при проведении НИОКР и освоении новшества | - Отрицательный результат НИР  - Недостижение запланированных технических параметров в ходе конструкторских и технических разработок  - Опережение технического уровня производства и технологических возможностей освоения результатов  - Опережение возможностей эксплуатации новшества у потребителя  - Возникновение побочных проблем, не решаемых при современном уровне науки и техники |
| **Коммерческие риски** |  |
| Неправильный выбор экономических целей инновационного проекта | - Необоснованное определение стратегических приоритетов  - Неправильный прогноз конъюнктуры на рынках ресурсов  - Неадекватная оценка спроса и потребностей собственного производства |
| Неудовлетво-рительное финансирование | - Неэффективность выбранного метода финансирования  - Ненадежность источника финансирования |
| Нарушение сроков реализации проекта | - Нарушение графика расходов  - Нарушение графика поступления доходов  - Неправильная оценка длительности проекта |
| **Маркетинговые риски**  (риски закупок оборудования, сырья,  материалов и комплектующих изделий) | - Ненахождение поставщиков ресурсов  - Изменение цен на ресурсы по сравнению с теми, которые были заложены в технико-экономическом обосновании проекта  - Отказ предполагаемых поставщиков от предварительных договоренностей по заключению контракта  - Заключение контракта на невыгодных неценовых условиях |
| **Маркетинговые риски сбыта** | - Недостаточная сегментация рынка  - Неправильный выбор сегмента рынка  - Неудачная стратегия сбыта  - Неправильная организация и получение неадекватных результатов маркетингового исследования  - Неудачная ценовая политика  - Неэффективная реклама |
| Нарушение кооперации с контрагентами и партнерами | - Нарушение условий договоров со стороны контрагентов  - Неплатежеспособность партнеров  - Выход партнеров из совместного предприятия или работы над проектом |
| Непредвиденные расходы и превышение сметы проекта | - Неблагоприятные изменения внешних условий (ставок налогов, рефинансирования, кредитов и т.д.)  - Вынужденное увеличение выплат акционерам до окончания работы по проекту |

В результате анализа рисков предприятие должно сделать выводы о своем принципиальном решении: принимать или не принимать данный проект. При положительном решении в рамках бюджета инновационного проекта выделяется определенная доступная предприятию или инвестору сумма. При условии действенных методов страхования и защиты от рисков эта сумма должна позволить снизить риск до уровня, отвечающего наиболее высоким предпочтениям фирмы или инвестора по поводу сочетания доходности и надежности инвестиций.

К эффектам инновации относятся технические, экономические, социальные, экологические и прочие результаты инновационного процесса.

Измерению и оценке должны подлежать все виды результатов инновационного процесса. Классификация эффектов инновационной деятельности по видам и формам проявления представлена в таблице 9.

Таблица 9

Эффекты от инновационной деятельности

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Технические эффекты | | Экономические эффекты | | Прочие эффекты | |
| Прямой | Косвенный | Прямой | Косвенный | Системные | Индивидуальные |
| определяется в специфических для объекта единицах | обучение новым технологиям;  ноу-хау;  патенты и приоритеты;  выявление слабых мест | увеличение оборота;  повышение прибыли;  снижение издержек;  рост доли рынка | снижение объемов продаж у конкурентов;  повышение издержек у конкурентов | экологические;  социальные;  управленческие | научное признание;  самоутверждение |

Технические эффекты. Для каждого инновационного проекта должны быть определены собственные специфические измерители технических эффектов. Например, в процессе реализации технических инноваций могут быть достигнуты заданные характеристики надежности, прочности, быстродействия, срока годности и т.д.

К техническим эффектам в сфере управленческих инноваций можно отнести повышение точности исчисления затрат по местам их возникновения, сокращение времени документооборота и т.д. Объективная оценка прямых технических эффектов может быть получена при участии исследователей, инженеров, технологов и других специалистов по объекту инноваций.

Наряду с прямыми эффектами могут иметь место косвенные технические эффекты. Даже если инновация не достигла запланированного технического эффекта, возникают обучающие эффекты в области освоения новых продуктов, услуг, методов и способов. Кроме того, возможны патентование отдельных ноу-хау и фиксация приоритетов, а также выявление слабых мест в технике, технологии и организации предприятия.

Экономические эффекты. Следует различать оценочные расчеты экономической эффективности инноваций на стадии принятия решения и экономические эффекты, оцениваемые на фазе начала коммерческой реализации инноваций. Первые используются для выбора наиболее предпочтительных альтернатив инноваций, вторые - для оценки результатов реализации выбранной альтернативы с учетом конкретных условий функционирования предприятия.

Экономические эффекты, так же, как и технические, можно разложить на прямые и косвенные. К числу прямых эффектов в первую очередь можно отнести рост прибыли или маржинальной прибыли, увеличение оборота и доли рынка, снижение издержек и т.д. Перечисленные виды экономических эффектов можно измерять как за определенный промежуток времени, так и на единицу продукции. Выбор способа измерения зависит от вида инновации. Например, если речь идет об инновациях в новые продукты или услуги, то наиболее подходящими измерителями коммерческого успеха следует считать рост объемов продаж и доли рынка. Эффективность технологических и организационных инноваций рекомендуется оценивать по показателю снижения затрат на процесс. Рационализация процессов закупки, производства и сбыта за счет соответствующих видов инноваций может способствовать снижению объемов брака, сокращению сроков выполнения заказа, росту стабильности и гибкости, а также снижению вредного воздействия на окружающую среду. Например, смена упаковочных материалов, изготавливаемых из прочных, технологичных и относительно дешевых полимеров, на упаковку из более дорогих, но легко утилизируемых и безопасных для окружающей среды материалов приведет к экономическому эффекту, исчисляемому в виде разницы затрат на материалы и стоимости услуг по утилизации. Таким образом, рост прямых затрат на материалы в результате реализации инновации компенсируется гораздо большим снижением затрат на утилизацию. Этот пример иллюстрирует подход к оценке экономического эффекта на весь жизненный цикл инновации.

Косвенные экономические эффекты проявляются, прежде всего, в области конкуренции: снижение объемов продаж у конкурентов; повышение издержек у конкурентов и т.п. Такого вида эффекты далеко не всегда можно с высокой степенью надежности измерить количественно. Однако благодаря использованию математического аппарата измерения и оценки, данных нечисловой природы можно перевести качественные характеристики результата в количественные характеристики, что позволит провести их сравнение.

Прочие эффекты. Следует выявлять и оценивать в системной или индивидуальной областях. Если говорить об индивидуальных аспектах измерения успеха инноваторов, то для последних важно признание в публикациях, получении престижных премий и т.п. В настоящее время практически бесспорным показателем успеха инноваций в области создания новых продуктов и технологий является снижение вредного воздействия на окружающую среду.

В качестве социальных результатов реализации инноваций можно считать создание новых рабочих мест, улучшение условий труда, создание «человеческих отношений» внутри коллектива за счет внедрения новых методов управления.

Инновации в области совершенствования системы менеджмента на предприятии направлены на получение управленческих эффектов, к числу которых можно отнести:

* ускорение прохождения заказа и улучшение контроля по фазам его реализации;
* прозрачность затрат и результатов для руководства предприятия в разрезе: центры ответственности, продукты, клиенты, регионы и т. п.;
* увеличение гибкости предприятия и скорости реакции с точки зрения адаптации к изменяющимся внешним условиям.

Достижение управленческих эффектов, как правило, трудно зафиксировать количественно, и они проявляются в виде возникновения новых шансов, потенциалов и сильных сторон предприятия, что способствует успеху в стратегической перспективе. Неудачные в коммерческом плане инновации также имеют результат, который выражается в создании инновационного климата на предприятии. В свою очередь, это способствует инициированию новых инновационных процессов, которые, как правило, благодаря накопленному опыту, протекают гораздо более эффективно.

Правильность заключения успешна инновация или нет зависит от того, в какой момент времени измеряется показатель успеха. Например, если измеряют прямой экономический эффект от реализации инновационного процесса, то измерение необходимо проводить «после» выхода продукта или услуги на рынок. При этом следует уточнить, что понимается под термином «после»: год спустя, два года спустя, при достижении определенного объема продаж за год и т.п.

Суждение об успешности инновации предполагает не только измерение, но и оценку полученного результата. Как известно, для проведения оценки необходимо выбрать базу для сравнения, в качестве которой может быть принято:

* сравнение с альтернативным вариантом инновации;
* сравнение с поставленной целью и отдельными подцелями инновации, сформулированными для каждой из фаз инновационного процесса;
* сравнение с определенным состоянием: с достигнутыми ранее результатами;
* с результатами других предприятий;
* с условным результатом, который был бы возможным, если бы инновации не осуществлялись.

Сравнение с альтернативным вариантом наиболее целесообразно проводить на фазе генерирования и оценки инновационных идей.

Решение о начале инновационного процесса может быть принято на основе фактов успешной реализации инновации на другом предприятии. Однако это вовсе не означает, что в качестве базы сравнения будут выступать результаты, полученные другим предприятием. Возможно, что базой для сравнения послужат достигнутые ранее результаты на самом предприятии.

Концепция измерения эффекта инноваций, основывающаяся на последовательном рассмотрении всех фаз инновационного процесса предполагает, измерения сопровождают процесс, а результаты служат для принятия управленческих решений относительно целесообразности продолжения инновационного процесса. Название этапа, вид промежуточного результата, количественный измеритель и субъект оценки представлены в таблице 10.

Таблица 10

Оценка и измерение по этапам инновационного процесса

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название этапа | Вид промежуточного результата | Количественное измерение результата | Субъект оценки (оценивающая инстанция) |
| Идея продукта (услуги) | Протокол, описание нескольких проработанных  идей и предложений | Число идей, альтернатив | Эксперты в области техники |
| Исследования и разработки | Конструкции, прототипы,  экспериментальные  установки | Рост производительности и выхода, годных изделии, снижение расхода ресурсов, улучшение технических  характеристик | Эксперты в области техники |
| Изобретение | Патенты, публикации, премии, индекс  цитируемости | Количество перечисленных результатов | Научные  сотрудники |
| Инвестиции,  изготовление и маркетинг | Рыночные продукты  и реализуемые технологии | Детальное описание технико-экономических улучшений по сравнению с существующими  решениями | Менеджеры по маркетингу  Инженеры |
| Выведение инноваций на  рынок или в производство | Обороты, экономия затрат, прибыль, маржинальная прибыль | Абсолютные суммы денежных средств; индексы;  сравнительные величины по времени;  рост курса ценных бумаг | Отделы маркетинга и производства  Контроллеры  Эксперты по отраслям  Банкиры |
| Текущие  продажи или применение | Изменение доли  рынка, затрат, маржинальной прибыли |  |  |

Представленные в таблице 10 этапы и их измерители имеют наибольшую ценность для предприятий, осуществляющих регуляторную и систематическую инновационную деятельность. Для разовых инноваций первые четыре этапа не очень четко различимы, а, следовательно, трудноизмеримы.

Начало инновационного процесса достаточно трудно измерить и оценить, так как речь идет о творческом процессе поиска идеи. Ведение базы данных и оценка предложений и идей возможна на предприятиях с высоким уровнем организации рационализаторского дела.

На этапе «Исследования и разработки» проверке подвергается техническая реализуемость идеи нового продукта, технологии или услуги. В качестве результата этого этапа выступают конструкции, модели, схемы, экспериментальные установки и другие факторы, оцениваемые экспертами-техниками.

Этап «Изобретение» не всегда имеет место в инновационном процессе. Результат может измеряться количеством патентов, приоритетов, авторских свидетельств, публикаций, индексов цитируемости и т.д.

С четвертого этапа начинается переход к экономическим оценкам. На всех последующих этапах измеряются величины оборотов, доли рынка, прибыли, курсы ценных бумаг, а также динамика этих показателей по жизненному циклу инноваций.

**10 Издержки производства и реализации продукции**

**10.1 Понятие, состав и виды издержек. Состав затрат предприятий**

В процессе основной деятельности предприятия происходит потребление имеющихся у него ресурсов. Результатом этой деятельности является продукт, в затратах на производство которого отражается уровень использования ресурсов. Если суммарные затраты (издержки) оказываются ниже доходов от реализации продукции предприятия, оно имеет положительный результат своей деятельности, называемый прибылью.

***Издержки*** - это денежное выражение затрат производственных факторов, необходимых для осуществления предприятием своей производственной деятельности.

В странах с развитыми рыночными отношениями существуют два подхода к оценке издержек: ***бухгалтерский*** *и* ***экономический.***

***Бухгалтерские издержки*** представляют собой стоимость израсходованных ресурсов, измеренную в фактических ценах их приобретения. Это издержки, представленные в виде платежей за приобретаемые ресурсы (сырье, материалы, амортизация, труд и т.д.).

Однако для принятия решений о целесообразности продолжения деятельности своего предприятия владельцы должны учитывать экономические издержки.

***Экономические издержки*** - этоколичество (стоимость) других продуктов, от которых следует отказаться или которыми следует пожертвовать, чтобы получить какое-то количество данного продукта.

Для отечественной экономики характерен бухгалтерский подход к оценке издержек. Если принять это во внимание, то термины «издержки» и «затраты» можно считать синонимами.

Для целей учета затраты классифицируются по различным признакам.

*По* ***экономической роли в процессе производства*** затраты можно разделить на основные и накладные.

К ***основным*** относятся затраты, связанные непосредственно с технологическим процессом, а также с содержанием и эксплуатацией орудий труда.

***Накладные*** - расходы на обслуживание и управление производственным процессом, реализацию готовой продукции.

*По* ***методу отнесения затрат на производство конкретного продукта*** выделяют прямые и косвенные затраты.

***Прямые*** - это затраты, связанные с изготовлением только данного вида продукции и относимые непосредственно на себестоимость данного вида продукции.

***Косвенные затраты*** при наличии нескольких видов продукции не могут быть отнесены непосредственно ни на один из них и подлежат распределению косвенным путем.

*По* ***отношению к объему производства продукции*** затраты подразделяются на переменные и постоянные.

***Переменные затраты*** это затраты, общая величина которых на данный период времени находится в непосредственной зависимости от объема производства и реализации.

***Под постоянными затратами*** понимают такие затраты, сумма которых в данный период времени не зависит непосредственно от объема и структуры производства и реализации.

К переменным обычно относят затраты на сырье и материалы, топливо, энергию, транспортные услуги, часть трудовых ресурсов, т.е. те издержки, уровень которых изменяется с изменением объема производства (рисунок 1а).

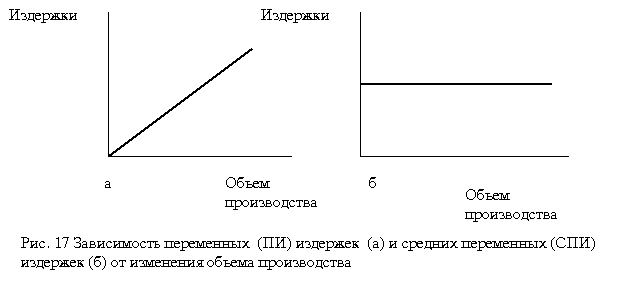


Рисунок 10. Зависимость переменных издержек (а) и средних переменных издержек (б) от изменения объемов производства

Однако, если рассмотреть средние переменные издержки (издержки на единицу продукции), можно заметить, что их уровень остается примерно одинаковым при различных объемах производства. На единицу продукции расходуется примерно одинаковое количество сырья, электроэнергии и т.д. (рисунок 10 б).

К постоянным издержкам относятся отчисления на амортизацию, арендная плата, заработная плата управленческого персонала и прочие затраты, которые имеют место, даже если предприятие не производит продукцию. В определенном диапазоне выпуска общая сумма этих издержек остается практически неизменной (рисунок 11а).

Что касается средних постоянных издержек (на единицу продукции), они снижаются с ростом объема производства и увеличиваются при его снижении (рисунок 11б).

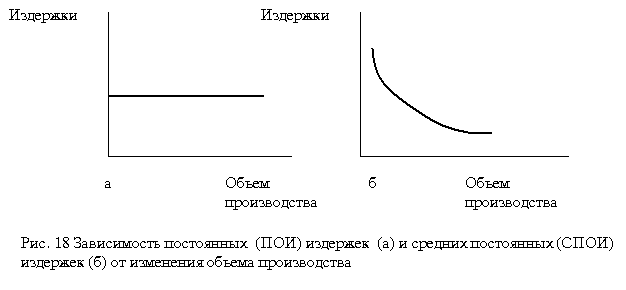


Рисунок 11. Зависимость постоянных издержек (а) и средних постоянных издержек (б) от изменения объемов производства

Сумма постоянных и переменных издержексоставляет ***валовые издержки предприятия.*** С увеличением объема производства и реализации продукции валовые издержки на единицу продукции снижаются за счет снижения постоянных расходов.

Деление затрат на постоянные и переменные лежит в основе метода, который широко распространен в экономике. Впервые он был предложен в 1930 г. инженером Уолтером Раутенштраухом как способ планирования, получивший известность под названием графика критического объема производства, или графика безубыточности (рисунок 12).

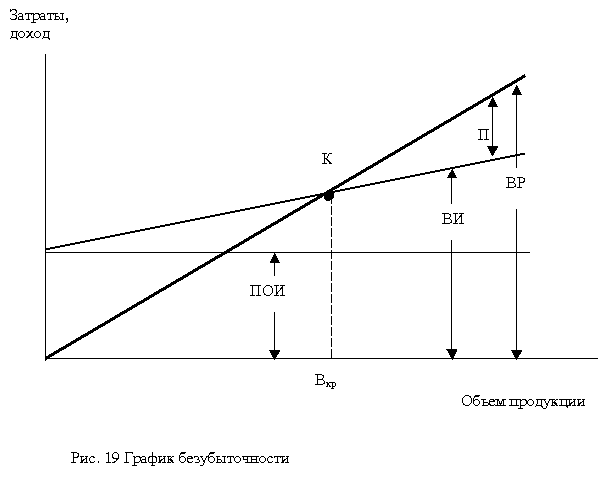


Рисунок 12. График безубыточности

График безубыточности в различных его модификациях широко используется в современной экономике. Несомненным преимуществом этого метода является то, что с его помощью можно быстро получить довольно точный прогноз основных показателей деятельности предприятия при изменении условий на рынке.

При построении графика безубыточности предполагается, что не происходит изменений цен на сырье и продукцию за период, на который осуществляется планирование; постоянные издержки считаются неизменными в ограниченном диапазоне объема продаж; переменные издержки на единицу продукции не изменяются при изменении объема продаж; продажи осуществляются достаточно равномерно.

При построении графика по горизонтальной оси откладывается объем производства в единицах изделий или в процентах использования производственной мощности, а по вертикальной - затраты на производство и доход. Затраты откладываются с подразделением на постоянные (ПОИ) и переменные (ПИ). Кроме линий постоянных и переменных издержек, на графике отображаются валовые издержки (ВИ) и выручка от реализации продукции (ВР).

Точка пересечения линий выручки и валовых затрат представляет собой точку безубыточности (К). Эта точка интересна тем, что при соответствующем ей объеме производства и продаж (Вкр) у предприятия нет ни прибыли, ни убытков. Объем производства, соответствующий точке безубыточности носит название критического. При объеме производства меньше критического предприятие своей выручкой не может покрыть затраты и, следовательно, результатом его деятельности являются убытки. Если объем производства и продаж превышает критический, предприятие получает прибыль.

Точка безубыточности может быть определена и ***аналитическим методом.***

Выручку от реализации продукции определяют по выражению

где ПОИ - постоянные издержки;

ПИ - переменные издержки;

П - прибыль.

Если учесть, что в точке безубыточности прибыль равна нулю, то точку критического объема производства можно найти по формуле

Выручка от реализации представляет собой произведение объема продаж и цены продукции. Общая сумма переменных издержек может быть рассчитана как произведение переменных издержек на единицу продукции и объема производства, соответствующего объему продаж. Поскольку в точке безубыточности объем производства (продаж) равен критическому объему, предыдущая формула принимает следующий вид:

где Ц - цена единицы продукции;

СПИ - переменные расходы на единицу продукции;

Вкр - критический выпуск.

Теперь можно рассчитать критический выпуск:

При помощи анализа безубыточности можно не только рассчитать критический объем производства, но и объем, при котором может быть получена запланированная (целевая) прибыль. Этот метод позволяет выбрать лучший вариант при сравнении нескольких технологий и т.д.

Преимущества разделения затрат на постоянную и переменную части используются многими современными предприятиями. Наряду с этим широко применяется учет затрат по полной себестоимости и соответствующая их группировка.

***Себестоимость продукции*** представляет выраженные в денежной форме текущие затраты предприятий на производство и реализацию продукции (работ, услуг).

Себестоимость продукции является качественным показателем, так как она характеризует уровень использования всех ресурсов, находящихся в распоряжении предприятия.

Себестоимость продукции конкретного предприятия определяется условиями, в которых оно действует. Такая себестоимость называется ***индивидуальной*.**

Если на основе индивидуальной себестоимости предприятий определить средневзвешенную величину затрат по отрасли, такая себестоимость будет называться ***среднеотраслевой*.** Среднеотраслевая себестоимость ближе к общественно необходимым затратам труда.

Основным документом, которым руководствуются при формировании себестоимости продукции на предприятии является Положение о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг) и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли.

В целях анализа, учета и планирования всего многообразия затрат, входящих в себестоимость продукции, применяются две взаимодополняющие классификации: поэлементная и калькуляционная.

При группировке затрат по элементам определяются затраты предприятия в целом, без учета его внутренней структуры и без выделения видов выпускаемой продукции. Документ, в котором представлены затраты по элементам, представляет собой ***смету затрат на производство*.** Смета затрат составляется для расчета общей потребности предприятия в материальных и денежных ресурсах. Сумма затрат по каждому элементу определяется на основе счетов поставщиков, ведомостей начисления заработной платы и амортизации.

***Элементы себестоимости*** - это однородные по своему характеру затраты всех служб и цехов на производственные и хозяйственные нужды.

Затраты, образующие себестоимость продукции (работ, услуг), группируются в соответствии с их экономическим содержанием по следующим элементам:

* материальные затраты (за вычетом стоимости возвратных отходов);
* затраты на оплату труда;
* отчисления на социальные нужды;
* амортизация основных средств;
* прочие затраты.

Материальные затраты отражают стоимость приобретаемого со стороны сырья и материалов; стоимость покупных материалов; стоимость покупных комплектующих изделий и полуфабрикатов; стоимость работ и услуг производственного характера, выплачиваемых сторонним организациям; стоимость природного сырья; стоимость приобретаемого со стороны топлива всех видов, расходуемого на технологические цели, выработку всех видов энергии, отопления зданий, транспортные работы; стоимость покупной энергии всех видов, расходуемой на технологические, энергетические, двигательные и прочие нужды.

Из затрат на материальные ресурсы, включаемых в себестоимость продукции, исключается стоимость реализуемых отходов.

Под отходами производства понимаются остатки сырья, материалов, полуфабрикатов, теплоносителей и других видов материальных ресурсов, образовавшихся в процессе производства продукции, утративших полностью или частично потребительские качества исходного ресурса. Они реализуются по пониженной или полной цене материального ресурса в зависимости от их использования.

Затраты на оплату труда отражают затраты на оплату труда основного производственного персонала предприятия, включая премии рабочим и служащим за производственные результаты, стимулирующие и компенсирующие выплаты.

Отчисления на социальные нужды до недавнего времени отражали обязательные отчисления от затрат на оплату труда работников, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг). Эти отчисления производили по установленным законодательством нормам органам государственного социального страхования, Пенсионного фонда, государственного фонда занятости и медицинского страхования.

Амортизация основных средств отражает сумму амортизационных отчислений на полное восстановление основных средств.

Прочие затраты - это налоги, сборы, отчисления во внебюджетные фонды, платежи по кредитам в пределах ставок, затраты на командировки, по подготовке и переподготовке кадров, плата за аренду, износ по нематериальным активам, ремонтный фонд, платежи по обязательному страхованию имущества и т.д.

**10.2 Калькулирование, понятие и принципы**

Группировка затрат по экономическим элементам не позволяет вести учет по отдельным подразделениям и видам продукции, для этого нужен учет ***по статьям калькуляции*.**

***Калькуляция - это исчисление себестоимости единицы продукции или услуг по статьям расходов.*** В отличие от элементов сметы затрат, статьи калькуляции себестоимости объединяют затраты с учетом их конкретного целевого назначения и места образования.

Существует типовая номенклатура затрат по статьям калькуляции, однако министерства и ведомства могут вносить в нее изменения в зависимости от отраслевых особенностей.

Типовая номенклатура включает следующие статьи:

1. Сырье и материалы.

2. Возвратные отходы (вычитаются).

3. Покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних предприятий и организаций.

4. Топливо и энергия на технологические цели.

5. Заработная плата производственных рабочих.

6. Отчисления на социальные нужды.

7. Расходы на подготовку и освоение производства.

8. Общепроизводственные расходы

9. Общехозяйственные расходы.

10. Потери от брака.

11. Прочие производственные расходы.

12. Коммерческие расходы.

Итог первых 9 статей образует цеховую себестоимость, итог 11 статей - производственную себестоимость, итог всех 12 статей - полную себестоимость.

***Цеховая себестоимость*** представляет собой затраты производственного подразделения предприятия на производство продукции.

***Производственная себестоимость*** помимо затрат цехов включает общие по предприятию затраты.

***Полная себестоимость*** включает затраты и на производство и на реализацию продукции.

***Общепроизводственные расходы*** - это расходы на обслуживание и управление производством. В их состав входят расходы на содержание и эксплуатацию оборудования, и цеховые расходы.

***Общехозяйственные расходы*** - это расходы, связанные с управлением предприятием в целом: административно-управленческие, общехозяйственные, налоги, обязательные платежи и т.д.

В состав ***коммерческих расходов включают*** расходы на тару и упаковку, расходы на транспортировку, затраты на рекламу, прочие расходы по сбыту.

Статьи затрат, входящие в состав калькуляции подразделяют на ***простые и комплексные*.** ***Простые затраты*** состоят из одного экономического элемента (заработная плата). Комплексные статьи включают несколько элементов затрат и могут быть разложены на простые составляющие (общепроизводственные, общехозяйственные расходы).

Учет затрат необходим для определения финансовых результатов деятельности предприятия.

Себестоимость продукции представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе производства природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных средств, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию.

Это определение полной себестоимости.

***Затраты классифицируются***по следующим направлениям:

1. Для калькулирования себестоимости, оценки готовой продукции и полученной прибыли.

2. Для принятия решения и планирования.

3. Для осуществления контроля и регулирования деятельности предприятия.

В рамках I-го направления затраты классифицируются по следующим признакам:

1) по назначению:

* основные;
* накладные;

Основные связаны с осуществлением технологического процесса. Накладные - это затраты по обслуживанию и управлению производством.

2) по участию в производственном процессе:

* производственные;
* внепроизводственные.

Внепроизводственные затраты - это затраты на реализацию продукции. Они все чаще называются коммерческими затратами.

3) по способу включения затрат в себестоимость:

* прямые;
* косвенные.

Прямые непосредственно связаны с производством конкретных видов продукции, и их непосредственно и однозначно можно включить в себестоимость отдельных видов продукции (прямые материальные и трудовые затраты).

Косвенные затраты связаны с производством нескольких или всех видов продукции и включаются в себестоимость отдельных видов продукции путем условного распределения пропорционально выбранной базе распределения.

4) по однородности состава затрат:

* простые;
* комплексные.

Простые - это экономически однородные затраты одного целевого назначения (зарплата).

Комплексные - это экономически разнородные, но одного целевого назначения затраты (расходы на содержание и эксплуатацию оборудования).

5) по экономическому содержанию:

* по экономическим элементам;
* по статьям калькуляции.

6) по отношению к объему производства:

* постоянные;
* переменные.

***Классификация затрат по экономическим элементам. Экономическим элементом*** называется первичный, однородный вид затрат на производство и реализацию продукции, который на уровне предприятия невозможно разделить на составные части.

В экономике предприятия принято выделять следующие экономические элементы:

1. Материальные затраты (за вычетом возвратных отходов):

* затраты на сырье;
* на запасные части для ремонта;
* комплектующие изделия;
* затраты на топливо и энергию со стороны;
* услуги сторонних организаций производственного характера.

2. Затраты на оплату труда, включая выплаты работникам организации в денежной и натуральной форме; стимулирующие доплаты и надбавки; компенсирующие выплаты; премии и единовременные поощрительные выплаты, а также затраты, связанные с содержанием работника, предусмотренные контрактом.

3. Отчисления на социальные нужды (в пенсионный фонд, фонд социального страхования, фонд медицинского страхования).

4. Амортизация основных средств.

5. Прочие затраты.

Классификация по экономическим элементам одинакова для всех предприятий независимо от их размера и отраслевой принадлежности.

Выделение экономических элементов необходимо для установления плановых и фактических затрат по предприятию в целом, а также для определения фонда оплаты труда, объема закупаемых материальных ресурсов, размера амортизации и т.д.

В основу классификации положен принцип экономической однородности затрат, независимо от места их возникновения и направления.

Подразделение затрат по элементам позволяет определить все затраты на производство и реализацию продукции и отразить их в смете затрат на производство.

***Классификация затрат по статьям калькуляции. Статьей калькуляции***называется вид затрат, образующих как себестоимость отдельных видов продукции, так и всей продукции в целом.

В основу классификации положено отношение затрат к способу включения их в себестоимость отдельных видов продукции (прямо или косвенно).

При группировке затрат по статьям калькуляции учитывается и место возникновения затрат, и их направление.

Единого порядка калькуляции себестоимости не существует. Порядок определения себестоимости регламентируется отраслевыми методическими рекомендациями по учету, планированию и калькулированию себестоимости.

***Типовая классификация статей по калькуляции (обрабатывающие отрасли промышленности):***

1) сырье и основные материалы;

2) возвратные отходы (вычитаются);

3) покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних организаций;

4) вспомогательные материалы;

5) топливо и энергия на технологические цели;

6) основная заработная плата производственных рабочих;

7) дополнительная зарплата производственных рабочих - это зарплата за непроработанное время (отпуски, время выполнения государственных обязанностей). Она устанавливается в процентах.

8) отчисления на социальные нужды;

9) расходы на подготовку и освоение производство (в соответствии с нормативными документами).

10) общепроизводственные расходы в зависимости от размера и вида деятельности предприятия можно разделить на:

* цеховые расходы;
* расходы на содержание и эксплуатацию оборудования;

11) общехозяйственные расходы;

12) потеря от брака;

13) прочие производственные расходы;

14) внепроизводственные или коммерческие расходы.

Затраты на производство продукции включаются в себестоимость того отчетного периода, к которому они относятся независимо от времени оплаты тех или иных расходов.

**10.3 Зарубежный опыт определения издержек производства**

В развитых странах последние 35-40 лет широко используется метод определения затрат на производство продукции по ограниченной номенклатуре калькуляционных статей. В затраты включаются только переменные расходы: сырьё и материалы, оплата труда, переменная часть косвенных расходов. Эти затраты рассматриваются как функция величины производственной деятельности. Совершенно обоснованно считается, что постоянные расходы слабо связаны с издержками производства отдельных видов продукции. В соответствии с этим широко принято подразделение издержек производства предприятия на постоянные, переменные, валовые и предельные. В свою очередь, постоянные издержки подразделяются на две группы: ***остаточные*** *и* ***стартовые.***

К ***остаточным издержкам*** относится часть постоянных издержек, которые продолжает нести предприятие, несмотря на то, что производство и реализация продукции на какое-то время полностью остановлены.

К ***стартовым издержкам***относится та часть постоянных издержек, которые возникают с возобновлением производства и реализации продукции.

Между остаточным и стартовым издержками не существует чёткого разграничения. На решение вопроса о том, к какой группе постоянных издержек относить те или иные расходы, влияет срок, на который приостановлены производство и реализация продукции. Чем длительнее период остановки хозяйственной деятельности, тем меньше величина остаточных издержек, т.к. при этом возрастают возможности освободиться от отдельных видов расходов или сократить их (например, договоров об аренде помещений, контрактов о найме на работу отдельных категорий работников и др.)

Сумма постоянных и переменных издержек составляет валовые издержки предприятия.

Различают также предельные издержки. Так как на предприятиях нередко возникает вопрос о необходимости расширения или сокращения производства продукции. При этом следует решить, насколько оправданным может быть то или иное расширение и сокращение производства. При решении этих вопросов необходимо уметь рассчитывать величину издержек прироста при расширении хозяйственной деятельности и соответственно издержек сокращения при её сворачивании.

Что касается группировки издержек производства по экономическим элементам и по статьям затрат, то на зарубежных предприятиях применяется группировка, близкая отечественной.

В группировку издержек по экономическим элементам включаются затраты на приобретение сырья, материалов, топлива, энергии, расходы на содержание персонала (оплата труда работников), амортизация основного 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 относятся расходы на приобретение сырья, материалов основных и вспомогательных, полуфабрикатов. Величина расходов на материалы непосредственно зависит от объёма производства продукции и относится к переменным издержкам предприятия. Они изменяются пропорционально объёму 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.

Обе формы оплаты труда (и сдельная и повременная) могут иметь свои 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 окладов таким работникам в порядке стимулирования выплачиваются так называемые тантьемы (премии), обычно соотносимые с прибылью предприятия. Некоторые фирмы заключают соглашения со своими работниками в той или иной форме распределения части своей прибыли.

3. «Плата за аренду помещений». Эта плата нередко составляет относительно крупную статью издержек. Если предприятие арендует помещение, то величина издержек по этой статье будет равна общей величине арендной платы. Если же помещение принадлежит самому предприятию, то плата за его аренду будет состоять из ряда статей: выплат по ипотечной задолженности, налогов на недвижимость, страхования, эксплуатационных расходов, а также с точки зрения утраченных возможностей - процентов от собственного капитала, вложенного в данную недвижимость.

4. «Амортизация». На зарубежных предприятиях под амортизацией понимается часть постоянных издержек, которая складывается путём распределения единовременных затрат на приобретение основного капитала на несколько периодов его использования. При этом используется несколько методов расчёта величины амортизации: амортизация по остаточной стоимости; амортизация по объёму производства.

Наиболее близка отечественным методам исчисления амортизации является линейная амортизация. В соответствии с этим методом ежегодная величина амортизации капитала А рассчитывается по формуле:

где ПС - первоначальная стоимость данного элемента основного капитала (основных фондов). Сюда включаются также расходы по доставке и монтажу;

ЛС - ликвидационная стоимость (стоимость реализации данного элемента после окончания срока его службы);

СС - срок службы этого элемента основного капитала (период времени, на протяжении которого планируется использование данного элемента).

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, коммутационные издержки, почтовый сбор и некоторые другие.

Следует также отметить, что на предприятиях зарубежных стран под структурой издержек нередко понимается процентное соотношение переменных и постоянных предприятия в рамках его валовых издержек. По такому соотношению делают определенные выводы.

Например, относительно высокий уровень постоянных издержек свидетельствует о высоком уровне механизации и автоматизации производства, а относительно высокий уровень переменных затрат - о высоких затратах на оплату труда работников.

На предприятиях зарубежных стран осуществляется сравнительный анализ издержек производства конкурентов. Такой анализ позволяет сопоставить структуру издержек собственного производства со структурой издержек конкурентов, выявить их преимущества, а также излишние издержки у конкурентов и на основе этого анализа принять необходимые направления на улучшение структуры издержек производства, снижения этих издержек.

**11 Маркетинговая и производственная деятельность предприятия**

**11.1 Стратегическое планирование и маркетинговый подход. Выбор и пути реализации стратегии маркетинга**

***Маркетинг*** - это система организации и управления производственной и сбытовой деятельностью предприятий, изучение рынка с целью формирования и удовлетворения спроса на продукцию и услуги и получение прибыли.

В качестве функции управления маркетинг имеет не меньшее значение, чем любая деятельность, связанная с финансами, производством, научными исследованиями, материально-техническим снабжением и т.д.

В качестве концепции управления (философии бизнеса) маркетинг требует, чтобы компания рассматривала потребление как «демократический» процесс, при котором потребители имеют право «голосовать» за нужный им продукт своими деньгами. Это определяет успех компании и позволяет оптимально удовлетворить потребности потребителя.

Поскольку маркетинг - это способ убедить массы сделать покупку, большинство ошибочно отожествляют данное понятие со сбытом и стимулированием. Разница заключается в следующем: сбыт, главным образом, предполагает контакт лицом к лицу - продавец имеет дело с потенциальными покупателями. Маркетинг использует средства массовой информации и другие способы, чтобы завладеть вниманием и убедить многих людей - людей, которые могут вообще не иметь никакого прямого контакта ни с кем из компании данного сбытовика. Создавая спрос. Эффективные советы и рекомендации по маркетингу ваших товаров и услуг. Один из ведущих теоретиков по проблемам управления, Петер Друккер, говорит об этом так: ***Цель маркетинга*** - сделать усилия по сбыту ненужными. Его цель - так хорошо познать и понять клиента, что товар или услуга будут точно подходить последнему и продавать себя сами.

***Маркетинг*** - явление сложное, многоплановое и динамичное. Этим объясняется невозможность в одном универсальном определении дать полную, адекватную его сущности, принципам и функциям характеристику маркетинга.

Из сущности маркетинга вытекают основные принципы. Однако в отечественной и зарубежной литературе под «принципами маркетинга» понимаются различные вещи. Рассмотрев позиции различных авторов, сравнив их, выделим следующие ***основополагающие принципы:***

* Тщательный учет потребностей, состояния и динамики спроса и рыночной конъюнктуры при принятии экономических решений;
* Создание условий для максимального приспособления производства к требованиям рынка, к структуре спроса (причем исходя не из сиюминутной выгоды, а из долгосрочной перспективы);
* Воздействие на рынок, на покупателя с помощью всех доступных средств, прежде всего рекламы.

Маркетинговая деятельность представляет собой комплекс мероприятий, ориентированных на исследование таких вопросов, как:

* анализ внешней (по отношению к предприятию) среды, в которую входят рынки, источники снабжения и многое другое. Анализ позволяет выявить факторы, содействующие коммерческому успеху или создающие препятствие этому. В результате анализа формируется банк данных для принятия обоснованных маркетинговых решений;
* анализ потребителей, как актуальных (действующих, покупающих продукцию предприятия), так и потенциальных (которых еще требуется убедить стать актуальными). Данный анализ заключается в исследовании демографических, экономических, географических и иных характеристик людей, имеющих право принимать решение о покупке, а также их потребностей в широком смысле этого понятия и процессов приобретения как нашего, так и конкурирующего товаров;
* изучение существующих и планирование будущих товаров, то есть разработка концепций создания новых товаров или модернизации старых, включая ассортимент их и параметрические ряды, упаковку и т.д. устаревшие, не дающие заданной прибыли товары, снимаются с производства и экспорта;
* планирование товародвижения и сбыта, включая создание, если это необходимо, соответствующих сбытовых сетей со складами и магазинами, а так агентских сетей;
* обеспечение формирование спроса и стимулирования сбыта (фосстис) путем комбинации рекламы, личной продажи, престижных некоммерческих мероприятий («паблик рилейшнз») и разного рода экономических стимулов, направленных на покупателей, агентов и непосредственных продавцов;
* обеспечение ценовой политики, заключающейся в планировании систем и уровней цен на экспортируемые товары, определении «технологии» использования цен, сроков кредита, скидок и т.д.;
* удовлетворение технических и социальных норм страны, импортирующей товары предприятия, что означает обязанность обеспечить должные уровни безопасности использования товара и защиты окружающей среды; соответствие морально-этическим правилам; должный уровень потребительских свойств товара;
* управление маркетинговой деятельностью (маркетингом) как системой, т.е. планирование, выполнение и контроль маркетинговой программы и индивидуальных обязанностей каждого участника работы предприятия, оценка рисков и прибылей, эффективности маркетинговых решений.

Для осуществления вышеперечисленных мероприятий, необходимо учитывать большую роль тех, от кого, в сущности, и зависит эффективность проведения маркетинговой стратегии, а именно субъектов маркетинга, которые включают производителей и организации обслуживания, оптовые и розничные торговые организации, специалистов по маркетингу и различных потребителей. Важно отметить, что хотя ответственность за выполнение маркетинговых функций может делегироваться и распределяться различными способами, совсем ими в большинстве случаев пренебречь нельзя, они должны обязательно кем-то выполняться.

Процесс маркетинга начинается с изучения покупателя и выявления его потребностей, а завершается приобретением товара покупателем и удовлетворением его выявленных потребностей.

Рынок, на котором действуют субъекты маркетинга, можно разделить на «рынок продавца», где предприятие реализует собственную продукцию, и «рынок покупателя», на котором оно приобретает нужные производственные компоненты. Таким образом, маркетинг в главной мере выгоден и продавцам и покупателям товара.

Однако прежде чем устанавливать контакты с интересующими партнерами, необходимо установить:

* заинтересована ли в этом другая сторона;
* имеются ли технические средства связи (телефон, телефакс) и лицо, ответственное за связь.

Связь и деловое общение с действительными и потенциальными партнерами - важнейшая часть маркетинга.

Очевидно, что тип маркетинга определяет и способ управления им. Управление маркетингом, по определению Ф. Котлера - это анализ, планирование, претворение в жизнь и контроль за проведением мероприятий, рассчитанных на установление, укрепление и поддержание выгодных обменов с целевыми покупателями ради достижения определенных задач организации, таких, как получение прибыли, рост объема сбыта, увеличение доли рынка и т.п.

***Концепции маркетинговой деятельности.***Задача управления маркетингом заключается в воздействии на уровень, время и характер спроса таким образом, чтобы это помогло организации в достижении стоящих перед ней целей. Проще говоря, ***управление маркетингом*** - это управление спросом. Выделяют пять основных подходов (концепций), на основе которых коммерческие организации осуществляют свою маркетинговую деятельность: ***концепция совершенствования производства; концепция совершенствования товара; концепция интенсификации коммерческих усилий; концепция маркетинга; концепция социально-этичного маркетинга.***

Использование каждой из них обязательно и, в первую очередь, ставит вопрос о том, каким должно быть соотношение интересов производителей, потребителей и общества в целом. Ведь довольно часто эти интересы вступают в противоречие друг с другом.

1. ***Производственная концепция***, или концепция совершенствования производства. Предприятия, придерживающиеся такой концепции, имеют преимущественно серийное или крупносерийное производство с высокой эффективностью и низкой себестоимостью, а продажа выпускаемых ими товаров производится с помощью многочисленных торговых предприятий. К основным предпосылкам существования этой концепции управления маркетинговой деятельности можно отнести следующие: а) большая часть реальных и потенциальных потребителей имеют невысокие доходы; б) спрос равен или немного превышает предложение; в) происходит быстрое снижение высоких производственных расходов (обычно по новой продукции), что приводит к завоеванию большей доли рынка.

2. Основная идея концепции совершенствования товара состоит в ориентации потребителей на те или иные товары или услуги, которые по техническим характеристикам и эксплуатационным качествам превосходят аналоги и тем самым приносят потребителям больше выгоды. Производители при этом направляют свои усилия на повышение качества своего товара, несмотря на более высокие издержки, а, следовательно, и цены. ***К факторам, поддерживающим существование такой концепции маркетинга, могут быть отнесены следующие: а) инфляция; б) монополистические ограничения рынка; в) быстрый моральный износ товаров.***

3. ***Сбытовая концепция, или концепция интенсификации коммерческих усилий,*** предполагает, что потребители будут покупать предлагаемые товары в достаточном объеме лишь в том случае, если компанией приложены определенные усилия по продвижению товаров и увеличению их продаж.

4. ***Концепция маркетинга.*** Эта концепция приходит на смену сбытовой концепции и изменяет ее содержание. Разница между сбытовой концепцией и концепцией маркетинга состоит в следующем: деятельность, основанная на сбытовой концепции, начинается с имеющегося в распоряжении фирмы товара. Деятельность же, основанная на концепции маркетинга, начинается с выявления реальных и потенциальных покупателей и их потребностей. Фирма планирует и координирует разработку определенных программ, направленных на удовлетворение выявленных потребностей.

Концепция маркетинга является составной частью политики, известной как «суверенитет потребителя», когда решение о том, что следует производить, должно приниматься не фирмой, не правительством, а потребителями. Эту истину можно выразить в очередном определении маркетинга: маркетинг - это любовь к ближнему, за которую получаешь гонорар в виде прибыли.

5. ***Социально-этическая концепция*** маркетинга, характерная для современного этапа развития человеческой цивилизации, базируется на новой философии предпринимательства, ориентированной на удовлетворение разумных, здоровых потребностей носителей платежеспособного спроса. Ее цель состоит в обеспечении долговременного благосостояния не только отдельного предприятия, но и общества в целом.

Вышеперечисленные концепции характеризуют различные периоды и основные социальные, экономические и политические перемены, произо­шедшие в развитых странах в уходящем столетии. В качестве доминирующей тенденции произошедших изменений выступает перенос акцента с производства и товара на сбыт, а также на проблемы, которые стоят перед потребителями и обществом в целом.

***Информационное обеспечение маркетинговой деятельности предприятия.***Каждая фирма, предприятие или компания заинтересована в эффективном управлении своей маркетинговой деятельностью. В частности, ей нужно знать, как анализировать рыночные возможности, отбирать подходящие целевые рынки, разрабатывать эффективный комплекс маркетинга и успешно управлять претворением в жизнь маркетинговых усилий. Все это и составляет процесс управления маркетингом.

В условиях рынка недостаточно опираться на интуицию, суждения руководителей и специалистов и прошлый опыт, а необходимо получать адекватную информацию до и после принятия решений. На характер принимаемых решений оказывает влияние большое количество факторов. И главное даже не в количестве, а скорее в труднопредсказуемости большинства из них. Поведение конкурентов, например, часто выходит за рамки традиционных схем. Ситуация усложняется тем, что система управления маркетингом функционирует в реальном масштабе времени.

Для уменьшения степени неопределенности и риска предприятие должно располагать, надежной, в достаточных объемах и своевременной информацией.

Под ***маркетинговой информацией*** понимается информация, получаемая в ходе исследования процесса обмена результатами общественно полезной деятельности и взаимодействия по поводу такого обмена всех субъектов рыночной системы, используемую во всех сферах (уровнях) предпринимательства, включая маркетинговую деятельность.

Для выполнения задач анализа, планирования, исполнения планов и контроля менеджеры по маркетингу нуждаются в информации об изменениях в рыночной среде. Роль МИС заключается в определении потребностей в информации для управления, ее получении и своевременном предоставлении соответствующим менеджерам. Необходимые сведения получают из внутренней отчетности фирмы, маркетинговых наблюдений, исследований и анализа данных.

Компании могут проводить самостоятельные маркетинговые исследования или поручить их проведение специализированным агентствам. ***Основные направления маркетинговых исследований*** следующие: исследования рынка сбыта; исследование инструментариев маркетинга; исследование внешней среды; исследования внутренней среды; исследование рынка производительных сил; исследование мотивов; маркетинговая разведка; бенчмаркинг.

***Одна из основных целей маркетингового исследования*** - определение рыночных возможностей компании. Необходимо правильно оценить и предсказать размер рынка, потенциал его роста и возможную прибыль. Прогнозы продаж будут использованы финансовым отделом для привлечения оборотных средств или инвестиций, производственным отделом - для определения мощностей и планируемой производительности, отделом поставок - для выполнения закупок в соответствии с потребностями, а отделом кадров - для найма необходимой рабочей силы. Ведь если прогноз оказывается далеким от реальности, компания затратит денежные средства на формирование избыточных запасов и производственных мощностей либо, не сумев удовлетворить потребности рынка, упустит прибыль.

Одно из условий разработки грамотного маркетингового плана - изучение потребительских рынков и поведение потребителей.

Для того чтобы получить конкурентное преимущество, каждая компания должна найти свои собственные способы дифференцирования продукции. ***Дифференцирование*** - процесс разработки ряда существенных особенностей продукта, призванных отличить его от товаров - конкурентов.

Рыночное предложение может быть дифференцировано по пяти направлениям: продукт, услуги, персонал, каналы распределения, имидж.

После определения целевого сегмента рынка предприятие должно изучить свойства и образ продуктов конкурентов и оценить положение своего товара на рынке. Изучив позиции конкурентов, предприятие принимает решение о позиционировании своего товара. Позиционирование товара - это способ, в соответствии с которым потребители идентифицируют тот или иной товар по важнейшим характеристикам.

На практике позиции продукта определяют с помощью карт позиционирования, которые представляют собой двухмерную матрицу различных пар характеристик.

Для того, чтобы сформировать и закрепить в сознании потребителей определенные восприятия, используется ряд стратегий позиционирования, например, позиционирование на базе определенных преимуществ товара, позиционирование по конкуренту, позиционирование по категории продукта и т.д.

В основе позиционирования лежат ассоциативные связи между товаром и характеристиками товара или другими позиционирующими факторами. Преуспевающе компании, как правило, придерживаются четко выраженных отличительных преимуществ и избегают резкой смены своей рыночной позиции.

Естественно, позиционирование не может быть связано с обманом и дезинформацией потребителя; это может сойти один раз, после чего производителя ждут неудачи и потери. Правильно организованное позиционирование рынка является предпосылкой эффективной разработки комплекса маркетинга.

***Разработка комплекса маркетинга.***Комплекс маркетинга является связующим звеном между производителями и потребителями, образующими рыночные сегменты и включает: товар, цена, средства продвижения товара на рынок и каналы распределения. По существу, любой продукт - это заключенная в упаковку услуга для решения какой-то проблемы. Задача деятеля рынка - выявить скрытые за любым товаром нужды и продавать не свойства этого товара, а выгоды от него. Разумеется, характеристики продукта - его размер, цвет, упаковка также очень важны. Но решающее значение имеют другие факторы. Следовательно, конечной целью производителей является не выпуск конкретных изделий, а предоставление с их помощью возможности качественно выполнять определенные функции.

Цена, как и продукт, является элементом комплекса маркетинга. Компания, проводящая определенную политику в области ценообразования, активно воздействует как на объем продаж на рынке, так и на величину получаемой прибыли. От того, насколько правильно и продуманно построена ценовая политика, зависят коммерческие результаты, степень эффективности всей производственно-сбытовой деятельности фирмы, предприятия.

Стратегия предприятия в области цен является деятельностью, которая связана с непрерывным процессом корректирования. Стратегию ценообразования необходимо пересматривать:

* Когда создаются новая продукция.
* Когда продукция совершенствуется.
* Когда меняется конкурентная среда на рынке.
* Когда товар проходит разные стадии жизненного цикла.
* Когда меняются издержки производства.

Наиболее типичными задачами, решаемыми с помощью проведения продуманной ценовой политики, являются:

* Выход на новый рынок.
* Последовательный проход по сегментам рынка.
* Введение нового товара (политика «снятия сливок»).
* Стимулирование комплексных продаж.
* Ценовая дискриминация.
* Следование за лидером.

Ведение ценовой политики требует отличного знания обстановки на рынке, высокой квалификации лиц, принимающих решение, умения предвидеть возможные изменения ситуации на рынке. Устанавливая цены, следует не только знать их нижний и верхний пределы, за границами которых их применение экономически не оправдано, или вызывает карательные санкции, но и гибко маневрировать ценами в этих пределах так, чтобы в определенный момент времени эти цели были бы оптимальными как для продавца, так и для покупателя.

Средства продвижения товара на рынок, цель которых - стимулирование спроса, являются одним из главнейших составляющих комплекса маркетинга. Основными из них являются: реклама, паблик рилейшнз, организация выставок, ярмарок, предоставление скидок, торговля в кредит и т.д.

***Планирование маркетинга*** в различных организациях осуществляется по-разному. Это касается содержания плана, длительности горизонта планирования, последовательности разработки, организации планирования. Так, диапазон содержания плана маркетинга для различных компаний различен: иногда он лишь немного шире плана деятельности отдела сбыта. Отдельные организации вообще могут не иметь плана маркетинга, как цельного документа. Единственным плановым документом для таких организаций может быть бизнес-план, составленный или для организации в целом, или для отдельных направлений ее развития. В общем случае можно говорить о разработке стратегических, как правило, долгосрочных планов и тактических (текущих), как правило, годовых и более детальных планов маркетинга.

***Стратегический (долгосрочный) план*** маркетинга, разрабатываемый на 3-5 и более лет, характеризует сложившуюся маркетинговую ситуацию, описывает стратегии достижения поставленных целей и те мероприятия, реализация которых приводит к их достижению.

План маркетинга разрабатывается для каждой стратегической хозяйственной единицы организации и с точки зрения формальной структуры обычно состоит из следующих разделов: аннотация для руководства, текущая маркетинговая ситуация, опасности и возможности, цели маркетинга, стратегия маркетинга, программа действий, бюджет маркетинга и контроль.

***Аннотация*** для руководства - начальный раздел плана маркетинга, в котором представлена краткая аннотация главных целей и рекомендаций, включенных в план.

***Текущая маркетинговая ситуация*** - раздел плана маркетинга, который описывает целевой рынок и положение организации на нем.

Опасности и возможности - раздел плана маркетинга, в котором указываются главные опасные возможности, с которыми продукт может столкнуться на рынке. Оценивается потенциальный вред каждой опасности, т.е. осложнения, возникающего в связи с неблагоприятными тенденциями и событиями, которые при отсутствии целенаправленных маркетинговых усилий могут привести к подрыву живучести продукта или даже к его гибели.

Маркетинговые цели характеризуют целевую направленность плана и первоначально формулируют желаемые результаты деятельности на конкретных рынках. Обычно цели стараются выразить количественно. Однако далеко не все из них можно определить таким образом.

Маркетинговая стратегия включает конкретные стратегии деятельности на целевых рынках, используемый комплекс маркетинга и затраты на маркетинг. В стратегиях, разработанных для каждого рыночного сегмента, должны быть рассмотрены новые и выпускаемые продукты, цены, продвижение продуктов, доведение продукта до потребителей, должно быть указано, как стратегия реагирует на опасности и возможности рынка.

Программа действий, иногда называемая просто программой, детальная программа, в которой показано, что должно быть сделано, кто и когда должен выполнять принятые заказы, сколько это будет стоить, какие решения и действия должны быть скоординированы в целях выполнения плана маркетинга.

Можно выделить ***три типа программ маркетинговой деятельности***:

* программа перевода предприятия в целом на работу в условиях маркетинга; программа по отдельным направлениям комплекса маркетинговой деятельности, и, прежде всего программа освоения определенных рынков с помощью определенных товаров;
* программа освоения отдельных элементов маркетинговой деятельности.

Обычно в программе кратко охарактеризованы также цели, на достижение которых направлены мероприятия программы. Другими словами, программа - это совокупность мероприятий, которые должны осуществить маркетинговые и другие службы организации, чтобы с помощью выбранных стратегий можно было достичь цели маркетингового плана.

***Бюджет маркетинга*** - раздел плана маркетинга, отражающий проектируемые величины доходов, затрат и прибыли. Затраты определяются как сумма издержек производства, товародвижения и маркетинга, последние в данном бюджете расписываются детально.

***Раздел контроль*** - характеризует процедуры и методы контроля, которые необходимо осуществить для оценки уровня успешности выполнения плана. Измерение успешности выполнения плана может осуществляться и для годового интервала времени, и в квартальном разрезе, и для каждого месяца или недели.

Все указанные выше разделы характеризуют как стратегические, так и тактические планы, главное же различие между ними заключается в степени детальности проработки отдельных разделов плана маркетинга.

Реализация концепции маркетинга на предприятии требует создания соответствующей службы маркетинга. В настоящее время без такой службы, обеспечивающей проведение маркетинговых исследований по изучению перспектив спроса, требований потребителей к товару и его свойствам, тенденций этих требований под влиянием различных факторов, производителям трудно выжить в конкурентной борьбе. Конечной целью функционирования маркетинговых служб является подчинение всей хозяйственной и коммерческой деятельности предприятия законам существования и развития рынка. В этом заинтересованы как изготовители, так и потребители продукции. В эволюции отделов маркетинга можно выделить четыре этапа развития, каждый из которых встречается и в деятельности сегодняшних компаний.

***I этап*** - маркетинг как функция распределения. Сбыт товаров на этом этапе был относительно прост. Относительно важную роль играет отдел продаж.

***II этап*** - организационная концентрация задач маркетинга как функции продаж. Возникновение проблем со сбытом и лучшее понимание роли маркетинга привели к существенным организационным изменениям.

***III этап*** - выделение маркетинга в самостоятельную службу, характеризуется появлением специализированной службы маркетинга, имеющей равные права с другими подразделениями предприятия. Руководитель маркетинга принимает решения о внешнем виде, упаковке, названии продукта.

***IV этап -*** заключается в ориентации всех сфер деятельности компании на требования маркетинга. Маркетинг рассматривается как главная функция компании. По существу большинство компаний находится на третьем этапе развития маркетинга.

В реальной жизни имеется множество различных форм организации службы маркетинга, однако ограничимся рассмотрением лишь некоторых базисных организационных структур:

**1. *Функциональная структура маркетинга.*** Подобная форма организации означает, что маркетинг выступает наравне с другими функциональными подразделениями компании. Проблемы, связанные с подобной организацией: а) групповой эгоизм, трудности с координацией; б) решение задач, выходящих за пределы компетентности, передается наверх, что влечет опасность чрезмерной централизации; в) сотрудники не всегда понимают конечную цель, т.е. снижается мотивация.

**2. *Организация по продуктам*.** Чем разнороднее программа, тем сильнее диверсифицирована компания, чем динамичнее рынок, тем лучше подходит организация по продуктам. При организации по продуктам функции, касающиеся всех продуктов, передаются обычно на верхние этажи управления.

**3. *Организация по клиентам.*** При организации маркетинга по клиентам каждому отделу поручается какая-либо отдельная группа клиентов или часть рынка. Такая структура оправдывает себя, если сегменты рынка достаточно велики и значительно различаются между собой.

**4. *Организация маркетинга по географическому принципу***. Подобные структуры могут подойти для компаний, имеющих большой объем сбыта, в рамках которого существуют регионы с различными требованиями к товару.

**5. *Матричная организация маркетинга*** основывается как минимум на двух критериях структурирования. С их помощью компании пытаются преодолеть проблемы, характерные для одномерных управленческих структур.

***Контроль маркетинга*** - постоянная, систематическая и непредвзятая проверка, и оценка положения и процессов в области маркетинга.

Задачами и целями контроля маркетинга являются: установление степени достижения цели (анализ отклонений); выявление возможностей улучшения (обратная связь); проверка того, насколько приспособляемость предприятия к изменениям условий окружающей среды соответствует требуемой.

Значение контроля маркетинга растет с увеличением динамичности среды, величины предприятия, уровня разделения труда. Рассмотрим основные формы контроля - контроль результатов и маркетинг-аудит.

***1) Задача контроля результатов*** заключается в проверке правильности и эффективности реализованной концепции маркетинга путем сравнения плановых и реальных величин и выяснения причин отклонений. Контроль может быть направлен на маркетинг-микс в целом или на отдельные инструменты. При контроле используют данные системы учета и данные исследования рынка.

**2) *Маркетинг аудит*** - это ревизия, обнаружение слабых мест в концепции маркетинга. Предметом ревизии являются как организационные, так и функциональные вопросы. Порядок ревизии обычно тот же, что и при контроле результатов: установление стандарта, выяснение реального состояния, сравнение и анализ.

Организация контроля зависит от величины предприятия, квалификации персонала, сложности контрольных задач и других факторов. Решение о проведении контроля собственными силами или с помощью сторонних экспертов можно принять лишь с учетом ситуации.

С ростом предприятия и расширением функций маркетинга растет потребность в специализации, и создание отдельной единицы по контролю маркетинга приобретает большой смысл.

Таким образом, маркетинговый контроль является действительным инструментом повышения эффективности маркетинговой и предпринимательской деятельности фирмы. Назначение маркетингового контроля - это получение информации о закономерностях и особенностях развития рынка, и соответствии деятельности компании запросам потребителей. Он должен распространяться не только на экономико-финансовые данные, но и на оценку качественных показателей работы и ее конкурентных позиций, на данные, формирующиеся вне самой фирмы, в ее окружающей среде.

**11.2 Планирование деятельности предприятия. Стратегия развития предприятия**

***Планирование - это определение целей и задач предприятия на определенную перспективу, анализ способов их реализации и ресурсного обеспечения.***

Основные принципы планирования:

1) Принцип обоснованности целей и задач предприятия. При этом выделяют цели:

* хозяйственно-экономические, обеспечивающие эффективность производства;
* производственно-технологические, определяющие функциональное назначение предприятия;
* научно-технические, обеспечивающие научно-технический прогресс;
* социальные, обеспечивающие удовлетворение социально-бытовых и культурных потребностей работников предприятия;
* экологические, обеспечивающие изготовление экологически чистой продукции без негативного воздействия на окружающую среду.

2) Принцип системности. Он означает, что планирование представляет, целую систему планов и охватывает все сферы деятельности предприятия;

3) Принцип научности. Требует учета перспектив научно-технического прогресса и применения научно обоснованных прогрессивных норм использования всех видов ресурсов;

4) Принцип непрерывности. Означает параллельное сочетание текущего и перспективного планирования;

5) Принцип сбалансированности плана. Указывает на количественное соответствие между взаимосвязанными разделами и показателями плана, между потребностями в ресурсах и их наличием;

6) Принцип директивности. В соответствии с ним план приобретает силу закона для всех подразделений предприятия после утверждения его руководителем предприятия.

Важнейшими целями, которые преследуются в планировании на предприятии, как правило, являются: объем продаж товарной массы, прибыль и доля на рынке.

В зависимости от продолжительности планового периода выделяют ***перспективное (долгосрочное и среднесрочное)*** и ***текущее (краткосрочное) планирование.***

***Долгосрочное планирование*** обычно охватывает трехлетний или пятилетний периоды и определяет общую стратегию предприятия в рамках, «продукт-рынок». При составлении плана изучаются варианты расширения производства и снижения издержек. Прогнозируются изменения в номенклатуре продукции, и уточняется политика в функциональных сферах. Результатом этого плана являются формулировка долгосрочных целей, составление долгосрочных проектов и принятие долгосрочной политики в основных областях.

***Среднесрочное планирование (от 2 до 3-х лет)*** учитывает возможности всех подразделений на основе их собственной оценки. Разрабатывается план предприятия по маркетингу, план производства, план по труду и финансовый план.

***Текущее планирование*** обычно рассчитано на год, полгода, квартал, месяц и включает объем производства, план по труду и заработной плате, планирование материально-технического обеспечения, себестоимости, прибыли, рентабельности и т.д.

В планировании используются следующие основные методы:

* ***нормативный*** - на основе прогрессивных норм использования ресурсов;
* ***балансовый*** - целенаправленное согласование направлений использования ресурсов с источниками их образования (поступления) по всей системе взаимосвязанных материальных, финансовых и трудовых балансов;
* ***экстраполяции*** - выявленные в прошлом тенденции развития предприятия распространяются на будущий период;
* ***интерполяции*** - предприятие устанавливает цель в будущем и, исходя из нее, определяет промежуточные плановые показатели;
* ***факторный*** - на основе расчетов влияния важнейших факторов на изменение плановых показателей;
* ***матричный*** - путем построения моделей взаимосвязей между производственными подразделениями и показателями;
* ***экономико-математического моделирования*** с применением ЭВМ и другие.

***Целью разработки стратегии развития предприятия*** является выявление основных направлений его эффективного функционирования на основании максимальной реализации существующего научно-технического потенциала во взаимосвязи с внутрипроизводственными резервами и внешней окружающей средой.

***Основными задачами формирования стратегии предприятия являются:***

* выбор эффективных направлений хозяйственной деятельности, которые необходимо развивать;
* определение размера капитальных вложений и других ресурсов, необходимых для осуществления выбранных направлений хозяйственной деятельности;
* оценка результатов отдачи.

***Стратегический план предприятия составляется в такой последовательности:***

* Анализ деловой окружающей внешней и внутренней среды.
* Определение хозяйственной политики предприятия.
* Формулировка базовой стратегии и выбор стратегической альтернативы.
* Формулировка функциональных стратегий: маркетинга, НИОКР, производства, организационных изменений, а также финансовая, социальная и экологическая стратегия.

***Стратегический план предприятия состоит из следующих разделов:***

* Цели и направления деятельности;
* Текущие и долгосрочные задачи;
* Базовая стратегия;
* Функциональные стратегии;
* Описание наиболее важных программ;
* Описание внешних операций;
* Объем капитальных вложений и распределение ресурсов;
* Формулировка резервных стратегий.

При составлении стратегического плана используется следующая информация: объем годовых продаж по группам товаров; годовая прибыль и убытки по структурным подразделениям; годовой объем экспорта и его удельный вес к общему объему продаж; доля рынка; объем ежегодных капитальных вложений; баланс на конец последнего года плана; финансовый план.

Стратегия предприятия разрабатывается на различные периоды времени в зависимости от степени предсказуемости будущего, продолжительности периода внедрения идеи, отраслевой принадлежности предприятия и уровня технической оснащенности (от 3 до 10 лет).

Существуют следующие разновидности базовых стратегий:

* стратегия роста, обосновывающая намерения предприятия увеличивать объем производства, продаж, капитальных вложений и т.д.;
* стратегия стабилизации - это план деятельности предприятия в условиях нестабильности объемов продаж и доходов;
* стратегия выживания - это оборонительная стратегия, применяемая в условиях глубокого кризиса деятельности предприятия.

***Одной из важнейших составных частей стратегии предприятия является планирование риска.*** Сущность этого плана заключается в достижении высокого уровня противодействия возмущениям внешней среды и уменьшение потерь от этих возмущений.

***Методы выбора стратегии:***

* метод PIMS - моделирование влияния стратегических факторов на показатели эффективности предприятия (рентабельность, прибыль);
* метод кривых освоения - строится на зависимости размеров затрат на производство от его объема;
* метод жизненного цикла товара, т.е. для каждой стадии (освоение, рост, зрелость, спад) определяются приоритетные стратегические направления и действия;
* метод Бостонской консультативной группы (матричный). Показателями, формирующими оценочную матрицу, являются темп роста производства и контролируемая данным предприятием доля рынка;
* метод «мак-кинси» (матричный), основными оценочными показателями служат конкурентная позиция предприятия (слабая, средняя, сильная) и привлекательность рынка (аналогичные три оценки).

**Содержание средне и краткосрочных планов**

Планы предприятия включают следующие основные разделы:

* маркетинговая программа: планы маркетинга для основных видов продукции (услуг) и в целом по всей продукции;
* производственная программа: задания по производству отдельных видов продукции в натуральном и стоимостном выражении (в показателях валовой, товарной и реализуемой продукции) с учетом повышения качества;
* план развития науки и техники: мероприятия по созданию и освоению новых изделий, внедрению новой техники и технологии;
* план по труду и кадрам: рост производительности труда, численность персонала по категориям, фонд оплаты труда, средняя заработная плата работников, балансовый расчет дополнительной потребности в рабочих и служащих и источников ее обеспечения;
* план капитального строительства: объемы капитальных вложений, строительных и строительно-монтажных работ, технического перевооружения предприятия, ввод в действие основных фондов и производственных мощностей;
* план материально-технического обеспечения: определение потребности производства в материально-технических ресурсах и источников их удовлетворения с расчетами по снижению удельных расходов сырья, материалов, топлива, энергии;
* план по издержкам производства, прибыли и рентабельности: себестоимость основных видов продукции, валовой товарной и реализованной продукции; смета затрат на производство; прибыль и рентабельность по видам деятельности и в целом по предприятию;
* финансовый план: потребность в собственных оборотных средствах и задание по ускорению их оборачиваемости; баланс доходов и расходов; взаимоотношения с бюджетом, кредитные отношения;
* план социального развития коллектива: мероприятия по улучшению условий труда, отдыха и быта работников предприятия;
* план мероприятий по охране природы и рациональному использованию природных ресурсов включает такие направления: охрана и рациональное использование водных ресурсов; охрана воздушного бассейна; охрана и рациональное использование минеральных ресурсов.

***Показатели, применяемые в планирования и, подразделяются:***

* ***по экономическому содержанию*** - на натуральные, трудовые и стоимостные;
* ***по экономическому назначению*** - на количественные и качественные (производительность труда, фондоотдача, материалоемкость);
* ***по способу характеристики предмета*** - абсолютные (прибыль) и относительные (рентабельность).

**Оперативное планирование** - **это детальная разработка планов предприятия и его подразделений.** Оно соединяет:

***1. Календарное планирование,*** включающее детализацию текущего плана предприятия и доведение заданий до каждого цеха, отдела, участка, бригады, рабочего. Планы и графики при этом составляются на месяц, декаду, сутки, смену, а иногда и каждый час;

***2. Диспетчеризацию, обеспечивающую:***

* сплошной контроль над ходом производственного процесса и оперативное устранение неполадок и сбоев в работе на каждом рабочем месте;
* организацию доставки на рабочие места сырья, материалов, заготовок, инструмента; вывоз готовой продукции, отходов производства; контроль исправности оборудования; подачу энергии, топлива, сжатого воздуха; организацию контроля качества.

***Различают:***

* межцеховое оперативное планирование - обеспечивающее скоординированную деятельность и необходимые производственные пропорции между цехами предприятия в соответствии с последовательностью технологических процессов и с учетом функций основных, вспомогательных, побочных и обслуживающих цехов;
* внутрицеховое оперативное планирование - осуществляющее распределение работ по участкам и рабочим местам. Основная задача распределения - обеспечение полного и четкого выполнения заданий производственной программы и сохранение ритмичной работы предприятия, его цехов, участков, бригад, рабочих.

**Бизнес**-**план предприятия**

Бизнес-план позволяет очертить круг проблем, с которыми сталкивается предприятие при реализации своих целей в изменчивой, неопределенной, конкурентной хозяйственной среде. Поможет определить и обеспечить пути решения этих проблем. Он ориентирован на достижение успеха, главным образом, в финансово-экономической деятельности.

Бизнес-план является основой бизнес-предложения при переговорах с будущими партнерами и возможными инвесторами. Это определяет некоторые требования к его оформлению, форме, содержанию и структуре. Он должен быть представлен в форме, позволяющей заинтересованному лицу получить четкое представление о существе дела и перспективах своего участия в нем.

Структура и содержание бизнес-плана строго не регламентированы, но можно предложить следующий макет бизнес-плана: резюме (краткое содержание бизнес-плана); место нахождение предприятия; цель деятельности; описание вида деятельности, характеристика продукции (услуг); оценка рынка сбыта; конкуренция и конкурентное преимущество предприятия; внешнеэкономическая деятельность; стратегия маркетинга; прогнозирование продаж; план технической доработки продукта; план производства; управление предприятием; характеристика персонала; материально-техническое обеспечение; оценка риска; финансовый план; эффективность проекта.

Несколько иная структура бизнес-плана принята при получении кредитов в банке. Следует заручиться объективной оценкой бизнес-плана. По возможности, заключение по бизнес-плану должен сделать аудитор.

В международной практике для обоснования проектов (бизнес-планов) применяется несколько обобщающих показателей: чистая текущая стоимость; рентабельность; внутренний коэффициент эффективности (пороговое значение рентабельности); период возврата капитальных вложений (срок окупаемости); максимальный денежный отток (отражает необходимые размеры финансирования проекта и должен быть увязан с источником покрытия всех затрат); норма безубыточности (минимальный размер партии выпускаемой продукции, при котором обеспечивается «нулевая прибыль», доход от продажи равен издержкам производства).

**11.3 Производственная мощность предприятия и методы ее определения**

Результатом производственной деятельности [предприятия](http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/predpriyatie.html) является определенная продукция (работы, услуги). Основным ограничением объемов производства продукции на фирме выступают ***производственные возможности.***

Конкретным выражением производственных возможностей каждого предприятия служит определение оптимального объема производства, его производственная мощность. Под ***оптимальным объемом производства*** продукции понимается такой объем, который обеспечивает выполнение заключенных договоров и обязательств по производству продукции (выполнению работ) в установленные сроки, с минимумом затрат, с максимально возможной эффективностью.

В рыночных условиях ***производственная мощность*** определяет годовой объем предложения предприятия, учитывая наличие и использование ресурсов, уровень и изменение действующих цен.

А также рассчитывается ***точка безубыточности*** - минимальный объем производства продукции, при котором предприятие окупает свои затраты, но при этом не получает прибыли. Чем больше разница между объемом фактического производства и точкой безубыточности, тем выше прибыль предприятия.

По результатам изучения конъюнктуры рынка и сбыта изделий в соответствии с профилированием предприятия, его подразделений и их развитием разрабатывается производственная программа. Это один из разделов бизнес-плана предприятия, в котором содержатся планируемые объемы производства в натуральном и стоимостном выражениях. Основанием для формирования производственной программы является перспективный план выпуска продукции, разрабатываемый.

***Производственная программа*** разрабатывается в целом по предприятию и по основным цехам с разбивкой по месяцам, кварталам, а при необходимости, определяемой содержанием договоров с заказчиками, с установлением конкретных сроков выполнения заказов. Производственная программа разрабатывается по всей развернутой номенклатуре и ассортименту продукции и должна обеспечивать безусловное выполнение всех договоров и заказов по всем предусмотренным ими параметрам: объемам, срокам, показателям качества и др. Обобщающим показателем производственной программы предприятия является объем продаж или реализованная продукция. Первый термин применяется в мировой практике, второй в отечественной. Объем продаж более объективно отражает результат деятельности предприятия, как выпускающего товары, так и производящего услуги. Показатель реализованной продукции в соответствии с логикой должен применяться только для предприятий сферы материального производства, выпускающих продукцию. В условиях рыночной экономики большинство предприятий создают продукцию и выполняют услуги, поэтому показатель объема продаж применим для всех предприятий.

***Объем продаж*** - это стоимость товаров и услуг, произведенных и реализованных предприятием за определенный период времени. Объем реализованной продукции является одним из основных показателей, по которому оцениваются результаты производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

***Товарная продукция*** - это стоимость готовой продукции, полученной в результате производственной деятельности предприятия, законченных работ и услуг, предназначенных для реализации на сторону. На предприятиях с небольшой длительностью производственного цикла незавершенное производство поддерживается на постоянном уровне, показатели валовой и товарной продукции равны. На предприятиях с большой длительностью производственного цикла (например, судостроение) эти показатели значительно различаются.

***Валовая продукция*** - характеризует весь объем выполненной работы предприятием за определенный период времени (месяц, квартал, год). В состав валовой продукции входит как законченная, так и незаконченная продукция, а также незавершенное производство.

***Чистая продукция*** - это вновь созданная стоимость на предприятии. В нее входят оплата труда, выданная в виде заработной платы, оплата труда, не выплаченная, но вошедшая в стоимость товара в виде налога и различных начислений, а также прибыль. В чистую продукцию не входит перенесенная стоимость, созданная на других предприятиях (оплата сырья, материалов, энергии, топлива и амортизационные отчисления с основных фондов).

***Производственная мощность предприятия.***Объем [основных производственных фондов](http://www.grandars.ru/shkola/geografiya/proizvodstvennyy-potencial.html) и степень их использования определяют величину производственной мощности предприятия.

***Производственная мощность предприятия*** - это максимально возможный выпуск продукции за единицу времени в натуральном выражении в установленных планом номенклатуре и ассортименте, при полном использовании производственного оборудования и площадей, с учетом применения передовой технологии, улучшении организации производства и труда, обеспечении высокого качества продукции.

Производственная мощность является величиной динамичной и поэтому должна быть сбалансирована с производственной программой. При планировании производственной мощности необходимо учесть требование достижения равновесия между спросом и предложением на продукцию или услуги. Так, при превышении спроса над предложением необходимо в проектах планировать соответствующий прирост производственной мощности.

Производственная мощность также характеризует технологию и организацию производства на предприятии, состав и квалификацию персонала, а также динамику роста и перспективы развития предприятия. Производственная мощность является величиной расчетной и определяется исходя из следующих положений.

* Производственная мощность предприятия определяется в натуральном выражении в номенклатуре продукции, изготовляемой заводом. Мощность рассчитывается в единицах измерения продукции, принятых в плане (договоре).
* Расчет производственной мощности ведется по всем производственным подразделениям предприятия в последовательности: от низшего производственного звена к высшему; от группы технологически однотипного оборудования - к производственным участкам; от участков - к цехам, от цехов - к заводу в целом.
* Для расчета мощности используются основные производственные фонды; режим работы оборудования и использования площадей; нормы трудоемкости изделий и производительность оборудования.

Величина мощности ведущего подразделения данной ступени определяет величину мощности подразделения следующей ступени; по мощности ведущего участка устанавливается мощность цеха, по мощности ведущего цеха - мощность завода. Ведущим подразделением считается такое, в котором выполняются основные технологические операции по изготовлению продукции, где затрачивается наибольшая доля совокупного живого труда и где сосредоточена значительная часть основных производственных фондов данного предприятия. Под «узким местом» понимают отдельные цеха, участки, группы оборудования, мощности которых не соответствуют мощностям подразделений, по которым устанавливается мощность всего предприятия, цеха, участка.

Помимо указанных выше расчетов мощности предприятия, составляют «Баланс производственной мощности», где указывается объем производства; производственная мощность на начало года; увеличение мощности за счет расширения, реконструкции, проведения организационно-технических мероприятий, изменения номенклатуры; уменьшение мощности за счет изменения номенклатуры, выбытия производственных мощностей; мощность на конец года; среднегодовая мощность, коэффициент использования производственных мощностей.

***Основными факторами, определяющими величину производственной мощности предприятия, являются:***

* состав и количество установленных машин, механизмов, агрегатов и т. д.;
* технико-экономические нормы использования машин, механизмов, агрегатов и др.;
* степень прогрессивности техники и технологии производства;
* фонд времени работы оборудования;
* уровень организации производства и [труда](http://www.grandars.ru/college/pravovedenie/trudovoe-pravo.html);
* производственная площадь предприятия (основных цехов);
* намечаемые номенклатура и ассортимент продукции, непосредственно влияющие на трудоемкость производства продукции при данном оборудовании.

При определении состава оборудования учитывается все оборудование основного производства по видам, установленное на начало года, а также то, которое должно быть введено в эксплуатацию в плановом году. В расчет мощности не включается оборудование резервное, опытно-экспериментальных участков, а также используемое для профессионально-технического обучения.

Возможная производительность оборудования, учитываемая при расчете производственной мощности, определяется на основе прогрессивных норм использования каждого вида этого оборудования.

Определение фонда времени работы оборудования имеет специфику для предприятий с прерывным и непрерывным процессами производства. Для предприятий с непрерывным процессом производства он рассчитывается исходя из полного календарного времени работы оборудования за вычетом часов, отводимых в плане на ремонт. Следует отметить, что при расчете производственной мощности не принимаются во внимание простои оборудования, вызванные отсутствием сырья, материалов, электроэнергии или организационными причинами, а также потери времени, связанные с исправлением брака при изготовлении продукции.

Производственная мощность делится на проектную, входную, выходную, среднегодовую мощность. Проектная производственная мощность устанавливается проектом строительства, реконструкции и расширения предприятия. Входная (входящая) производственная мощность - это мощность на начало года, показывающая, какими производственными возможностями располагает предприятие в начале планового периода. Выходная (выходящая) производственная мощность это мощность на конец года. Она определяется как сумма входной и вводимой в течение планового периода мощностей за вычетом мощности, выбывающей за тот же период.

Уровень использования производственных мощностей характеризуется рядом показателей. Основным из них является коэффициент использования производственной мощности, который определяется как отношение годового выпуска продукции к среднегодовой мощности данного года. Другой показатель - коэффициент загрузки оборудования - определяется как отношение фактически используемого фонда времени (в станко-часах) всего оборудования к располагаемому фонду времени по тому же кругу оборудования за тот же период. Этот показатель выявляет излишнее или недостающее оборудование.

***Главные пути повышения использования производственных мощностей:***

* Улучшение использования парка оборудования, в том числе сокращение сроков пребывания в монтаже, повышение доли действующего оборудования.
* Улучшение использования фонда времени работы единицы оборудования, в том числе повышение коэффициента сменности; сокращение простоев; сокращение времени на плановый ремонт.
* Повышение производительности работы оборудования, в том числе сокращение затрат вспомогательного времени, сокращение затрат основного машинного времени путем повышения рабочей скорости, интенсификации рабочих процессов.

В настоящее время улучшение использования производственных мощностей связано с повышением качества и конкурентоспособности продукции, улучшением маркетинговой деятельности, расширением сбыта продукции.

При планировании выделяют следующие виды производственной мощности: входную мощность; выходную; среднегодовую.

Производственная мощность устанавливается на начало планового перила (входная мощность) и на конец этого срока (выходная мощность). Входная мощность определяется с учетом имеющихся на начало года ресурсов, а выходная - на конец года с последующей корректировкой при соответствующем изменении техники и технологии.

Понятия производственная мощность и производственная программа не идентичны. Если первое показывает способность предприятия в определенных условиях выпускать максимальное количество продукции в натуральном выражении в определенный период времени (характеризует ***потенциал*** предприятия), то производственная программа определяет необходимый объем производства продукции в плановом периоде, соответствующий по номенклатуре, ассортименту и качеству требованиям плана продаж.

Целью управления производственной мощностью предприятия является «подстройка» к изменению спроса. Для выполнения производственной программы необходимо обеспечить ее соответствующей производственной мощностью.

Отношение производственной программы к производственной мощности предприятия характеризует степень использования производственной мощности.

Коэффициент использования производственной мощности (Кисп) рассчитывается по формуле:

где V- плановый или фактический объем выпуска продукции в натуральных единицах.

ПМ - производственная мощность в натуральных единицах.

Коэффициент использования производственной мощности может принимать значения меньшее или равное единице.

***Методы расчета производственной мощности.***На основе данных о производительности единица оборудования производственная мощность рассчитывается по формуле

где ПМ - годовая производственная мощность, шт/год;

ПО - производительность единицы оборудования, шт/час;

Fэ - эффективный годовой фонд времени единицы оборудования, ч;

Ст - количество единиц оборудования, шт.

где **34**- число рабочих дней в году;

*m* - число смен работы оборудования в сутки;

*Tp* - продолжительность рабочего дня, час;

*Кп* - коэффициент плановых потерь времени на ремонт и наладку оборудования.

На основе данных о трудоемкости продукции производственная мощность рассчитывается по формуле

где ПМ - годовая производственная мощность, шт/год;

ti - норма времени (должна быть прогрессивной) на изготовление изделия на данном оборудовании, нормо-ч;

Fэ - эффективный годовой фонд времени единицы оборудования, час.;

Ст - количество единиц оборудования, шт.

***Этапы расчета производственной мощности участка:***

* Уточнение производственно-технологической структуры участков и цехов. Распределение работ по единицам оборудования.
* Определение трудоемкости по действующим нормам с учетом прогрессивного использования оборудования.
* Определение пропускной способности по группам взаимозаменяемого оборудования.
* Выбор ведущей группы. Производственная мощность данной группы является определяющей при расчете мощности участка.
* Определение узких мест на участке (то есть тех групп оборудования, пропускная способность которых ниже пропускной способности ведущей группы) и разработка мер по их ликвидации, разработка мероприятия по использованию недогруженного оборудования.
* Повтор расчета 3-5 и установления производственной мощности участка.

Производственная мощность определяется по ведущему звену.

Для определения производственной мощности цеха рассчитывается производственная мощность участков, выбирается ведущий участок и на основании его производственной мощности устанавливаются производственная мощность цеха. При этом разрабатываются мероприятия по расшивке узких мест и по использованию недогруженных мощностей. Аналогично проводятся расчеты по предприятию в целом.

***Пример.*** Рассчитайте мощность участка, изготавливающего корпусные детали. На участке 3 группы оборудования: токарная, фрезерная и шлифовальная. Количество оборудования в токарной группе 6 единиц, фрезерной группе 8 единиц, шлифовальной группе 9 единиц. Технологический процесс корпусной детали следующий: токарные операции - 10 нормо-часов, фрезерные - 20 нормо-часов, шлифовальные -18 нормо-часов. Действительный фонд времени 1 оборудования 4000 часов.

***Решение*:** Рассчитаем пропускную способность по каждой группе оборудования на основании второго метода расчета производственной мощности.

Токарная группа: 4000×6/10=2400 ед.

Фрезерная группа: 4000×8/20=1600 ед.

Шлифовальная группа: 4000×9/18=2000 ед.

Ведущей является шлифовальная группа оборудования. Тогда производственная мощность участка поставляет 2000 корпусных деталей в год.

Фрезерная группа оборудования является узким местом, поэтому необходимо разработать мероприятия по расшивке данного узкого места.

Для определения потребности во фрезерном оборудовании воспользуемся формулой

Cт = 2000×20/4000 = 10 станков.

Таким образом, установление двух дополнительных фрезерных станков увеличит пропускную способность данной группы до 2000 единиц (4000× (8 + 2)/20 = 2000 ед.).

Токарная группа является широким местом на участке, поэтому необходимо разработать мероприятия по загрузке данной группы оборудования.

**12 Обеспечение конкурентоспособности продукции**

**12.1 Конкурентоспособность продукции: понятие направления повышения ее уровня. Качество продукции: понятие, показатели и пути повышения ее уровня**

Создание хорошего товара, который захотят приобрести покупатели, - задача непростая. Покупатель не станет покупать просто товар - он будет искать товар, обладающий преимуществами, и нередко согласится заплатить больше за товар, который по-настоящему решит его проблемы.

Совокупность качественных и стоимостных характеристик товара, которые отражают отличия его от товара-аналога и обеспечивают этому товару преимущества на конкретном рынке в заданный промежуток времени, определяют конкурентоспособность данного товара.

Фактор конкуренции носит принудительный характер, заставляя производителей под угрозой вытеснения с рынка непрестанно заниматься системой качества, принятием решений относительно создания товарной марки и упаковки, обеспечения покупателю необходимого ассортимента товара, предоставления услуг по послепродажной поддержке товара, а рынок объективно и строго оценивает результаты этой деятельности. Также очевидно, что набору потребительских свойств соответствует их цена. Цена и потребительские свойства являются взаимозависящими элементами товара. И эта зависимость имеет сложный характер.

Известно, что почти любой товар имеет субститут (заменитель) и товары-конкуренты. Кирпич можно заменить на пиломатериалы, пшеницу на рожь, сахарный тростник на сахарную свёклу, кинотеатр на видеокассету, один вид транспорта на другой. Потребители же обычно выбирают те товары и услуги, которые представляют для них наибольшую ценность. Поэтому, для того, чтобы завоевать и удержать потребителей, компании необходимо более глубокое понимание нужд потребителей, а также самих процессов совершения покупки и предоставление потребителям товаров и услуг, представляющих для них большую ценность, чем аналогичные товары и услуги конкурентов.

***Конкуренция, во-первых,*** представляет собой стержень современного рыночного механизма и неотъемлемую его часть. ***Во-вторых,*** это механизм автоматического регулирования пропорций общественного производства и, своего рода, соперничество, соревнование между выступающими на рынке товаропроизводителями за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров для получения на этой основе максимально возможной прибыли. Конкуренция имеет место между предпринимателями, предприятиями, фирмами, а по большому счёту - даже между отраслями, территориями, государствами.

Конкуренция строится по достаточно сложной формуле. Существует несколько типов хозяйственных единиц, и каждый из них имеет свои особенности: у ведущих монополий - это сила, у мелких фирм - гибкость, у специализированных компаний - приспособленность к особым сегментам рынка, у фирм-новаторов - преимущества первооткрывателей. В конкретных рыночных ситуациях решающее преимущество получает то одно, то другое качество. В этих условиях одной из важнейших задач менеджмента является предоставление на рынок ***конкурентоспособного товара*,** то есть производитель должен обеспечить его необходимым комплексом потребительских и стоимостных характеристик, создающих преимущество именно этого товара над другими в условиях широкого предложения конкурирующих товаров-аналогов. Исходя из этого, можно заключить, что конкурентоспособность товаров - решающий фактор их коммерческого успеха на рынке. Например, на рынке йогуртов в 2010 году наиболее конкурентоспособным и лучшим товаром признали йогурт «Активиа», за что был удостоен премии «Товар года-2010», а такой неконкурентоспособный товар, как йогурт «Фруёжик» из-за низкого качества и других показателей после выхода на рынок буквально через год был снят с продажи.

Следует подчеркнуть, что конкурентоспособность является относительной величиной. Товар, конкурентоспособный на одном рынке, может и не быть таковым на другом. Более того, предлагаемый на одном и том же рынке товар обладает конкурентоспособностью на определённую дату и не имеет её в другое время. Всё зависит от конкретных условий, в которых реализуется товар на рынке, в том числе от характера поведения конкурентов.

Понятие ***конкурентоспособности фирмы***намного шире, чем понятие конкурентоспособности товара. Оно включает, во-первых, способность выпускать конкурентоспособные товары, т.е. те товары, которые удовлетворяют потребности потребителей не меньше, чем лучшая аналогичная продукция, присутствующая на данном рынке, а во-вторых - эффективность финансовой деятельности. Эти два направления конкурентоспособности фирмы характеризуют соответственно тактическую и стратегическую составляющую этого понятия.

Профессор Гарвардского университета Майкл Портер, известный специалист по проблемам конкурентоспособности, выделяет всего два типа конкурентных преимуществ: более низкие издержки и специализацию.

Под ***более низкими издержками*** понимается не просто меньшая сумма затрат на производство, чем у конкурентов, а способность фирмы разрабатывать, производить и сбывать товар более эффективно, чем конкуренты. Иными словами, чтобы достичь этого типа конкурентного преимущества нужно организовать с меньшими затратами и в более короткие сроки весь цикл операций с товаром - от его конструкторской проработки до продажи конечному покупателю.

Действительно, если продумать интересную новинку, которая вызовет большой спрос, но плохо организовать производство, то затраты, а значит, и цена товара окажутся слишком высокими и покупатели откажутся его покупать. И даже если располагать хорошими конструкторскими разработками нового товара и успешно наладить его производство, но не суметь найти умелых продавцов, которые будут его продавать, велика возможность неудачи.

Не так однозначно, как могло бы показаться на первый взгляд, и понимание сути того конкурентного преимущества, которое обозначается словом ***«специализация»*.** Это вовсе не сосредоточение сил и средств на выпуске только одного круга товаров, как можно было бы подумать, а способность удовлетворять особые потребности покупателей и получать за это «премиальную» цену, т.е. цену в среднем более высокую, чем у конкурентов. Иными словами, для обеспечения такого типа конкурентных преимуществ нужно научиться искусству выделяться в толпе конкурентов, предлагая покупателям товар, заметно отличающийся либо высоким уровнем качества при стандартном наборе параметров, определяющих его качество, либо нестандартным набором свойств, реально интересующих покупателя. Но при этом в любой данный момент времени можно строить свою стратегию конкурентоспособности, опираясь лишь на один из видов конкурентных преимуществ.

Состояние предприятия с его конкурентоспособностью и качеством менеджмента имеет несколько ключевых характеристик.

Другой важный фактор конкурентоспособности - должное качество товаров. Причём в системе управления качеством значение рыночного фактора должно быть определяющим. Непроданная продукция не может считаться качественной вне зависимости от её достоинств.

Стратегический ресурс конкурентоспособности - квалификация и настрой деловых людей. В предпринимательстве деловая честь - дорогостоящий и очень хрупкий «неосязаемый актив», её потеря означает для соответствующего предпринимателя попасть в ситуацию, из которой трудно найти выход и сохранить реноме в деловых кругах. Иначе говоря, честная конкуренция - это верный барометр профессионализма и прекрасный воспитатель нравов в деловой среде.

В связи с проблемой воспитания кадров, их материального стимулирования в условиях конкуренции поучительный пример даёт практика оплаты труда в зарубежных корпорациях. Они, как правило, внимательно следят за динамикой оплаты по основным категориям персонала у своих главных конкурентов и с учётом этого определяют «базовые ставки» оплаты для соответствующих групп своих служащих и рабочих. Именно с этими конкурентами ведётся борьба за «ценные» и «ценнейшие» кадры. В этой борьбе побеждает та корпорация, которая наиболее гибко и последовательно использует материальные и другие стимулы, создаёт условия для интересной и творческой работы для представителей ключевых звеньев своего персонала практически на всех уровнях.

***Показатели и критерии оценки конкурентоспособности товара.*** Повышение эффективности деятельности фирмы является одной из важнейших причин оценки конкурентоспособности.

Наиболее распространённое направление ***анализа конкурентоспособности*** - это сравнительная оценка конкурентоспособности продукта данной фирмы. Такую оценку на практике провести наиболее легко, т.к. информация о потребительских свойствах и эксплуатационных характеристиках продуктов является доступной. Проводя исследование потребителей, торговых организаций, можно получить информацию о престижности торговых марок, предпочтениях потребителей, рыночной доле и т.д.

***Оценка конкурентоспособности фирмы*** - гораздо более сложная задача. Проблематичность такой оценки усугубляется невозможностью во многих случаях законным способом получить достоверную информацию о различных аспектах производственно-хозяйственной деятельности конкурентов.

Безусловно, создание универсальной методики оценки конкурентоспособности, применимой для любых фирм, вероятно, представляет собой невыполнимую задачу. Фирмы характеризуются разными сферами деятельности, различиями в производстве и сбыте, разными продуктами, имеющими несравнимые параметры. Речь, скорее, может идти о неких общих методических подходах, которые в различных случаях могут воплощаться во множество конкретных методик оценки конкурентоспособности.

Проблема обеспеченья конкурентоспособности товаров впервые в массовом порядке встала перед производителями в начале ХХ века.

Так, в течение первых тридцати лет ХХ века ситуация складывалась таким образом, что предприятиям удавалось достичь успеха, а значит, и обеспечить свою конкурентоспособность минимальными издержками. Дифференциации товарного ассортимента не существовало, а секрет успеха заключался в умении произвести продукцию с наименьшими затратами. Критериями оценки эффективности производства в это время были в основном показатели соотношения доходов и расходов.

Однако с течением времени, с внедрением новых технологий, ускорением насыщения спроса, интернационализацией и ростом конкуренции и усилением государственного регулирования в промышленных отраслях первого поколения: сталелитейной, станкостроении и производстве сельскохозяйственной техники - отдельные оперативные способы и методы управления уже не приводили к увеличению объема продаж и повышению конкурентоспособности предприятий. Снижение накладных расходов, сокращение персонала, увеличение производительности и объединение операций не могли остановить падение прибыли. Критериями оценки производственной деятельности к 1950 гг. стали уже не только традиционные показатели соотношения доходов и расходов, но и организационной и управленческой эффективности (грузооборот, товарооборот, прибыль на вложенный капитал). Так, в 1950-1960 гг. возникла потребность в стратегическом планировании и управлении и в системном подходе к управлению предприятием и бизнесом.

С появлением стратегического планирования и развитием теории конкуренции появился подход к обеспечению конкурентоспособности предприятий, основанный на стратегиях конкуренции. Не вдаваясь в подробности, следует заметить, что данный подход позволяет провести анализ достигаемых конкурентных преимуществ предприятия, но не дает точного количественного выражения результатов оценки и поэтому не может быть взят за основу современной системы обеспечения конкурентоспособности.

Для повышения конкурентоспособности предприятий и продукции на предприятияхвнедряются ***системы качества*** с последующей их сертификацией на соответствие стандартам. Под «системой качества» понимают совокупность организационной структуры, методик, процессов и ресурсов, необходимых для общего руководства качеством на предприятии. Из практики внедрения и сертификации систем управления качеством на известно, что не менее трети сертифицированных предприятий относятся к внедренным системам качества формально. Для таких предприятий, пытающихся выйти со своей продукцией на внешний рынок, система качества служит лишь средством на пути получения необходимого сертификата, требуемого внешними потребителями. Понятно, что формальное внедрение системы качества и получение сертификата на данную систему и производимую продукцию может служить лишь одним из необходимых, но отнюдь не достаточным условием обеспечения конкурентоспособности предприятия.

Конкурентоспособность продукции - это характеристика товара (услуги), отражающая его отличие от товара-конкурента как по степени соответствия конкретной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение. Два элемента - потребительские свойства и цена - являются главными составляющими конкурентоспособности товара (услуги). Однако рыночные перспективы товаров связаны не только с качеством и издержками производства. Причиной успеха или неудачи товара могут быть и другие (нетоварные) факторы, такие, как рекламная деятельность, престиж фирмы, предлагаемый уровень обслуживания.

И все же, как ни важны внепроизводственные аспекты деятельности фирм по обеспечению конкурентоспособности, основой являются качество и цена. Вместе с тем обслуживание на высшем уровне создает большую привлекательность. Исходя из этого, формулу конкурентоспособности можно представить в следующем виде:

***Конкурентоспособность = Качество + Цена + Обслуживание.***

Управлять конкурентоспособностью - значит обеспечивать оптимальное соотношение названных составляющих, направлять основные усилия на решение следующих задач: повышение качества продукции, снижение издержек производства, повышение экономичности и уровня обслуживания.

Указанные составляющие конкурентоспособности являются многофакторными, и каждая из них может рассматриваться как сложный самостоятельный объект управления. В частности, на величину издержек производства влияют стоимость и качество сырья, топлива, электроэнергии, покупных полуфабрикатов и комплектующих изделий, квалификация и уровень заработной платы производственного персонала, производительность труда, издержки управления и т.д. При этом, в конечном счете, возможность обеспечения необходимого уровня составляющих конкурентоспособность элементов определяется такими базовыми производственными факторами, как технический уровень производства, уровень организации производства и управления.

По существу, основа современной «философии успеха» заключается в подчинении интересов фирмы целям разработки, производства и сбыта конкурентоспособной продукции. На первый план ставится ориентация на долговременный успех и на потребителя. Безусловно, ориентация на потребителя выражает стремление фирмы обеспечить себе наиболее надежный путь к достижению и поддержанию высокой прибыли.

Финансовые результаты, например, многих японских компаний свидетельствуют, что именно эта философия в современных условиях ведет к обеспечению стабильного положения фирм на рынке, высокой рентабельности их деятельности. Поэтому руководители компаний рассматривают вопросы прибыльности с позиций качества, потребительских свойств продукции, конкурентоспособности.

Для анализа положения изделия на рынке, оценки перспектив его сбыта, выбора стратегии продаж используется концепция «жизненного цикла товара».

Одновременная работа с товарами, находящимися на различных стадиях жизненного цикла, под силу лишь крупным компаниям. Небольшие фирмы вынуждены идти по пути специализации, т.е. выбирают себе одно из следующих «амплуа»:

* фирма-новатор, занимающаяся, прежде всего вопросами нововведений;
* инжиниринговая фирма, разрабатывающая оригинальные модификации товара и его дизайн;
* узкоспециализированный изготовитель - чаще всего субпоставщик относительно несложных изделий массового выпуска;
* производитель традиционных изделий (услуг) высокого качества.

Как показывает опыт, небольшие фирмы особенно активно действуют в производстве товаров, проходящих стадии формирования рынка и ухода с него. Дело в том, что крупная фирма обычно неохотно идет первой на производство принципиально новой продукции. Последствия возможной неудачи для нее намного тяжелее, чем для небольшой вновь образованной фирмы. И если речь идет не о фундаментальных разработках в области технологии, а о доведении оригинальной идеи нового изделия до стадии материального воплощения, то она вполне под силу относительно небольшим фирмам-новаторам. Именно они сегодня определяют инновационный процесс в развитых странах. Таким образом, специализация малых фирм на работе с товарами, находящимися на конкретных стадиях жизненного цикла, порождается стремлением фирмы наиболее эффективно использовать свой потенциал и обеспечить конкурентоспособность товара на рынке.

Согласно закону о конкуренции в мире происходит объективный процесс повышения качества продукции (услуг) и снижения их удельной цены, отражающей отношение цены товара к его полезному эффекту. В условиях конкуренции никто никого не заставляет повышать качество продукции, кроме угрозы банкротства. В результате постоянно идет процесс «вымывания» с рынка некачественной продукции.

Движущей силой конкуренции является стимул к нововведениям. Именно на основе нововведений удастся повышать качество продукции (услуг), улучшать полезный эффект товара, тем самым добиваться конкурентного преимущества данного товара. Таким образом, обеспечение конкурентоспособности товара требует новаторского, предпринимательского подхода, сутью которого являются поиск и реализация инноваций.

**13 Доход и рентабельность производства**

**13.1 Доход и рентабельность производства как обобщающий показатель финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия**

Прибыль и доход являются основными показателями финансовых результатов производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

***Доход - это выручка от реализации продукции (работ, услуг) за вычетом материальных затрат.***

Он представляет собой денежную форму чистой продукции предприятия, т.е. включает в себя оплату труда и прибыль.

Доход характеризует общую сумму средств, которая поступает предприятию за определенный период и за вычетом налогов может быть использована на потребление и инвестирование. Доход иногда является объектом налогообложения. В этом случае после вычета налога он подразделяется на фонды потребления, инвестиционный и страховой. Фонд потребления используется на оплату труда персонала и выплаты по итогам работы за определенный период, за долю в уставном имуществе (дивиденды), материальную помощь и т.п.

К материальным относятся затраты, включаемые в соответствующий элемент сметы затрат на производство, а также приравненные к ним затраты на: амортизацию основных фондов, отчисления на социальные нужды, а также «прочие затраты», т.е. все элементы сметы затрат на производство за исключением затрат на оплату труда.

Любое коммерческое предприятие основной целью своей деятельности считает получение прибыли. Прибыль является одним из финансовых результатов деятельности предприятия и свидетельствует о его успешной деятельности, которая достигается, если доходы превышают расходы. В обратном случае предприятие получает убыток. Рост прибыли определяет рост потенциальных возможностей предприятия, повышает степень его деловой активности. По прибыли определяется доля доходов учредителей и собственников, размеры дивидендов и других доходов. Прибыль используется также для расчета рентабельности собственных и заемных средств, основных средств, всего авансированного капитала и каждой акции. Однако прибыль является не только основной целью деятельности любой коммерческой организации, но и важнейшей экономической категорией

Как экономическая категория прибыль предприятия отражает чистый доход, созданный в сфере материального производства. На уровне предприятия чистый доход принимает форму прибыли.

Прибыль как экономическая категория выполняет определенные функции:

* Прибыль характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности предприятия. Наличие прибыли на предприятии означает, что его доходы превышают все расходы, связанные с его деятельностью.
* Прибыль обладает стимулирующей функцией, одновременно являясь финансовым результатом и основным элементом финансовых ресурсов предприятия. Доля чистой прибыли, оставшаяся в распоряжении предприятия после уплаты налогов и других обязательных платежей, должна быть достаточной для финансирования расширения производственной деятельности, научно-технического и социального развития предприятия, материального поощрения работников.
* Прибыль является одним из источников формирования бюджетов разных уровней.

Различают прибыль ***бухгалтерскую*** и ***чистую экономическую прибыль.*** Как правило, под ***экономической прибылью*** - понимается разность между общей выручкой и внешними и внутренними издержками.

В число внутренних издержек включают при этом и нормальную прибыль предпринимателя. (***Нормальная прибыль предпринимателя*** - это минимальная плата, необходимая, чтобы удержать предпринимательский талант.)

В настоящее время в бухгалтерском учете выделяют следующие виды прибыли : валовая прибыль, прибыль (убыток) от продаж, прибыль (убыток) до налогообложения, чистую прибыль.

***Валовая прибыль*** определяется как разница между выручкой от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей) и себестоимостью проданных товаров, продукции, работ и услуг. Выручку от реализации товаров, продукции, работ и услуг называют доходами от ***обычных видов деятельности.*** Затраты на производство товаров, продукции, работ и услуг считают ***расходами по обычным видам деятельности.*** Валовую прибыль рассчитывают по формуле

http://econpredpr.narod.ru/Pict/Image701.gif

где *ВР* - выручка от реализации; *С* - себестоимостью проданных товаров, продукции, работ и услуг.

***Прибыль (убыток) от продаж***представляет собой валовую прибыль за вычетом управленческих и коммерческих расходов:

http://econpredpr.narod.ru/Pict/Image702.gif

где Ру - расходы на управление;

Рк- коммерческие расходы.

***Прибыль (убыток) до налогообложения*** - это прибыль от продаж с учетом прочих доходов и расходов:

где Спдр *-* прочие доходы и расходы.

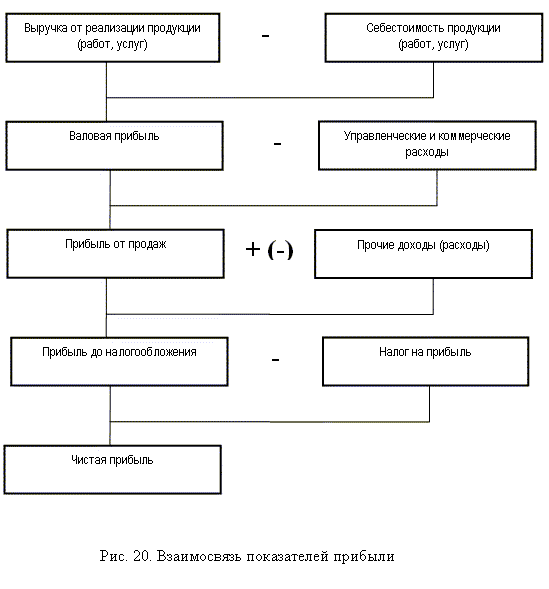
В число прочих доходов включают поступления, связанные с предоставлением за плату во временное пользование активов организации; поступления, связанные с предоставлением за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности; поступления, связанные с участием в уставных капиталах других организаций (включая проценты и иные доходы по ценным бумагам); 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 организации, а также проценты за использование банком денежных средств, находящихся на счете организации в этом банке. Сюда включают также штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров; активы, полученные безвозмездно, в том числе по договору дарения; поступления в возмещение причиненных организации убытков; прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году; суммы кредиторской и депонентской задолженности, по которым истек срок исковой давности; курсовые разницы. В настоящее время к прочим доходам нужно отнести и поступления, возникающие как последствия чрезвычайных обстоятельств хозяйственной деятельности (стихийного бедствия, пожара, аварии, национализации и т.п.): стоимость материальных ценностей, остающихся от списания непригодных к восстановлению и дальнейшему использованию активов, и т.д.

Прочие расходы - это расходы, связанные с предоставлением за плату во временное пользование (временное владение и пользование) активов организации; расходы, связанные с предоставлением за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности; расходы, связанные с участием в уставных капиталах других организаций; проценты, уплачиваемые организацией за предоставление ей в пользование денежных средств (кредитов, займов); расходы, связанные с продажей, выбытием и прочим списанием основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты), товаров, продукции; расходы, связанные с оплатой услуг, оказываемых кредитными организациями. К прочим расходам относят также штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров; возмещение причиненных организацией убытков; убытки прошлых лет, признанные в отчетном году; суммы дебиторской задолженности, по которой истек срок исковой давности, других долгов, нереальных для взыскания; курсовые разницы.

***Чистая прибыль*** может быть получена вычитанием из прибыли до налогообложения суммы налога на прибыль и иных аналогичных обязательных платежей (суммы штрафных санкций, подлежащих уплате в бюджет и государственные внебюджетные фонды):

где *Н* - сумма налогов.

Последовательность формирования показателей прибыли отражена на рисуноке 14.



[Рисунок 14. Взаимосвязь показателей прибыли](http://econpredpr.narod.ru/Pict/Image704.gif)

Для большинства предприятий основной источник прибыли связан с его производственной и предпринимательской деятельностью. Эффективность его использования зависит от знания конъюнктуры рынка и умения адаптировать развитие производства к постоянно меняющейся конъюнктуре. Величина прибыли зависит от правильности выбора производственного профиля предприятия по выпуску продукции (выбор продуктов, пользующихся стабильным или высоким спросом); от создания конкурентоспособных условий продажи своих товаров и оказания услуг (цена, сроки поставки, обслуживание покупателей, послепродажное обслуживание и т.д.); от объемов производства (чем больше объем производства, тем больше масса прибыли); от снижения издержек производства.

Кроме производственной и предпринимательской деятельности источником образования прибыли предприятия может быть его монопольное положение по выпуску той или иной продукции или уникальности продукта. Этот источник поддерживается за счет постоянного совершенствования технологии, обновления выпускаемой продукции, обеспечения ее конкурентоспособности.

На изменение прибыли влияют две группы факторов: внешние и внутренние. К внешним факторам относятся природные условия; транспортные условия; социально-экономические условия; уровень развития внешнеэкономических связей; цены на производственные ресурсы и др.

Внутренними факторами изменения прибыли могут быть основные факторы (объем продаж, себестоимость продукции, структура продукции и затрат, цена продукции); неосновные факторы, связанные с нарушением хозяйственной дисциплины (неправильное установление цен, нарушения условий труда и качества продукции, ведущие к штрафам и экономическим санкциям и др.).

При выборе путей увеличения прибыли ориентируются в основном на внутренние факторы, влияющие на величину прибыли. Увеличение прибыли предприятия может быть достигнуто за счет увеличения выпуска продукции; улучшения качества продукции; продажи излишнего оборудования и другого имущества или сдачи его в аренду; снижения себестоимости продукции за счет более рационального использования материальных ресурсов, производственных мощностей и площадей, рабочей силы и рабочего времени; диверсификации производства; расширения рынка продаж и т.д.

Для оценки результативности и экономической целесообразности деятельности предприятия недостаточно только определить абсолютные показатели. Более объективную картину можно получить с помощью показателей рентабельности. Показатели рентабельности являются относительными характеристиками финансовых результатов и эффективности деятельности предприятия.

Термин рентабельность ведет свое происхождение от слова рента, что в буквальном смысле означает доход. Таким образом, термин рентабельность в широком смысле слова означает прибыльность, доходность.

Показатели рентабельности используют для сравнительной оценки эффективности работы отдельных предприятий и отраслей, выпускающих разные объемы и виды продукции. Эти показатели характеризуют полученную прибыль по отношению к затраченным производственным ресурсам. Наиболее часто используются такие показатели, как рентабельность продукции и рентабельность производства.

**Рентабельность продукции (норма прибыли)** - это отношение общей суммы прибыли к издержкам производства и реализации продукции (относительная величина прибыли, приходящейся на 1 ден.ед. текущих затрат):

где Ц - цена единицы продукции; С - себестоимость единицы продукции.

**Рентабельность производства (общая)** показывает отношение общей суммы прибыли к среднегодовой стоимости основных и нормируемых оборотных средств (величину прибыли в расчете на 1 ден.ед. производственных фондов):

где П - сумма прибыли;

ОСср - среднегодовая стоимость основных средств;

ОбСср - средние за год остатки оборотных средств.

Этот показатель характеризует эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятия, отражая при какой величине использованного капитала получена данная масса прибыли.

С помощью рентабельности продукции оценивают эффективность производства отдельных видов изделий, а рентабельность производства, или общая, балансовая рентабельность, служит показателем эффективности работы предприятия (отрасли) в целом.

Повышению уровня рентабельности способствуют, **увеличение массы прибыли, снижение себестоимости продукции, улучшение использования производственных фондов.** Показатели рентабельности используют при оценке финансового состояния предприятия.

**14 Финансы предприятия**

**14.1 Понятие и функции финансов предприятия**

***Финансы предприятия*** выполняют три функции: ***обеспечивающую, распределительную*** *и* ***контрольную.***

***Сущность обеспечивающей функции финансов***субъектов хозяйствования заключается в создании на предприятии фондов денежных средств в оптимальном размере. Все производственные расходы должны быть покрыты собственными доходами. Временная дополнительная потребность в средствах покрывается за счет кредита и других заемных средств. При этом оптимизация источников денежных средств - одна из главных задач управления финансами предприятия, поскольку при излишке средств снижается эффективность их использования, а при недостатке возникают финансовые трудности, которые могут привести к серьёзным последствиям.

***Распределительная функция финансов предприятий*** тесно связано с обеспечивающей функцией. Посредством распределительной функции происходят формирование первоначального капитала, образующегося за счет вкладов учредителей, создание основных пропорций в распределении доходов и финансовых ресурсов, обеспечивается оптимальное сочетание интересов отдельных товаропроизводителей, хозяйствующих субъектов и государства в целом. Распределительная функция основана на том, что финансовые ресурсы фирмы подлежат распределению в целях выполнения денежных обязательств перед бюджетом, кредиторами, контрагентами. Ее результатом является формирование и использование целевых фондов денежных средств, поддержание эффективной структуры капитала.

Распределительные отношения затрагивают интересы как общества в целом, так и отдельных хозяйствующих субъектов, их учредителей, акционеров, работников, кредитных и страховых институтов. При нарушении непрерывного кругооборота средств, росте затрат на производство и реализацию продукции, выполнение работ, оказание услуг снижаются доходы хозяйствующего субъекта и общества в целом, что свидетельствует о недостатках в организации производственного процесса, недостаточном воздействии распределительных отношений на эффективность производства.

***Контрольная функция***финансов связана с применением различного рода стимулов и санкций, а также нормативных и расчетных показателей финансовой деятельности предприятия. Она предполагает осуществление финансового контроля над результатами производственно-финансовой деятельности фирмы, а также за процессом формирования, распределения и использования финансовых ресурсов в соответствии с текущими и оперативными планами. Объективная основа контрольной функции - стоимостный учет затрат на производство и реализацию продукции, выполнение работ и оказание услуг, процесс формирования доходов и денежных фондов. Распределить и использовать доходов больше, чем создано в процессе производства продукции (выполнения работ и оказания услуг) и получено после их реализации, невозможно. Размер получаемых хозяйствующим субъектом доходов определяет возможности его дальнейшего развития. От эффективности производства, снижения затрат, рационального использования финансовых ресурсов зависят конкурентоспособность предприятия, его финансовая устойчивость. Таким образом, контрольная функция является производной от распределительной функции.

***Финансовый контроль*** на фирме имеет две формы:

* контроль за изменением финансовых показателей, состоянием платежей и расчетов;
* контроль за реализацией стратегии финансирования.

***Контрольная функция*** финансов предприятия способствует выбору наиболее рационального режима производства и распределения общественного продукта и национального дохода на предприятии и в народном хозяйстве.

Используемые предприятием способы и методы управления финансами дают возможность сопоставить фактические результаты формирования, движения и использования основного и оборотного капитала, финансовых ресурсов с предусмотренными в планах показателями, с нормативами; выявить отклонения и их причины.

Во-первых, выявляется степень выполнения месячных, квартальных, годовых планов, поступления выручки от реализации продукции, соответствия фактических затрат на производство и реализацию продукции, получения прибыли, размера прироста оборотных средств, выбытия и ввода основных фондов.

Во-вторых, контролируется своевременность поступления средств на расчетный счет предприятия, оплата поставок сырья, материалов, топлива, электроэнергии, иных услуг.

В-третьих, осуществляется контроль за правильным и своевременным перечислением средств в денежные фонды предприятия, за целевым использованием этих фондов.

В-четвертых, осуществляется контроль над внесением платежей в бюджет, во внебюджетные фонды.

В-пятых, контролируется целевое использование кредитов, своевременность их погашения и уплаты процентов.

В-шестых, контролируется финансовое состояние предприятия и выполнение мер по его улучшению.

Для реализации контрольной функции предприятия разрабатывают нормативы, определяющие размеры фондов денежных средств и источники их финансирования.

***Функции финансов предприятий*** взаимосвязаны и являются сторонами одного и того же процесса.

**14.2 Основные принципы и направления организации финансовой деятельности предприятия**

***Финансовые отношения коммерческих организаций и предприятий*** строятся на определенных принципах, связанных с основами хозяйственной деятельности: хозяйственная самостоятельность, самофинансирование, материальная заинтересованность, материальная ответственность, обеспечение финансовыми резервами.

***Принцип хозяйственной самостоятельности*** не может быть реализован без самостоятельности в области финансов. Его реализация обеспечивается тем, что хозяйствующие субъекты независимо от формы собственности самостоятельно определяют свои расходы, источники финансирования, направления вложений денежных средств с целью получения прибыли.

Развитие рыночных отношений существенно расширило самостоятельность хозяйствующих субъектов, появились новые возможности в инвестировании денежных средств. Предприятия с целью получения дополнительной прибыли могут осуществлять финансовые инвестиции краткосрочного и долгосрочного характера в форме приобретения ценных бумаг других коммерческих организаций, государства, участия в формировании уставного каптала другого хозяйствующего субъекта, хранения денежных средств на депозитных счетах коммерческих банков.

Однако сказать о полной финансовой самостоятельности хозяйствующих субъектов в процессе формирования финансовых ресурсов и использования принадлежащих им денежных средств нельзя. Государство регламентирует отдельные стороны их деятельности. Так, предприятия всех форм собственности в соответствии с законодательством уплачивают необходимые налоги в соответствии с установленными ставками, участвуют в формировании внебюджетных фондов.

***Принцип самофинансирования.*** Реализация этого принципа - одно из основных условий предпринимательской деятельности, обеспечивающей конкурентоспособность хозяйствующего субъекта. Самофинансирование означает полную окупаемость затрат на производство и реализацию продукции, инвестирование и развитие производства за счет собственных денежных средств и, при необходимости, банковских и коммерческих кредитов. В настоящее время не все предприятия и организации способны полностью реализовать этот принцип.

***Принцип материальной заинтересованности*** - объективная его необходимость диктуется основной целью предпринимательской деятельности - получением прибыли. Заинтересованность в результатах хозяйственной деятельности в равной степени присуща коллективам предприятий и организаций, отдельным работникам и государству в целом. Реализация этого принципа может быть обеспечена достойной оплатой труда, оптимальной налоговой политикой государства, соблюдением экономически обоснованных пропорций в распределении чистой прибыли на потребление и накопление.

***Принцип материальной ответственности*** означает наличие определенной системы ответственности за результаты финансово-хозяйственной деятельности. В целом, для хозяйствующего субъекта этот принцип реализуется через пени и неустойки, штрафы, взимаемые при нарушении договорных обязательств (сроки, качество продукции), несвоевременности возврата краткосрочных и долгосрочных ссуд, погашения векселей, нарушении налогового законодательства, а также в случае неэффективной деятельности путем применения к данному хозяйствующему субъекту процедуры банкротства.

***Принцип обеспечения финансовых резервов.*** Необходимость формирования финансовых резервов и других аналогичных фондов связана с предпринимательской деятельностью, которая всегда сопряжена с риском. В условиях рыночных отношений последствия риска ложатся непосредственно на предпринимателя, который добровольно и самостоятельно на свой страх и риск реализует разработанную им программу.

***Финансовые ресурсы*** могут выступать в таких формах, как финансовые ресурсы предприятий, некоммерческих учреждений, общественных организаций, в форме государственных финансов. Каждая из этих форм имеет свое предназначение, играет свою роль в развитии государства, деятельности предприятий и населения. Как известно, предприятие является основным звеном экономики, а финансовые ресурсы предприятия говорят о его состоятельности или несостоятельности. От результатов деятельности предприятий (от движения финансовых ресурсов, в частности) зависит экономическое положение государства, уровень жизни его граждан.

***Финансы предприятия***составляют основу финансовой системы. Как хозяйствующий субъект, предприятие взаимодействует с поставщиками и покупателями, партнерами по совместной деятельности, с банком, бюджетом и т.д. Однако финансовые отношения возникают только тогда, когда на денежной основе происходит формирование собственных средств предприятия, его доходов, привлечение наемных источников, распределение доходов, их использование на развитие самого предприятия.

***Финансы предприятия*** - это совокупность экономических денежных отношений, связанных с формированием и использованием фонда денежных средств и накоплений предприятий, а также с контролем над формированием, распределением и использованием этих фондов накопления.

Материальным носителем финансовых отношений являются финансовые ресурсы, которые находятся в распоряжении предприятий и предназначены для удовлетворения его производственных и социальных потребностей.

Формирование финансовых ресурсов осуществляется из источников, которые можно подразделить на внутренние и внешние источники. Под внутренними и внешними источниками финансирования понимают соответственно собственные и привлеченные (заемные) средства. Известны различные классификации источников средств.

Основой нормального функционирования предприятия является наличие достаточного объема финансовых ресурсов, обеспечивающих возможность удовлетворения возникающих потребностей предприятия для текущей деятельности и развития.

***Финансовые ресурсы предприятия*** - это денежные доходы и поступления, находящиеся в распоряжении хозяйствующего субъекта и предназначенные для выполнения финансовых обязательств, осуществления затрат по простому и расширенному воспроизводству и экономическому стимулированию на предприятии.

Формирование финансовых ресурсов предприятий осуществляется за счет собственных и заемных средств, мобилизации ресурсов на финансовом рынке и поступления денежных средств от финансово- банковской системы в порядке перераспределения.

Принципиальное различие между источниками собственных и заемных средств кроется в юридической причине - в случае ликвидации предприятия его владельцы имеют право на ту часть имущества предприятия, которая останется после расчетов с третьими лицами.

***Основными источниками финансирования*** являются собственные средства: уставный капитал, прибыль, амортизационные отчисления и др.

***Уставный капитал*** представляет собой сумму средств, предоставленных собственниками для обеспечения уставной деятельности предприятия. Содержание категории «уставный капитал» зависит от организационно-правовой формы предприятия:

* для государственного предприятия - стоимостная оценка имущества, закрепленного государством за предприятием на праве полного хозяйственного ведения;
* для товарищества с ограниченной ответственностью - сумма долей собственников;
* для акционерного общества - совокупная номинальная стоимость акций всех типов;
* для производственного кооператива - стоимостная оценка имущества, предоставленного участниками для ведения деятельности;
* для арендного предприятия - сумма вкладов его работников;
* для предприятия иной формы, выделенного на самостоятельный баланс - стоимостная оценка имущества, закрепленного его собственником за предприятием на праве полного хозяйственного ведения.

При создании предприятия вкладами в его уставный капитал могут быть денежные средства, материальные и нематериальные активы. В момент передачи активов в виде вклада в уставный капитал право собственности на них переходит к хозяйствующему субъекту, т.е. инвесторы теряют вещные права на эти объекты. Таким образом, в случае ликвидации предприятия или выхода участника из состава общества или товарищества он имеет право лишь на компенсацию своей доли в рамках остаточного имущества, но не на возврат объектов, переданных им в свое время в виде вклада в уставный капитал. Уставный капитал, следовательно, отражает сумму обязательств предприятия перед инвесторами.

***Уставный капитал*** формируется при первоначальном инвестировании средств. Его величина объявляется при регистрации предприятия, а любые корректировки размера уставного капитала (дополнительная эмиссия акций, снижение номинальной стоимости акций, внесение дополнительных вкладов, прием нового участника, присоединение части прибыли и др.) допускаются лишь в случаях и порядке, предусмотренных действующим законодательством и учредительными документами.

Среди внутренних источников финансовых ресурсов важнейшими являются прибыль и амортизационные отчисления. Прибыль предприятия формируется в процессе его производственной деятельности, являясь ее конечным результатом. В условиях конкуренции трудовой коллектив заинтересован в росте прибыли, так как она является источником роста производства, следовательно, и роста благосостояния работников предприятия. 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, называемая чистой прибылью. 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 фондов накопления.

***Прибыль***- основной источник формирования резервного капитала (фонда). Этот капитал предназначен для возмещения непредвиденных потерь и возможных убытков от хозяйственной деятельности, т.е. является страховым по своей природе. Порядок формирования резервного капитала определяется нормативными документами, регулирующими деятельность предприятия данного типа, а также его уставными документами.

***Специфическим источником средств являются фонды специального назначения и целевого финансирования:*** безвозмездно полученные ценности, а также безвозвратные и возвратные государственные ассигнования на финансирование непроизводственной деятельности, связанной с содержанием объектов социально-культурного и коммунально-бытового назначения, на финансирование издержек по восстановлению платежеспособности предприятий, находящихся на полном бюджетном финансировании, и др.

Еще один источник внутренних резервов - добавочный капитал образуется в результате прироста стоимости имущества, выявленной в результате переоценки, получения эмиссионного дохода (от дополнительной эмиссии акций, продажи акций выше номинала), безвозмездного получения ценностей или имущества от других предприятий и лиц (как правило, носят строго целевой характер). В уставных документах может предусматриваться создание неделимого фонда сверх суммы уставного капитала, фонд используется как финансовый ресурс.

Внешние источники финансовых ресурсов предприятия финансовых ресурсов предприятия (или заемные финансовые средства) - это поступление извне. Они образуются за счет мобилизуемых на финансовом рынке и поступающих в порядке перераспределения средств. Ресурсы, мобилизуемые на финансовом рынке, состоят из средств от продажи собственных ценных бумаг (акций, облигаций и другие) и кредитных инвестиций.

***Ресурсы, поступающие в порядке перераспределения,* состоят из:**

* страховых возмещений по искам;
* реализации страховых полисов и залоговых свидетельств;
* финансовых ресурсов, формируемых на паевых началах (долевое участие в текущей и инвестиционной деятельности);
* дивиденды, проценты по ценным бумагам других эмитентов;
* финансовых ресурсов, поступающих от союзов, ассоциаций, отраслевых структур;
* бюджетных ассигнований, субсидий и субвенций.

***Финансовые ресурсы*,** мобилизуемые на финансовом рынке, представлены денежными средствами, полученными от продажи собственных акций, облигаций и других видов ценных бумаг, а также заемными средствами или крупными инвестициями. Они состоят из правовых хозяйственных обязательств перед третьими лицами. Это долгосрочные и краткосрочные кредиты банков, облигационные займы, а также средства других предприятий в виде векселей. Эти средства передаются предприятию на основе платности и возвратности.

***Финансы некоммерческих учреждений (ФНУ)***

Некоммерческая деятельность не преследует цель получения определенных доходов. Но эти доходы используются на развитие самого учреждения.\*

Источники финансовых ресурсов некоммерческих учреждений:

* бюджетные средства;
* внебюджетные государственные фонды;
* средства населения;
* денежные отчисления различных коммерческих структур, поступления средств за работы и услуги, выполненные в соответствии с договорами;
* выручка от реализации продукции, включая средства от продажи билетов на массовые мероприятия;
* выручка от сдачи имущества в аренду;
* доходы от подготовки кадров (переподготовку, повышение квалификации и т.д.).

***ФОО (финансы общественных организаций)***

Они включают в себя:

* финансы общественных, в том числе профорганизаций;
* финансы политических и общественных движений;
* финансы специальных целевых фондов;
* финансы благотворительных фондов.

***Общественное объединение*** - добровольное формирование, возникшее в результате свободного волеизъявления граждан, объединенных на основе общности их интересов.

***Финансово - хозяйственная деятельность*** общественных организаций сочетает 2 способа использования финансовых ресурсов: ***самоокупаемость*** и ***сметное финансирование.***

Экономическое содержание ФОО включает в себя следующие виды и группы денежных отношений:

* денежные отношения между общественными организациями и их членами, связанные с уплатой различного рода взносов, оказанием материальной помощи и пр.;
* денежные отношения общественных организаций с предприятиями и учреждениями, связанные с добровольными пожертвованиями, которые могут перечисляться в фонды общественных организаций;
* денежные отношения общественных организаций по формированию и использованию целевых денежных фондов;
* денежные отношения между вышестоящими и нижестоящими структурами общественных организаций;
* денежные отношения между общественными организациями и подведомственными им производственно - хозяйственными структурами.

***Основная цель предприятия - получение максимальной прибыли*** - может быть достигнута при условии обеспечения устойчивого финансового состояния. Правильное определение финансового состояния предприятия имеет большое значение не только для него самого, но и для акционеров и потенциальных инвесторов предприятия. Для его оценки проводится финансовый анализ. В ходе проведения анализа рассчитывается комплекс показателей, основная информация для расчета которых черпается из форм бухгалтерской отчетности предприятия.

Бухгалтерская отчетность состоит из бухгалтерского баланса, отчета о прибылях и убытках, приложений к ним и пояснительной записки. Основная информация содержится в бухгалтерском балансе, который характеризует финансовое положение организации по состоянию на отчетную дату.

По своей форме ***бухгалтерский баланс***представляет таблицу, в которой, с левой стороны (в активе), отражаются средства предприятия, а с правой (в пассиве) - источники их образования.

Пассив, от латинского passivus, означает бездеятельный. Бездеятельный в данном случае означает, что в денежной форме финансовые ресурсы и капитал не могут принести предприятию требуемых доходов. Актив, от латинского aktivus, означает деятельный. Актив баланса включает два, а пассив - соответственно три раздела (рисунок 15).

|  |  |
| --- | --- |
| БАЛАНС | |
| Актив   1. Внеоборотные активы   .  .   1. Оборотные активы   .  .  Баланс | Пассив  III. Капитал и резервы  .  .  IV. Долгосрочные обязательства  .  .  V. Краткосрочные обязательства  .  .  Баланс |

Рисунок 15. Бухгалтерский баланс

Активы и пассивы всегда находятся в равновесии, выражаемом основным балансовым уравнением:

Разделы баланса содержат определенную Положениями о бухгалтерском учете информацию.

***I. «Внеоборотные активы».*** В этом разделе отражаются основные средства и нематериальные активы по остаточной стоимости, кроме тех основных средств, которые не амортизируются, и нематериальных активов, по которым не начисляется износ. Здесь же отражается стоимость земельных участков, незавершенное строительство, долгосрочные финансовые вложения и прочие внеоборотные активы.

***II. «Оборотные активы».*** В этом разделе отражаются запасы и затраты, все виды дебиторской задолженности, краткосрочные финансовые вложения и остаток денежных средств. Средства в этом разделе отражаются в порядке возрастания их ликвидности.

Собственный капитал является основой самостоятельности и независимости предприятий. Однако финансирование деятельности предприятий только за счет собственных средств не всегда выгодно, особенно если производство носит сезонный характер. Тогда в некоторые периоды будут накапливаться большие средства на счетах в банке, а в другие периоды их будет недоставать. Кроме того, если цены на финансовые ресурсы невысокие, а предприятие может обеспечить более высокий уровень отдачи на вложенный капитал, чем платит за кредитные ресурсы, то привлекая заемные средства, оно может повысить рентабельность собственного капитала.

Между активом и пассивом баланса существует взаимосвязь. Каждая статья актива имеет свои источники финансирования. Источником финансирования долгосрочного капитала обычно являются собственные и долгосрочные заемные средства. Текущие активы образуются чаще всего за счет собственного капитала и краткосрочных кредитов.

Итог баланса носит название валюты баланса и показывает ориентировочную сумму средств, находящихся в распоряжении предприятия. Оценка изменения валюты баланса на начало отчетного периода, и конец дает возможность определить рост или снижение в абсолютном выражении. Увеличение валюты баланса обычно свидетельствует о росте производственных возможностей предприятия. Снижение валюты баланса - отрицательное явление, так как сокращается производственная деятельность предприятия (падает спрос на продукцию, нет сырья, материалов).

***Отчет о прибылях и убытках*** характеризует финансовые результаты деятельности предприятия за отчетный период. В отчете содержатся показатели, отражающие все виды доходов, расходов и прибыли предприятия.

***Пояснения*** к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках обеспечивают пользователей дополнительными данными, которые не целесообразно включать в бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках, но которые необходимы для реальной оценки финансового положения предприятия, финансовых результатов его деятельности и изменений в его финансовом положении. Пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках раскрывают информацию в виде отдельных отчетных форм (отчет о движении денежных средств, отчет об изменениях капитала и др.) и в виде пояснительной записки.

Показатели, характеризующие финансовое состояние можно условно разделить на группы, отражающие различные стороны финансового состояния предприятия. К ним относятся коэффициенты ликвидности; показатели структуры капитала (коэффициенты устойчивости); коэффициенты рентабельности; коэффициенты деловой активности.

Степень платежеспособности предприятия обычно оценивается при помощи финансовых ***коэффициентов ликвидности*:**

1. Коэффициент абсолютной ликвидности рассчитывают как отношение денежных средств и быстрореализуемых краткосрочных ценных бумаг к текущей - краткосрочной задолженности:

**http://econpredpr.narod.ru/Pict/Image802.gif**

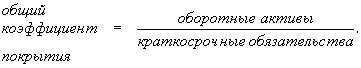
В мировой практике достаточным считается значение коэффициента абсолютной ликвидности, равное 0,2 - 0,3, то есть предприятие может немедленно погасить 20-30% текущих обязательств.

2. Коэффициент ликвидности определяют как отношение денежных средств, краткосрочных финансовых вложений и дебиторской задолженности к текущим обязательствам:

http://econpredpr.narod.ru/Pict/Image803.gif

По оценкам, принятым в международной практике, значение коэффициента должно быть 0,8-1.

3. Общий коэффициент покрытия, который часто называют просто коэффициентом покрытия, дает общую оценку платежеспособности предприятия. Коэффициент покрытия представляет интерес для покупателей и держателей акций и облигаций предприятия. Его вычисляют по формуле:



Нормальное значение этого коэффициента составляет 2,0-2,5.

***Финансовую устойчивость*** и автономность отражает структура баланса (соотношение между отдельными разделами актива и пассива), которая характеризуется несколькими показателями.

1. Коэффициент автономии характеризует зависимость предприятия от внешних займов. Чем ниже значение коэффициента, тем больше займов у компании, тем выше риск неплатежеспособности. Низкое значение коэффициента отражает также потенциальную опасность возникновения у предприятия дефицита денежных средств:

http://econpredpr.narod.ru/Pict/Image805.gif

Считается нормальным, если значение показателя коэффициента автономии больше 0,5, то есть финансирование деятельности предприятия осуществляется не менее, чем на 50% из собственных источников.

2. Долю заемных средств определяют по формуле

http://econpredpr.narod.ru/Pict/Image806.gif

Данное отношение показывает, сколько заемных средств привлекало предприятие на 1 руб. собственных средств, вложенных в активы.

3. Коэффициент инвестирования - соотношение заемных и собственных средств - является еще одной формой представления коэффициента финансовой независимости:

http://econpredpr.narod.ru/Pict/Image807.gif

Рекомендуемые значения: 0,25-1.

***Коэффициенты рентабельности.*** Кроме уже рассмотренных коэффициентов рентабельности, при анализе финансового состояния рассчитывают и другие модификации, характеризующие различные стороны деятельности предприятия.

1. Коэффициент рентабельности продаж. Демонстрирует долю чистой прибыли в объеме продаж предприятия:

http://econpredpr.narod.ru/Pict/Image808.gif

2. Коэффициент рентабельности собственного капитала позволяет определить эффективность использования капитала, инвестированного собственниками предприятия. Обычно этот показатель сравнивают с возможным альтернативным вложением средств в другие ценные бумаги. Рентабельность собственного капитала показывает, сколько денежных единиц чистой прибыли заработала каждая единица, вложенная собственниками компании:

http://econpredpr.narod.ru/Pict/Image809.gif

3. Коэффициент рентабельности оборотных активов. Демонстрирует возможности предприятия в обеспечении достаточного объема прибыли по отношению к используемым оборотным средствам компании. Чем выше значение этого коэффициента, тем более эффективно используются оборотные средства:

http://econpredpr.narod.ru/Pict/Image810.gif

4. Коэффициент рентабельности внеоборотных активов демонстрирует способность предприятия обеспечивать достаточный объем прибыли по отношению к основным средствам компании. Чем выше значение данного коэффициента, тем более эффективно используются основные средства:

http://econpredpr.narod.ru/Pict/Image811.gif

5. Коэффициент рентабельности инвестиций показывает, сколько денежных единиц потребовалось предприятию для получения одной денежной единицы прибыли. Этот показатель является одним из наиболее важных индикаторов конкурентоспособности:

http://econpredpr.narod.ru/Pict/Image812.gif

***Коэффициенты деловой активности*** позволяют проанализировать, насколько эффективно предприятие использует свои средства. Среди этих коэффициентов рассматриваются такие показатели как фондоотдача, когда речь идет о внеоборотных активах, оборачиваемость оборотных средств, а также оборачиваемость всего капитала.

**14.3 Налогообложение предприятий: сущность, виды и принципы**

Впервые экономическая сущность налогов была исследована в работах Д. Рикардо, который положил начало научным исследованиям. Изъятие государством в пользу общества определенной части стоимости ВВП в виде обязательного взноса и составляет сущность налога. Взносы осуществляют основные участники производства ВВП:

* работники, своим трудом, создающие материальные и нематериальные блага и получающие определенный доход;
* хозяйствующие субъекты, владельцы капитала, действующие в сфере предпринимательства.

За счет налоговых взносов, сборов, пошлин и других платежей формируются финансовые ресурсы государства. Налоги возникли с появлением государства, и являются основой его существования. Экономическое содержание налогов выражается взаимоотношениями хозяйствующих субъектов и граждан, с одной стороны, и государства с другой стороны, по поводу формирования государственных финансов. В современных условиях налоги - основной источник доходов государства.

Большое значение имеют труды А. Смита, классика теории налогообложения. В своем классическом сочинении «Исследования о природе и причинах богатства народов» считал основными принципами налогообложения: 1) всеобщность, 2) справедливость, 3) определенность и 4) удобство.

Перечисленные принципы налогообложения учитывались и при формировании новой налоговой системы Казахстана, адекватной рыночным преобразованиям.

Сущность налогов проявляется в их функциях: ***фискальная; регулирующая; стимулирующая; перераспределительная; контрольная.***

* ***фискальная функця*** вытекает из самой природы налогов. Она характерна для всех государств во все периоды их существования и развития. С ее помощью образуются государственные денежные фонды и создаются материальные условия для существования и функционирования государства. Именно эта функция создает объективные предпосылки для повышения роли государства в регулировании экономики страны;
* ***регулирующая функция*** целенаправленно воздействует на развитие народного хозяйства в соответствии с принимаемыми программами. При этом используется выбор форм налогов, изменение ставок, способов взимания, льготы и скидки. Эти регуляторы влияют на структуру и пропорции общественного воспроизводства, объемы накопления и потребления; их применение эффективно при стимулировании НТП;
* ***стимулирующая функция*** реализуется через систему льгот, преференций (предпочтений). Объединяя стимулирующую и регулирующую функцию в одну экономическую функцию, можно сказать, что налоги как активный инструмент перераспределительных процессов, оказывает существенное влияние на воспроизводство, стимулируя или ослабляя накопление капитала, расширяя или сужая платежеспособный спрос населения;
* ***перераспределительная функция*** заключается в перераспределении части доходов различных субъектов хозяйствования в пользу государства. Масштаб действия этой функции определяется долей налогов в ВВП. В последние годы с 1995 г. по 1998 г. доля налогов в ВВП имела тенденцию к снижению: от 18,2% в ВВП в 1995 г. и в 1996 г., 16,7 % - в 1997 г., 16,3 % в 1998 г. Таким образом, в последние годы для Казахстана характерен низкий удельный вес налоговых и приравненных к ним платежей, что объясняется их недостаточной собираемостью - уклонением от налогообложения;
* ***благодаря контрольной функции*** оценивается эффективность налогового механизма, обеспечивается контроль над движением финансовых ресурсов, выявляется необходимость внесения изменений в налоговую систему и бюджетную политику. Эта функция проявляется лишь в условиях действия перераспределительной функции. Обе функции в органическом единстве определяют эффективность налогово-финансовых отношений.

Налоги классифицируются по следующим признакам:

***по объекту обложения*** - через прямые и косвенные;

1) по органу, осуществляющему взимание и распоряжение налогами:

* через государственные и местные;
* по порядку их использования - через общие и специальные;
* по экономическому признаку;
* по степени оценки объекта обложения;
* в зависимости от формы уплаты налога;
* по субъекту обложения;
* в качестве инструмента бюджетного регулирования;
* по порядку уплаты налога.

2) Прямые налоги, устанавливаемые на доход, имущество физических и юридических лиц имеют пока незначительный удельный вес, тогда как косвенные налоги на товары и услуги, оплачиваемые в цене товара или включенные в тариф, получают все большее распространение. К прямым налогам относятся налоги на доходы и налоги на собственность, такие как: подоходный налог с юридических и физических лиц, земельный налог и другие. К косвенным налогам относятся: НДС, акцизы и таможенные пошлины (регулируется таможенным законодательством).

3) Деление налогов на общегосударственные и местные определяется двумя факторами: кем установлен налог (центральным или местным органом) и доходным источником, какого бюджета он является (центрального или местного).

В соответствии с Конституцией и Налоговым законодательством РК все налоги устанавливаются только центральными органами в лице парламента и в определенных случаях - Президента РК, то определяющим является второй критерий;

4) Общие налоги поступают государству и при использовании обезличиваются, специальные налоги имеют строго специальное назначение. В настоящее время специальные налоги (ранее зачисляемые во внебюджетные фонды) поступают в бюджет, где, однако они выделяются отдельной строкой. Бюджет утверждается соответствующим представительным органом. Все специальные фонды формируются в рамках бюджета, утверждаются этим же представительным органом и им же контролируется законность и целесообразность расходования этих фондов. В результате вместо параллельного существования нескольких государственных денежных фондов, мы имеем единую финансовую систему, основанную на иерархии денежных фондов и построенную по схеме: бюджет, утверждаемый соответствующим представительным органом; обозначенный в качестве его части социальный фонд, переданный в распоряжение соответствующему ведомству, но контролируемый тем представительным органом, который утвердил бюджет.

5) По экономическому признаку различают налоги на доходы и налоги на потребление; первые взимаются с доходов, получаемых плательщиком от любого объекта обложения, во втором случае - это налоги на расходы, которые уплачиваются при потреблении товаров и услуг (НДС, акцизы).

6) По степени оценки объектов обложения существует 4 способа взимания налогов:

* ***кадастровый*** *-* учет и взимание налога осуществляется на основе описи объектов обложения с указанием нормы их доходности без учета фактической доходности (земельный налог и имущественный);
* ***по декларации*,** где налогоплательщик указывает размер дохода, необходимые льготы, вычеты и начисляет сумму налога;
* ***у источника получения дохода*,** исчисляется и выплачивается на месте получения дохода бухгалтерией юридического лица, где работает плательщик;
* ***на основе патента*** на разнообразные виды предпринимательской деятельности.

7) В зависимости от формы уплаты налоги подразделяются на ***натуральные*** и ***денежные.*** Денежная форма является преобладающей формой уплаты налога. Однако как в прошлом, так и в настоящем известны и натуральные налоги. Так, Указ о налогах допускает натуральную форму уплаты налога недропользователями в виде доли добываемой продукции в размере, определяемом контрактом на недропользование.

8) По субъектам можно выделить налоги с юридических лиц и налоги с физических лиц. В настоящее время налоговое законодательство в Казахстане пошло по пути конструирования общих налогов, которые распространяются одновременно на юридических и физических лиц. Эти налоги установлены общими для тех и других субъектов нормативными актами и совпадают по своим основным элементам. Однако в силу объективных различий между этими субъектами даже в рамках одного акта всегда прослеживаются особенности налогообложения тех и других.

9) В качестве инструмента бюджетного регулирования налоги подразделяются на закрепленные и регулирующие налоги.

***Бюджетное регулирование*** - это процесс сбалансирования бюджета, т.е. обеспечение равенства его доходной и расходной статей.

***Закрепленные налоги*** - это те, которые в соответствии с законодательством закреплены как доходный источник за определенным видом бюджета.

***Регулирующие налоги***- это те, которые в процессе ежегодного утверждения бюджетов передаются из вышестоящего бюджета в нижестоящий бюджет, в целях сбалансирования последнего. Таким образом, налог, являющийся закрепленным для вышестоящего бюджета, может выступать в качестве регулирующего для местного. В результате доходы республиканского бюджета состоят только из закрепленных источников (включая закрепленные налоги), доходы местных бюджетов - как из постоянно закрепленных доходов этих бюджетов, так и из регулирующих доходов. Для регулирования местных бюджетов обычно используются подоходный налог с физических лиц, удерживаемый у источника выплаты.

По порядку уплаты налога, предусматривает предоставление налогоплательщикам уплаты налога по обычной и упрощенной схеме. Официальным документом, удостоверяющим право применения упрощенной схемы налогообложения, является патент, выдаваемый сроком на один календарный год налоговыми органами. Такой способ уплаты применяется в отношении налогоплательщиков, преимущественно работающих с наличными деньгами и имеющими огромный оборот по реализации товаров, работ и услуг, а так же ограниченное число занятых в них работников. В стоимость патента входит фиксированный суммарный налог, включающий в себя налоги и другие обязательные платежи в бюджет, а также иные финансовые обязательства перед государством. При превышении предельной численности работающих предприниматели переходят на обычную систему налогообложения.

Налоги - это предусмотренные законом обязательные платежи, взимаемые в определенных размерах и в установленные сроки.

**Список использованных источников**

1 Гражданский кодекс РК. - Алматы. - 1994.

2 Кодекс РК «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» (Налоговый кодекс). - Казахстанская правда, 2001, 20 июня.

3 Земельный кодекс РК. - Казахстанская правда, 2003, 26 июня.

4 Водный кодекс РК. - Казахстанская правда, 2003, 17 июля.

5 Лесной кодекс РК. - Казахстанская правда, 2003, 12 июля.

6 Бюджетный кодекс РК. - Казахстанская правда, 2004, 28 апреля.

7 Закон РК «О частном предпринимательстве». - Казахстанская правда, 2006, 7 февраля.

8 Закон РК «О внесении изменений и дополнений в Указ Президента РК, имеющий силу закона, «О государственном предприятии». - Казахстанская правда, 9 мая 2001 г. И 11 июня 2004 г.

9 Закон РК «О товариществах с ограниченной и дополнительной ответственностью». - Казахстанская правда, 1998, 30 апреля.

10 Закон РК «Об акционерных обществах». - Казахстанская правда, 2003, 16 мая.

11 Закон РК «О кредитных товариществах». - Казахстанская правда, 2003, 2 апреля.

12 Закон РК «О потребительском кооперативе». - Казахстанская правда, 2001, 15 мая.

13 Указ Президента РК «О производственном кооперативе». - Казахстанская правда, 2001, 12 июля.

14 Закон РК «О труде в Республике Казахстан». - Юридическая газета, 1999, 28 октября.

15 Закон РК «Об инновационной деятельности». - Казахстанская правда, 2002, 9 июля.

16 Закон РК «Об инвестициях». - Казахстанская правда, 2002, 11 января.

17 Указ Президента РК, имеющий силу закона. «О государственном предприятии».

18 Стандарты бухгалтерского учета. - Бюллетень бухгалтера 1995, №51.

19 Стратегия индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы. – Астана: 2003.

20 Зайцев Н.Л. Экономика организации. - М.: 2000.

21 Экономика предприятия: Учебник / Под ред. Н.А. Сафронова - М.: Юристь. - 2007.

22 Экономика предприятия: Учебник / О.И. Волкова, В.И. Станкевич. Под общ.ред. А.И. Ильина. - М.: Новоиздание. - 2008.

23 Экономика предприятия / Под ред.В.М.Семенова. - Спб.-Питер, 2008.

Скляренко В.И., Прудников В.М., Акуленко Н.Б. Экономика предприятия. Учебное пособие. - М.: ИНФА, 2009.

24 Богатин Ю.В., Швандар В.А. Экономическое управление бизнесом: Учеб. пособие для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. - 391 с.

25 Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятия: Учеб. пособие. - 2-е. изд. доп. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 208 с.: ил.

Курс экономики: Учебник / Под ред. Б.А. Райзберга. - ИНФРА-М, 1997. - 720 с.

26 Экономика: Учебник 3-е изд., перераб. и доп. /Под ред. д-ра экон. наук., проф. А.С. Булатова. - М.: Экономистъ, 2003. - 896 с.

27 Экономика предприятия: Учебник для вузов/В.Я. Горфинкель, Е.М. Купряков, В.П. Прасолова и др.; Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. Е.М. Купрякова. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996. - 367 с.

28 Экономика предприятия: Учебник /Под. ред. проф. О.И. Волкова. - М.: ИНФРА-М, 1997. - 416 с.

29 Экономика предприятия: Учебник / Под ред. проф. Н.А. Сафронова. - М.: «Юристъ», 1998. - 584 с.

30 Давыдова Л.А., Фальцман В.К. Экономика и управление предприятием. Основы немецкой теории Betriebswirtschaftslehre, адаптированной для применения в России: Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 224 с.: ил.